

# Piotr Danielewicz, Mateusz Wróblewski

---

## Współpraca międzyuczelniana jako element wspierania innowacyjności w regionie

---

Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych nr 1(2), 269-277

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## WSPÓŁPRACA MIĘDZYUCZELNIANA JAKO ELEMENT WSPIERANIA INNOWACYJNOŚCI W REGIONIE

**mgr Piotr Danielewicz**

Urząd Miasta w Poznaniu

**dr Mateusz Wróblewski**

Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu

### Wprowadzenie

Transfer wiedzy i technologii ze środowiska naukowego do przemysłu najbardziej sprzyja budowaniu klimatu korzystnego dla rozwoju nauki. Wzrost społeczno – gospodarczy Polski otwiera przed nami nowe możliwości i pozwala nam zastanowić się, co zrobić by polska nauka dotrzymywała kroku najlepszym.

Pomimo, że w ostatnich latach obserwujemy pojawienie się inicjatyw ukierunkowanych na pozytywną zmianę w tym obszarze, skala transferu wiedzy z nauki do biznesu jest w Polsce nadal niezadowalająca. Rozdrobnienie instytucji oraz niedopasowanie oferty naukowej do zapotrzebowania rynku powoduje, że wciąż zbyt mało odkryć naukowych wspomaga rozwój przedsiębiorstw. Bardzo często pomijaną barierą ograniczającą efektywne wykorzystanie osiągnięć naukowych jest niewystarczające wykorzystanie narzędzi marketingowych wspomagających działalność naukową i dydaktyczną uczelni.

W pierwszej części tekstu zostaną przedstawione doświadczenia współpracy pomiędzy poznańskimi uczelniami. Część druga zawiera zapis działań Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu w kontekście podejmowanych wspólnie z innymi uczelniami działań promocyjnych. Przykład Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu wskazuje, że uczelnie w Poznaniu potrafią skutecznie wykorzystywać narzędzia marketingowe do promocji swoich osiągnięć naukowych oraz oferty dydaktycznej.

### Promocja instytucji naukowo – badawczych w Polsce

Przeprowadzone w 2007 roku na zlecenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego badania praktyki promocyjnej instytucji naukowo – badawczych w Polsce<sup>1</sup> wykazały, że w środowisku naukowym działania ukierunkowane na promocję potencjału naukowego i dydaktycznego postrzegane są jako istotne. Istnieje dość duża rozbieżność pomiędzy deklarowaną wagą tych przedsięwzięć a realnie podejmowanymi działaniami.

Znacząca część polskich uczelni zaniedbuje działania promocyjne. Brak ogólniej strategii promocji, określającej działania mające tworzyć spójny wizerunek uczelni, powoduje, że działania podejmowane są dorywczo – w odpowiedzi na bieżące potrzeby wizerunkowe.

<sup>1</sup> „Raport z drugiego etapu badań” w ramach projektu Promocja nauki (2007). Badania na zlecenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

---

W konsekwencji jednostki odpowiedzialne za promocję nie dysponują odpowiednimi narzędziami i środkami, które mogłyby być wykorzystane podczas kształtowania bardziej złożonych działań marketingowych.

Istotnym deficytem zdiagnozowanym w środowisku naukowym jest ograniczony dostęp do baz zasobów instytucji naukowo-badawczych. Jeżeli jednostki naukowe chcą aspirować do pozycji podmiotów, z którymi przedsiębiorstwa będą wchodzić w komercyjną współpracę, w pierwszej kolejności muszą jasno zdefiniować swoją ofertę. Istotne jest wskazanie pól i zakresu współpracy. Dzięki temu zainteresowani współpracą z jednostką naukową otrzymają klarowną informację, jakie potrzeby biznesowe czy technologiczne mogą być zaspokojone. Zaskakującym może być fakt, że pomimo niewątpliwego potencjału i znaczących osiągnięć naukowych, ośrodki naukowe wciąż niechętnie wykorzystują swoje sukcesy w aspekcie promocyjnym. Poza brakiem strategii promocyjnych, częściowo wynika to z niechęci samych naukowców do informowania otoczenia o swoich osiągnięciach, a także może być skutkiem ograniczeń formalno - prawnych w obrębie samych instytucji.

Zadania promujące potencjał ośrodka naukowego winny być realizowane zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz organizacji. Dzięki temu otoczenie jest informowane, jakie działania naukowe i dydaktyczne są realizowane. Promocja na zewnątrz spełnia funkcje wizerunkowe, informacyjne i użyteczne (umożliwia m.in. wdrożenia). Promowanie podejmowanych działań wewnątrz organizacji może być pomocne w wykorzystaniu potencjału innych jednostek. Dzięki temu uczelnia może tworzyć bardziej złożone oraz interdyscyplinarne zespoły, których oferta może spotkać się z jeszcze większym zainteresowaniem otoczenia. Przyczyny słabości uczelni na polu działań promocyjnych można także dostrzegać w jakości mechanizmów komunikacji. Z założenia kanały komunikacji powinny być maksymalnie dostępne i przejrzyste. Okazuje się jednak, że niekiedy komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna zawodzi. Bariery komunikacyjne wynikają m.in. z niewystarczającej liczby „punktów kontaktowych” na uczelniach. Osoba czy instytucja zainteresowana współpracą z uczelnią bardzo często nie wie, do kogo powinna się zgłosić, aby uzyskać informację na temat możliwości współpracy.

Negatywnie na potencjał promocyjny uczelni bez wątpienia wpływają także ograniczenia formalno – prawne podejmowania współpracy ośrodków naukowych z sektorem gospodarki. Zasadniczą przyczyną takiego stanu rzeczy jest złożona. Warto mieć świadomość, że skomplikowanie oraz niejasność procedur podejmowania współpracy z zewnętrznymi podmiotami powoduje, że transfer osiągnięć naukowych z nauki do biznesu często odbywa się z pominięciem uczelni. Naukowcy i zainteresowani przedsiębiorcy mając świadomość ograniczeń często wybierają mniej skomplikowaną i niewątpliwie bardziej korzystną finansowo formę współpracy bezpośredniej. Skutkuje to tym, że wiele osiągnięć naukowych wdrażanych poza uczelniami nie może stać się przedmiotem promocji uczelni.

Ostatnim, aczkolwiek nie mniej istotnym elementem, który negatywnie wpływa na potencjał marketingowy uczelni są kompetencje samych pracowników naukowych w tym zakresie. Brak zrozumienia konieczności podejmowania działań promocyjnych, powoduje, że wiele osiągnięć naukowych o potencjale promocyjnym nie jest wystarczająco promowanych.

W 2006 roku Miasto Poznań, w partnerstwie z Poznańskim Parkiem Naukowo-Technologicznym, rozpoczęło realizację projektu pn. „Opracowanie modelu wspierania przedsiębiorczości akademickiej w Wielkopolsce”<sup>2</sup> (Działalność 2.6 ZPORR). Celem projektu było przeprowadzenie badań nad przedsiębiorczością akademicką w regionie, zdiagnozowanie barier jej rozwoju oraz stworzenie zestawu instrumentów jej wsparcia rekomendowanych do praktycznego wdrożenia.

Przygotowany w ramach projektu raport wskazał na bardzo istotne bariery, ograniczające efektywne wykorzystanie potencjału lokalnych uczelni. Pomimo, że projekt skupiał się na zagadnieniach przedsiębiorczości akademickiej warto zwrócić uwagę na niektóre z wniosków. W raporcie zwrócono m.in. uwagę na aspekt przedsiębiorczości samej uczelni, która zdