

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 419

Imperatyw przedsiębiorczości a odpowiedzialność przedsiębiorcy



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska, Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Cibis

Lamanie: Agata Wiszniowska

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania

znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

www.pracnaukowe.ue.wroc.pl

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska

(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192

e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-564-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl

www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Agnieszka Barcik: Mechanizm compliance – pytanie o miejsce i zasadność w strategiach CSR współczesnych organizacji (Compliance mechanism – The question about the place and legitimacy in the CSR strategies of modern organizations)	9
Ryszard Barcik, Piotr Dziwiński: Społecznie odpowiedzialna restrukturyzacja zatrudnienia (Socially responsible restructuring of employment)	21
Katarzyna Brendzel-Skowera: Paradoksy w rozwoju przedsiębiorczości akademickiej (Paradoxes in the development of academic entrepreneurship) ...	33
Karolina Gonera, Ewa Olszak-Dyk: Świadome zarządzanie marką pracodawcy – studium przypadku (Employer branding management as an example of selected organization)	43
Andrzej Kaleta, Letycja Soloduch-Pelc: Integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego w koncepcji strategicznej przedsiębiorczości – ocena przeszłości i sugestie na przyszłość (Integration of the entrepreneurship and strategic management in the concept of strategic entrepreneurship – assessment of the past and suggestions for the future)	56
Rafał Kusa: Wybrane problemy pomiaru poziomu przedsiębiorczości organizacji niekomercyjnych (Selected problems of measuring the level of entrepreneurship in non-profit organisations).....	68
Renata Lisowska: Uwarunkowania rozwoju współpracy zewnętrznej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie (Determinants of the development of cooperation between small and medium-sized enterprises in the region)	77
Izabela Marzec: Konsekwencje rozwoju zatrudnialności pracowników w organizacjach publicznych: szansa czy zagrożenie? (Consequences of employees' employability enhancement in public organizations: a chance or a threat?)	87
Marek Matejun: Statyka i dynamika w cyklu życia mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (Statics and dynamics in the life cycle of the micro, small and medium-sized enterprises).....	95
Anna Michna, Roman Kmiecik: Przedsiębiorczość międzynarodowa mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw – wybrane zagadnienia (International entrepreneurship of micro, small and medium-sized enterprises – selected aspects).....	107

Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość na pograniczu polsko-białorusko-ukraińskim: (Entrepreneurship on the Polish-Belarusian-Ukrainian borderland).....	117
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Paradoks doskonalenia produktu na rynku maszyn rolniczych – relacje jakość a zysk (Paradox of the product improvement on the agricultural machinery market – quality and profit relations).....	129
Katarzyna Olejniczak: Między zyskiem a odpowiedzialnością w zarządzaniu. Paradoks Milтона Friedmana (Between profit and responsible management. The paradox of Milton Friedman).....	150
Agnieszka Puto: Przedsiębiorczość pracowników stymulantą rozwoju przedsiębiorstwa (Entrepreneurship of employees as a stimulant for the development of enterprises)	158
Marcin Ratajczak: Ocena wybranych działań na rzecz środowiska naturalnego podejmowanych przez przedsiębiorstwa agrobiznesu w ramach koncepcji CSR (Evaluation of some actions taken in favour of natural environment by agribusiness companies within the concept of CSR)	167
Włodzimierz Sitko, Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość intelektualna w dobie globalizacji (Intellectual entrepreneurship in a globalizing world)	178
Elżbieta Skrzypek: Paradygmaty zarządzania wiedzą w warunkach zmian otoczenia (Paradigms of knowledge management in conditions of changing environment).....	189
Hanna Soroka-Potrzebna: Zysk przedsiębiorstwa ważny, ale nie najważniejszy – społeczna odpowiedzialność biznesu (Profit is important for the company, but not the most important – corporate social responsibility)....	207
Iwona Staniec: Koncepcja szansy w przedsiębiorczości technologicznej (The concept of opportunity in the technological entrepreneurship)	216
Edward Stawasz: Rola doradztwa gospodarczego w zarządzaniu mikroprzedsiębiorstwami – wybrane oddziaływania i determinanty (The role of business consulting in managing micro enterprises – selected effects and determinants)	228
Maciej Urbaniak: Rola społecznej odpowiedzialności biznesu w budowaniu relacji z dostawcami (The role of the concept of corporate social responsibility in building relationships with suppliers)	237
Anna Wójcik-Karpacz, Joanna Rudawska: Instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości w Polsce (Institutional models of entrepreneurship support in Poland).....	248
Przemysław Zbierowski: Paradoks efektów przedsiębiorczości: satysfakcja i <i>work-life balance</i> (The paradox of entrepreneurship outcomes: satisfaction and work-life balance).....	265

Wstęp

Przedsiębiorczość to jedno z najstarszych pojęć nauk o zarządzaniu. Nierozzerwalnie łączy się ze sprawnym i skutecznym działaniem przedsiębiorców i ich zachowaniami. Współcześnie – w dobie realiów społecznej odpowiedzialności biznesu – przedsiębiorczość nabiera swoistych cech.

Autorzy niniejszego opracowania postanowili powrócić do korzeni przedsiębiorczości, spojrzeć na nią z perspektywy współczesnych paradygmatów, odnaleźć w niej szczególnie paradoks racjonalności menedżera i przedsiębiorczości menedżera-właściciela. Dodatkowo, w wielu artykułach, poruszono wątek zachowań menedżera i przedsiębiorcy we wspomnianych realiach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Badania omówione w zamieszczonych w tym zeszycie opracowaniach wskazują na to, że u podstaw współczesnej przedsiębiorczości leży chęć pokonywania konkurencji oraz coraz lepszego zaspokajania potrzeb klientów dzięki:

- rozwojowi aktywności innowacyjnej,
- skłonności do podejmowania ryzyka i wykorzystywania okazji,
- umiejętności szybkiego dostosowywania się do zmiennych warunków otoczenia, ale i kreowaniu w otoczeniu zmian, które będą korzystne dla przedsiębiorstwa.

Nowoczesna przedsiębiorczość to różne aspekty działań przedsiębiorczych. Autorzy zwrócili szczególną uwagę na takie jej wymiary, jak:

- integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego,
- przedsiębiorczość w aspekcie krajowym i międzynarodowym,
- przedsiębiorczość organizacji niekomercyjnych,
- przedsiębiorczość technologiczna,
- przedsiębiorczość intelektualna,
- przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu,
- strategie przedsiębiorczego CSR.

Artykuły zebrane w niniejszym zbiorze są efektem nie tylko analiz empirycznych, ale też badań o charakterze dedukcji, bazujących na solidnej kwerendzie literatury przedmiotu. Zachęcamy do ich lektury.

Jerzy Niemczyk, Katarzyna Olejczyk-Kita

Włodzimierz Sitko

Rada Przedsiębiorczości Lubelszczyzny
e-mail: wj.sitko@gmail.com

Elena Mieszajkina

Politechnika Lubelska
e-mail: e.mieszajkina@pollub.pl

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ INTELEKTUALNA W DOBIE GLOBALIZACJI

INTELLECTUAL ENTREPRENEURSHIP IN A GLOBALIZING WORLD

DOI: 10.15611/pn.2016.419.16

Streszczenie: Omówiono wpływ globalizacji na kreowanie przedsiębiorczości współczesnych organizacji. Pokazano istotę przedsiębiorczości intelektualnej oraz jej roli w zarządzaniu dostosowanym do wymogów globalnego otoczenia. By wkomponować się w realia światowej gospodarki opartej na wiedzy, organizacje powinny się cechować kreatywnością, otwartością oraz gotowością do zmian. Celem artykułu jest ukazanie sposobu kreowania przedsiębiorczości intelektualnej we współpracy nauki, biznesu i władz lokalnych. W szczególności omówiono propozycje rozwiązań organizacyjnych polegających na powołaniu menedżerów do spraw innowacji w przedsiębiorstwach, na uczelniach i w urzędach. By współpraca tych partnerów była efektywna, należy pokonać dezintegrację zarówno środowiska akademickiego, jak i przedsiębiorców. Uzyskanie efektu synergetycznego będzie możliwe przy pełnym zaangażowaniu się w te problemy nauk zarządzania.

Słowa kluczowe: globalizacja, przedsiębiorczość intelektualna, współpraca nauka-biznes.

Summary: The effects of globalization on the creation of the entrepreneurship of the modern organizations have been discussed. The essence of intellectual entrepreneurship and its role in managing adjusted to the requirements of the global environment has been shown. Organizations should be characterized by creativity, openness and willingness to change to blend with the realities of the global knowledge-based economy. This article aims to show the way of the creation of intellectual entrepreneurship in cooperation between science, business and local authorities. In particular, proposals for organizational solutions involving the appointment of managers for the innovation in enterprises, universities and offices have been discussed. For cooperation of these partners to be effective, the disintegration of both academia and industry has to be defeated. Obtaining a synergistic effect will be possible with the full involvement of the management sciences in these problems.

Keywords: globalization, intellectual entrepreneurship, science-business cooperation.

1. Wstęp

Pojęcie przedsiębiorczości zrobiło w ostatnich latach wielką karierę. Jest odmieniane we wszystkich przypadkach, a jej wartość doceniana jest nie tylko w działalności *stricte* gospodarczej, ale także administracyjnej, naukowej, ochrony zdrowia, a nawet w życiu prywatnym. Zwraca się uwagę, by wszystkie ludzkie działania były lub przynajmniej miały cechy przedsiębiorcze. Jest wiele zmieniających się warunkowań, które powodują, że postrzeganie, jak też definiowanie przedsiębiorczości ewoluuje. Szereg zjawisk nie znanych w przeszłości dzisiaj określa nasz stosunek do przedsiębiorczości.

Przedsiębiorczość w nowoczesnym ujęciu kreowana jest przez procesy globalizacji, narastającej konkurencji, szybkiej zmiany technologii, transformacji rynków, budowy gospodarki opartej o wiedzę. Do tego dodać należy narastające problemy dotyczące stanu środowiska naturalnego oraz sytuacji demograficznej. W relacji do tych zjawisk w gospodarce światowej zmieniają się metody zarządzania oraz wymogi, które stawiane są przedsiębiorstwom, menedżerom, konsumentom i innym zainteresowanym stronom.

W definiowaniu przedsiębiorczości różni autorzy akcentują inne jej aspekty. Odmienne punkty widzenia prezentują ekonomiści, socjologowie, antropolodzy czy ekolodzy. Jednak za rozpoznawczą oznakę przedsiębiorczości uznaje się jej innowacyjny charakter. Na tę cechę zwracali uwagę już w przeszłości J.A. Schumpeter: „duch przedsiębiorczości przejawia się w ciągłym poszukiwaniu innowacji w całej działalności gospodarczej” [Schumpeter 1960], P. Drucker: „przedsiębiorczość to „systematyczna innowacja oparta na pojawiających się zmianach i wychodzeniu poza utarte schematy myślenia” [Drucker 1992] i inni. Obecnie innowacyjność nadaje przedsiębiorczości nowego wymiaru, rodzącego się pod wpływem rozwoju wiedzy, nowych technologii, procesów globalizacji. Stąd nazywamy ją przedsiębiorczością technologiczną lub intelektualną.

2. Przedsiębiorczość intelektualna

S. Kwiatkowski określa przedsiębiorczość intelektualną jako działania podejmowane przez intelektualistów polegające na tworzeniu nowej i wykorzystaniu istniejącej wiedzy. Miano przedsiębiorcy intelektualnego nadaje człowiekowi, który odnosi sukces na rynku przede wszystkim dzięki głębokiej i użytecznej wiedzy, szczególnie wiedzy chronionej [Kwiatkowski 2000]. W literaturze przedmiotu opisuje się go za pomocą różnorodnych, specyficznych cech [Bławat 2003; Kwiatkowski 2000]:

- posiadanie szerokiej i zróżnicowanej wiedzy,
- zdolność do konkretnego i abstrakcyjnego myślenia,
- umiejętność obserwacji, zdobywania i przetwarzania informacji, podejmowania niestandardowych decyzji,

- innowacyjność, kreatywność i wielowariantowość w działaniach, szczególnie strategicznych,
- motywem ich aktywności jest intelektualna satysfakcja z urzeczywistnienia idei,
- zdolność komunikowania się w różnych środowiskach, od lokalnych do globalnych,
- umiejętność tworzenia zespołów z lojalnych, zdolnych współpracowników.

Celem przedsiębiorcy intelektualnego jest stworzenie takiej organizacji, która uzyska nadzwyczajny wzrost i rentowność, której wartość będzie przekraczała wartość jej materialnych aktywów [Stowe 2001]. Zrealizowanie tak ambitnego zadania wymaga posiadania dużego potencjału intelektualnego oraz odpowiednich cech, takich jak aktywność, niestandardowość myślenia, otwartość na świat, stałe uczenie się, nastawienie na zmiany. Do co raz większego grona przedsiębiorców intelektualnych dołączają intelektualiści, którzy uznają atrakcyjność kariery przedsiębiorczej, oraz „zwykli” przedsiębiorcy, którzy kształcą się i rozwijają swoją wiedzę, intelektualizują prowadzoną działalność [Kwiatkowski 2000].

Siłą sprawczą rozwoju tego typu przedsiębiorczości jest kapitał intelektualny organizacji. Jeden z najbardziej znanych, a jednocześnie przydatnych praktycznie model L. Edvinssona i M.S. Malone’a zawiera trzy jego składniki: kapitał ludzki, kapitał klientów (relacji) oraz kapitał organizacyjny (strukturalny). Ich współdziałanie przyczynia się do tworzenia trwałych wartości dla organizacji. By przybliżyć ideę kapitału intelektualnego, autorzy wykorzystali metaforę drzewa. Organizacja jest drzewem, którego korzenie stanowią aktywa niematerialne. Choć ich nie widać, to właśnie od nich zależą smak, wygląd i wielkość owoców [Edvinsson, Malone 2002]. Tak samo niewidoczne i trudno wyceniane wiedza, doświadczenie i umiejętności pracowników, stosunki biznesowe, struktury i procedury organizacyjne oraz zdolność organizacji do zmian decydują o jej sukcesie.

Rozważania na temat przedsiębiorczości intelektualnej, będącej wiodącą w każdej organizacji, trafnie puentuje P. Płoszajski: „organizacje stały się miejscem, w którym się przede wszystkim myśli, a dopiero później produkuje” [Płoszajski 2009]. Jest ona również istotnym i niezbędnym składnikiem nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy, gdzie przedsiębiorczość łączy się z intelektem i wiedzą. Jej dynamizacja wspomaga zrównoważony rozwój gospodarczy w skali makro i mikroekonomicznej [Bąk, Kulawczuk (red.) 2009].

3. Globalizacja a wyzwania dla zarządzania

Globalizacja jest procesem wielowymiarowym, bardzo szerokim i złożonym, który toczy się w sferze ekonomicznej, społeczno-kulturowej, politycznej. Zdaniem J. Penca prowadzi do zmniejszenia barier między krajami i wzmocnienia powiązań ekonomicznych, politycznych i społecznych, w efekcie czego powstaje zintegrowany rynek towarów, usług, kapitału oraz tworzy się nowy międzynarodowy podział pracy. Wywołuje także konieczność opracowania i wdrożenia przez organizacje glo-

balnych strategii działania, polegających na umiędzynarodowieniu produkcji, dystrybucji, marketingu [Penc 2008].

Literatura dotycząca globalizacji jest bardzo obszerna, prezentowane poglądy są zróżnicowane, wypracowanych jest wiele, często rozbieżnych, definicji, występują też sporne punkty widzenia na jej istotę. W jednym autorzy są zgodni – jej skutki przenikają wszystkie obszary działalności ludzkiej. Najlepiej konstatuje to Kofi Annan: „zaprzeczać globalizacji to tak, jakby zaprzeczać prawom grawitacji”. Początki globalizacji sięgają odległych wieków, jednak prawdziwe zainteresowanie nią zrodziło się na przełomie lat 80. i 90. ubiegłego wieku wraz z gwałtownym rozwojem gospodarczym i cywilizacyjnym. Impulsem dla tych procesów stał się szybki rozwój i wykorzystanie nowoczesnych technologii, które umożliwiają znoszenie barier w przepływie kapitałów, towarów i usług. Nastąpiła liberalizacja handlu, rynków kapitałowych oraz umiędzynarodowienie produkcji.

Globalizacja jest jednym z najważniejszych wyzwań dla menedżerów współczesnych organizacji. Zmianie ulega tradycyjny model zarządzania w kierunku wdrożenia nowoczesnych koncepcji zorientowanych na innowacje, efektywność, partnerstwo. Powstaje konieczność modyfikacji kluczowych obszarów systemu zarządzania organizacją, przy czym motywem wiodącym jest zarządzanie wiedzą, budowa organizacji inteligentnych. Rozwój współczesnych organizacji jest przede wszystkim ukierunkowany na wzrost przedsiębiorczości, innowacyjności i konkurencyjności, bazuje on na postępie nauki rozwijającej się w świecie gospodarki, opartej na wiedzy oraz metodach i technikach umożliwiających zarządzanie wiedzą. Decydujące znaczenie ma tu kapitał intelektualny, który obejmuje wysoko wykształconych pracowników, posiadających wiedzę i umiejętności jej użytkowania dla projektowania nowoczesnych systemów organizacji produkcji i świadczenia usług, oraz sposobów i technik zarządzania umożliwiających spełnienie ciągle rosnących oczekiwań klientów [Mieszajkina (red.) 2015].

Zarządzanie w dobie globalizacji wymaga zmiany perspektywy postrzegania zasad i reguł postępowania, zdarzeń, zachowań, działań, uznawanych wartości – z perspektywy narodowej na ogólnoswiatową [Gierszewska, Wawrzyniak 2001]. W związku z tym należy radykalnie przebudować sposoby i modele funkcjonowania organizacji, przyjęc nową, globalną orientację. Mamy wiele zastrzeżeń do aktualnej teorii i praktyki zarządzania, co powoduje powstawanie nowych i modyfikację istniejących metod i koncepcji, umożliwiających organizacjom rozwój i przetrwanie. Można tu wymienić strategiczną kartę wyników, kreowanie kluczowych kompetencji, zarządzanie jakością, procesami, wiedzą, czasem, nieustanne uczenie się itd. Nowe „mody” w zarządzaniu mają dużą siłę przyciągania, ale nie zawsze ich zastosowanie daje spodziewane efekty. Zgodnie z zasadami podejścia sytuacyjnego, niezbędne są ostrożność i logika w wyborze nowych rozwiązań, umiejętność wdrażania zmian i cierpliwość, gdy nie osiąga się natychmiastowych rezultatów.

Jednym z takich kierunków rozwoju zarządzania może okazać się droga, jaką ukazuje G. Hamel – zarządzanie 2.0 lub zarządzanie drugiej generacji. Oznacza

ono wypracowanie nowych paradygmatów i koncepcji zarządzania mających na względzie dużą elastyczność i reaktywność w działaniu organizacji [Hamel 2009]. W.M. Grudzewski uważa, że powinno ono być oparte na zdolności radzenia sobie z ciągłą zmianą, a nie na stabilności, być organizowane wokół sieci, a nie na hierarchii, zbudowane na zmiennych kooperantach, partnerach i aliansach, a nie na samowystarczalności, kreowane na przewodze technologicznej [Grudzewski 2006].

Trudno przewidzieć, która koncepcja odniesie sukces w przyszłości [Hejduk i in. 2010]. Nie ulega jednak wątpliwości, że każda z nich wymaga od menedżerów umiejętności zarządzania zmianą. Z kolei, by potrafić funkcjonować w sytuacji ciągłej zmiany, konieczne jest posiadanie wiedzy, niezbędnej w rozwiązywaniu aktualnych problemów organizacji. Umiejętność jej zdobywania, przechowywania, wykorzystywania i pomnażania stanowi kluczowe źródło przewagi konkurencyjnej. Można więc stwierdzić, że niezależnie od tego, jak rozwijać się będzie zarządzanie w przyszłości, jak nowatorsko będziemy je nazywać, to jednak motywem wiodącym jest i będzie wiedza. Panuje powszechna zgodność, że umiejętność tworzenia, udostępniania i wykorzystania wiedzy jest wartością nie do przecenienia, a kapitał intelektualny ma decydujące znaczenie dla współczesnych organizacji.

Jednak samo posiadanie i wykorzystanie wiedzy przez uczestników organizacji nie gwarantuje sukcesu. Ważne są także ich postawy – ambitne, odważne, ukierunkowane na przyszłość, nastawione na zmiany, nowe rozwiązania, a więc innowacyjne, przedsiębiorcze. Skojarzenie wiedzy i kreatywności menedżerów i pracowników stanowi podstawę modelu zarządzania przedsiębiorczego, którego cechami są: obszerny kapitał intelektualny, innowacje i przedsiębiorczość [Sitko, Mieszajkina 2011].

4. Interakcja teorii i praktyki przedsiębiorczości

Budowanie strategii przedsiębiorczego działania w organizacjach biznesowych i naukowych będzie możliwe przy pełnej ich współpracy. Aby dotrzymać kroku globalnym wyzwaniom, zarówno uczeni, jak i przedsiębiorcy muszą zmienić sposób myślenia. Współdziałanie przedsiębiorstw i jednostek naukowych w procesach pozyskiwania, gromadzenia oraz przetwarzania wiedzy przyczynia się do rozwoju przedsiębiorczości intelektualnej. Dzięki temu powstanie grupa przedsiębiorców-intelektualistów, wykreowanych w środowisku obu partnerów. Byłoby to zgodne z tradycyjnym postrzeganiem rozwoju zarządzania, że teoria zasila praktykę, a praktyka jest inspiracją dla teorii.

Kojarzenie świata biznesu i świata nauki jest trudne. Ale to od dobrej współpracy uczelni wyższych z przedsiębiorcami zależy ostateczny efekt wykreowania i wdrożenia innowacji. Analizując poziom innowacyjności przedsiębiorstw, można stwierdzić, że w Polsce jest on niski. W latach 2012–2014 aktywność innowacyjną wykazało tylko 18,6% przedsiębiorstw przemysłowych oraz 12,3% przedsiębiorstw z sektora usług. Niepokojącym jest fakt, że wartości te nie zmieniły się w stosunku do lat poprzednich – 18,4% i 12,8% w latach 2011–2013 [GUS 2015]. Taką niepokojącą

sytuację potwierdzają dane raportu Innovation Union Scoreboard z 2014 r. Polska jest zaliczana do grupy państw o efektywności innowacyjnej zdecydowanie poniżej europejskiej średniej, zajmuje bowiem czwartą pozycję od końca wśród krajów UE (gorszy wskaźnik innowacyjności mają jedynie Rumunia, Łotwa i Bułgaria) [Szwed 2014].

Czynniki ograniczające transfer wiedzy, innowacji i technologii z sektora nauki do przedsiębiorstw oraz istniejące bariery i ograniczenia są rozmaite. Leżą po stronie zarówno przedsiębiorstw, jak i uczelni, a także w otoczeniu prawno-administracyjnym. Temat ten jest ostatnio popularny, szeroko omawiany i komentowany przez różne środowiska. Na potrzeby tego artykułu skupiamy się na dwóch wybranych wątkach dotyczących doskonalenia funkcjonowania uczelni wyższych. Pierwszy to usprawnienie zarządzania w kierunku uczynienia uczelni przedsiębiorczymi. Drugi – wykorzystanie możliwości wynikających z konsolidacji i kooperacji rozproszonego środowiska naukowego.

Humboldtowski model uniwersytetu, który był innowacją na początku XIX w., jest dzisiaj formułą niewystarczającą do budowania efektywnych relacji uczelni z ich otoczeniem. Idąc śladem przodujących w tym zakresie uczelni amerykańskich i zachodnioeuropejskich, obok dydaktyki i nauki powinno się rozwinąć trzecią funkcję – komercjalizację wyników. Niekoniecznie kopiując dosłownie obce wzory, polskie uczelnie stoją przed wyzwaniem zreformowania swojej działalności. Aby transfer wiedzy i innowacji do przedsiębiorstw odbywał się w sposób sprawny i efektywny, uczelnie powinny być zarządzane przedsiębiorczo. Zarządzanie przedsiębiorcze nie jest jednoznaczne i ogólnie zdefiniowane, stanowi jednak pewną ideową kontrpropozycję wobec administrowania, z którym mamy do czynienia w naszych uczelniach. Jego filozofię można określić jako „mniej zarządzania, więcej przedsiębiorczości”. Przy takim podejściu dużo jest sytuacji, zdarzeń, zachowań nieprzewidywanych, niespodziewanych, niezwykłych, wzrasta więc rola przewidywania, wyobraźni strategicznej, motywowania zachowań przedsiębiorczych, inicjatywnych, innowatorskich wszystkich pracowników oraz systematyczna analiza pojawiających się okazji. Uczelnie muszą się nauczyć, jak zdobywać kompetencje przedsiębiorcze, wprowadzać innowacje, przekształcać się w organizacje elastyczne i dynamiczne [Mieszajkina 2009]. P.F. Drucker twierdzi, że organizacja przedsiębiorcza potrafi „zorganizować się do ciężkiej pracy przedsiębiorcy” tak, by wchłaniać innowacje i postrzegać zmianę jako szansę, a nie zagrożenie. Organizacja taka charakteryzuje się również odpowiednią atmosferą umożliwiającą pracownikom działanie przedsiębiorcze [Drucker 1992].

Niestety, uczelnie nasze tkwią w tradycyjnych strukturach i takiej też kulturze organizacyjnej. Problem ten bardzo pogłębia biurokratyzacja całego życia akademickiego [Sitko, Mieszajkina 2014]. Prawdziwemu urynkowieniu uczelni sprzyjają dokonane i przygotowywane zmiany ustawodawcze. Będą jednak miały pełną moc sprawczą, gdy opracowane w relacji do nich przepisy wykonawcze pozbędą się nadmiernych wymogów biurokratycznych. Dotyczy to aktów tworzonych na szczeblach ministra, rektorów i dziekanów. Nowoczesna, przedsiębiorczo zarządzana uczelnia powinna swą działalność mocno i na stałe powiązać ze środowiskiem gospodarczym (biznesowym) miasta lub regionu, w którym funkcjonuje.

5. Kreowanie przedsiębiorczości intelektualnej we współpracy nauki, biznesu i władz lokalnych

Wdrażanie i rozwijanie nowych technologii oraz innowacji, nie tylko technicznych, w warunkach globalnej konkurencji powinny być podstawami strategii przedsiębiorstw, uczelni oraz władz samorządowych i administracyjnych. Pełny efekt synergetyczny będzie możliwy, gdy te trzy podmioty będą ze sobą współpracować faktycznie, a nie jak dotychczas tylko werbalnie. W celu zbudowania partnerskiej współpracy nauki, biznesu i władz podejmowane są różne formy współdziałania, takie jak technopolis, potrójna helisa czy najbardziej ostatnio upowszechniane klastry.

Literatura dotycząca relacji nauka-biznes jest bardzo obszerna, bo też problem na obecnym etapie budowy gospodarki opartej na wiedzy jest wiodącym. Prezentowane są różnorakie propozycje rozwiązań organizacyjnych w tym zakresie¹. W praktyce do najczęściej wykorzystywanych instytucjonalnych form należą:

- akademickie inkubatory i preinkubatory przedsiębiorczości,
- centra transferu technologii,
- parki naukowo-technologiczne,
- biura karier.

Ostatnio szczególnego znaczenia w rozwoju współpracy nauka-biznes nabierają spółki celowe, które pozwalają na realny transfer wiedzy i technologii z uczelni do gospodarki oraz efektywne zarządzanie prawami własności. Charakteryzują się wysoką sprawnością operacyjną, dobrymi kontaktami z ośrodkami innowacji oraz partnerami biznesowymi. Jeszcze inną formą są wirtualne platformy innowacji, które prezentują ofertę nauki dla przedsiębiorstw. Te formy współpracy stają się coraz częstsze na polskich uczelniach.

W tych podejściach występują pewne odrębności, różnice, ale myśl przewodnia jest zbieżna – dąży się mianowicie do tego, by współpraca wymienionych partnerów była zorganizowana efektywnie. W praktyce napotyka ona na wiele problemów. K. Matusiak i J. Guliński, klasyfikując czynniki blokujące współpracę nauki z gospodarką, wymieniają cztery ich grupy: strukturalne, systemowe, świadomościowo-kulturowe oraz kompetencyjne. O tej ostatniej piszą: „Niekompetentne są władze jednostek samorządu terytorialnego, władza i administracja uczelni wyższych, początkujący (i nie tylko) przedsiębiorcy. Wiele niekompetencji notuje się także po stronie kadr i zarządu instytucji wsparcia” [Matusiak, Guliński 2010, s. 45].

Sposobem na przełamanie tych barier mogłyby się okazać działania organizacyjne polegające na tym, że u każdego z trzech partnerów współpracy powołani by zostali wysoko ustawieni w hierarchii organizacyjnej menedżerowie innowacji.

¹ Problematykę współpracy nauka-biznes pokazano m.in. w: [Cote, Allahar 2011; Science|Business Innovation Board AISBL 2012; Rudnicki 2013; Wilson 2012].

W przedsiębiorstwie ich obowiązkiem byłoby:

- śledzenie otoczenia i wychwytywanie rozwiązań dających przewagę konkurencyjną,
- obserwowanie i penetrowanie środowiska naukowego w poszukiwaniu osiągnięć przydatnych dla rozwoju przedsiębiorstwa,
- analiza, ocena i doskonalenie systemu zarządzania w kierunku zarządzania przedsiębiorczego, asymilując najlepsze światowe doświadczenia.

W uczelniach wyższych rolę menedżera innowacji mógłby odgrywać jeden z prorektorów lub pełnomocnik rektora do spraw innowacji. Powinien to być kompetentny menedżer z praktyką, dużymi możliwościami działania, niekoniecznie uczony. Do zakresu jego obowiązków należałyby:

- posiadanie informacji o badaniach prowadzonych przez uczelnie, szczególnie mających znamiona aplikacyjne,
- wyszukiwanie partnerów-przedsiębiorców (w tym aniołów biznesu) do współpracy w konkretnych tematach,
- pomaganie badaczom w ukierunkowaniu ich prac na efekt praktyczny, zgodnie z wymogami przedsiębiorczości intelektualnej,
- kreowanie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej.

W transferze wiedzy i wymiany informacji między nauką i biznesem powinny wykazać aktywność władze lokalne. Chodzi tu nie tylko o rolę łącznika, ale wspieranie, a nawet wywieranie nacisków na nawiązywanie, utrwalanie wzajemnych kontaktów między nauką a biznesem. Menedżer innowacji władz lokalnych miałby do odegrania podobną rolę, jak w dwóch poprzednich przypadkach, uwzględniając jednak specyfikę administracji. Organizacyjnie mogliby to być zastępca lub pełnomocnik: prezydenta, wojewody, marszałka itp., z mocą oddziaływania na otoczenie. Do jego obowiązków należałoby:

- zdobywanie informacji o osiągnięciach naukowych w regionie, który reprezentuje,
- pomaganie w pokonywaniu barier administracyjnych, blokujących współpracę,
- organizowanie odpowiednich spotkań, konferencji z innowatorami uczelni i przedsiębiorstw, tworząc odpowiednią platformę współpracy,
- doskonalenie zarządzania urzędem by administrowanie było zastępowane zarządzaniem przedsiębiorczym,
- stworzenie aktywnych form pozyskiwania funduszy zewnętrznych na działania proinnowacyjne
- inicjacja wysokiej kultury współdziałania.

Koncepcja menedżerów innowacji prezentowana w artykule ma na celu wzmocnienie podejmowanych różnorodnych, wielowątkowych działań kreujących wdrażanie osiągnięć nauki do biznesu w sposób profesjonalny i efektywny. Propozycja ta nie jest zbyt kosztowna dla żadnej ze stron. Od uczelni oczekuje się przygotowania odpowiednich studiów na poziomie magisterskim lub podyplomowym. Te działania powinny być wspierane i propagowane przez władze lokalne, tak by uświadomić przedsiębiorcom prawdziwą wartość funkcjonowania menedżerów innowacji.

Poruszany temat jest ważny i aktualny. Obecnie organizuje się wiele konferencji, narad, spotkań poświęconych współpracy nauki z przedsiębiorcami. Maja one jednak często charakter propagandowy, bardziej polityczny niż konkretny. Niejednokrotnie na tego typu spotkaniach rektorzy, szefowie firm, liderzy władz lokalnych poświęcają czas na prezentowanie swoich osiągnięć, prowadząc debatę, odległą od istoty problemu. Gdyby powstało takie forum innowacji, na którym regularnie współpracowaliby menedżerowie innowacji zaprezentowanych powyżej trzech środowisk, efekt mógłby być konkretny i rzeczywisty.

Biorąc pod uwagę polską specyfikę niechętnego nastawienia do współpracy, poruszone powyżej zagadnienie jest trudne. Władze lokalne często gubią się w walce politycznej, koncentrując się na problemach ideologicznych, a nie gospodarczych. Przedsiębiorcy nie mają do siebie nawzajem zaufania, co powoduje brak tendencji do wspólnych działań. Badanie przeprowadzone przez Krajowy Rejestr Długów, Rzetelną Firmę i warszawski Uniwersytet Vistula wśród 1115 firm z całej Polski wykazało, że zaufanie firm do firm jest na niskim poziomie. W skali od 0 do minus 100, gdzie zero oznacza zaufanie, a minus 100 sytuację, w której nikt nikomu nie ufa, średnia wynosi minus 51,42 [Wedziuk 2015]. Ten brak integracji odwzorowuje także mnogość związków i stowarzyszeń, które zrzeszają przedsiębiorców. Zamiast reprezentować świat biznesu w sposób jednolity, rywalizują między sobą. Środowisko akademickie jest także bardzo rozproszone i nie wykazuje tendencji do współpracy. Problem konsolidacji uczelni wyższych podejmowany jest ciągle nieśmiało przez różne jednostki, bowiem opór społeczny wynikający często z egoizmu, jest bardzo duży.

Potencjalne możliwości integracji rozważmy na przykładzie akademickiego środowiska Lublina. Choć znaczące, liczące się w kraju i za granicą, jest rozproszone i nie przystosowane do współpracy. Najlogiczniejsze w dalszej perspektywie byłoby utworzenie jednego dużego uniwersytetu, skupiającego wszystkie obecne uczelnie Lublina. Dzisiaj jest to mało realne, bo tendencje do pełnej konsolidacji w uczelniach są w ogóle nieuświadamiane. Widać to na wszystkich poziomach uczelni. Często obserwujemy, że sąsiadujące ze sobą wydziały, katedry o podobnym profilu, zamiast współpracować, ostro ze sobą rywalizują. Zgodnie z nową Ustawą o szkolnictwie wyższym, istnieją możliwości tworzenia międzyuczelnianych centrów. Przykładowo, mogłyby powstać międzyuczelniane centra naukowo-dydaktyczne w kilku obszarach: biotechnologii, zarządzaniu, informatyki, ochrony środowiska itp. Obecnie baza dydaktyczna, naukowo-badawcza i laboratoryjna jest rozproszona na wszystkich uczelniach. W wyniku konsolidacji mogłyby powstać liczące się ośrodki o poważnych możliwościach naukowo-badawczych i dydaktycznych. Byłoby to zgodne ze strategią rozwoju Lublina na lata 2013–2020, która wyznacza cztery główne obszary rozwojowe: otwartość, przyjazność, przedsiębiorczość, akademickość. Konkretnie działania i przedsięwzięcia w tych obszarach będą zależeć od aktywności władz miasta, przedsiębiorców i uczonych. Konieczność zintegrowanych, wielopodmiotowych działań wynika z tego, że tworzą one szansę na rozwój regionu.

6. Zakończenie

Omówione powyżej zagadnienia wymagają podejmowania wielokierunkowych działań w różnych środowiskach. Stawiają jednocześnie wyzwanie przed naukami zarządzania. Wobec powyższego wydaje się istotnym, by nastąpiło większe zaangażowanie środowiska naukowego zarządzania w prace związane z restrukturyzacją szkolnictwa wyższego oraz doskonalenie wewnętrznego zarządzania uczelniami. W uczelniach tworzone są często akty prawne oraz dokonywana jest regulacja organizacyjna, prowadząca do wręcz obłędu biurokratycznego. Obniża to sprawność i jakość realizacji procesu zarówno dydaktycznego, jak i naukowego, ale przede wszystkim hamuje rozwój przedsiębiorczości, szczególnie intelektualnej.

Uczelnie muszą wyjść z propozycjami nowoczesnych programów nauczania w dziedzinie zarządzania. Jednak już teraz, wzorem rozwiązań na niektórych uczelniach, wprowadzić studia podyplomowe oraz różnego rodzaju szkolenia, kształcące menedżerów innowacji zgodnie z przedstawioną powyżej koncepcją. By nasi partnerzy – przedsiębiorcy i władze lokalne przyjęli te działania pozytywnie, muszą one reprezentować wysoki poziom nie tylko teoretyczny, ale praktyczny. Wykładowcami powinni być, obok nauczycieli akademickich, wybitni innowatorzy-praktycy.

Wyczuwając lepiej od reprezentantów innych dziedzin nauki znaczenie efektu synergetycznego, przedstawiciele nauk zarządzania powinni bardziej wyraziście oddziaływać na konsolidację w środowisku akademickim – uczelni, wydziałów, i innych jednostek organizacyjnych. Ważne jest, aby byli to partnerzy zainteresowani rzeczywistością i efektywną, a nie tylko deklaratywną i efektowną współpracą.

Globalizacja daje szanse rozwoju powstawania nowych działalności, ale budzi też lęk, stwarza zagrożenie. Żyjemy więc w okresie dynamicznych zmian, turbulencji, stanowiących zarówno okazje, jak i zagrożenia dla organizacji. Znane powiedzenie, że nauce zarządzania najlepiej powodzi się w okresie kryzysu, możemy wyprowadzić konstatację, że obecny zglobalizowany świat jest szansą dla rozwoju teorii i praktyki zarządzania. Odnosi się to szczególnie do kreowania w ujęciu wielowątkowym przedsiębiorczości, szczególnie bazującej na wiedzy i innowacjach, a więc przedsiębiorczości intelektualnej.

Literatura

- Bąk M., Kulawczuk P. (red.), 2009, *Przedsiębiorczość intelektualna i technologiczna XXI wieku*, Krajowa Izba Gospodarcza, Warszawa.
- Bławat F., 2003, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk.
- Cote J., Allahar A., 2011, *Lowering Higher Education: The Rise of Corporate Universities and the Fall of Liberal Education*, University of Toronto Press, Toronto.
- Drucker P.F., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Edvinsson L., Malone M.S., 2002, *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa, odnajdując jego ukryte korzenie*, PWN, Warszawa.

- Gierszewska G., Wawrzyniak B., 2001, *Globalizacja. Wyzwania dla zarządzania strategicznego*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa.
- Grudzewski W.M., 2006, *Współczesne kierunki rozwoju nauk o zarządzaniu*, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, nr 3, s. 12–13.
- GUS, 2015, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012–2014*, http://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5496/14/2/1/dzialalnosc_innowacyjna_przedsiębiorstw_w_polsce_w_latach_2012-2014.pdf (30.09.2015).
- Hamel G., 2009, *Moon Shots for Management*, *Harvard Business Review*, February, s. 91–98.
- Hejduk I.K., Grudzewski W.M., Sankowska A., Wańtuchowicz M., 2010, *W kierunku zarządzania drugiej generacji – model diamentu czterech paradygmatów współczesnego przedsiębiorstwa*, *E-mentor* nr 1 (33).
- Kwiatkowski S., 2000, *Przedsiębiorczość intelektualna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Matusiak K., Guliński J., 2010, *System transferu technologii i komercjalizacji wiedzy w Polsce – siły motoryczne i bariery*, Wydawnictwo PARP, Warszawa.
- Mieszajkina E., 2009, *The role of modern management concepts in the creation of enterprising organizations*, [w:] Sitko W., Rakowska A. (red.), *Creating the Entrepreneurship in Contemporary Organizations*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń.
- Mieszajkina E. (red.), 2015, *Przedsiębiorczość i zarządzanie w warunkach globalizacji*, Wydawnictwo WSPA, Lublin.
- Penc J., 2008, *Encyklopedia zarządzania. Podstawowe kategorie i terminy*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Studiów Międzynarodowych, Łódź.
- Płoszajski P., 2009, *Organizacja przeszłości: przerażony kameleon. W kierunku nowej filozofii zarządzania*, www2.sgh.waw.pl/sgh/katedry/ktz/ktz/zajecia/materialy (10.03.2009).
- Rudnicki S., 2013, *Nauki społeczne a komercjalizacja wiedzy. Jak humaniści tworzą innowacje dla gospodarki i społeczeństwa*, Wyższa Szkoła Europejska, Kraków.
- Schumpeter J.A., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- Science|Business Innovation Board AISBL, 2012, *Making industry-university partnerships work. Lessons from successful collaborations*, <http://www.sciencebusiness.net/Assets/94fe6d15-5432-4cf9-a656-633248e63541.pdf>.
- Sitko W., Mieszajkina E., 2011, *Kreowanie zarządzania przedsiębiorczego w organizacjach przemysłu wydobywczego*, *Przegląd Górniczy*, nr 9 (1066), s. 138–141.
- Sitko W., Mieszajkina E., 2014, *Przedsiębiorczość a biurokracja w zarządzaniu uczelniami*, *Marketing i Rynek*, nr 5, s. 861–866.
- Stowe C.R.B., 2001, *Intellectual entrepreneurship – the conversion of intellectual capital into financial capital*, [w:] Kwiatkowski S., Stowe C.R.B. (red.), *Knowledge Cafe for Intellectual Product and Intellectual Capital*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Warszawa.
- Szwed J., 2014, *Współpraca nauki i biznesu: niewykorzystany potencjał?*, <http://www.rynekpracy.pl/artykul.php/wpis.858> (4.11.2014).
- Wedziuk S., 2015, *Brak zaufania kosztuje*, <http://firma.pb.pl/4187232,62316,brak-zaufania-kosztuje> (19.06.2015).
- Wilson T., 2012, *A Review of Business-University Collaboration*, Higher Education Funding Council for England, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32383/12-610-wilson-review-business-university-collaboration.pdf.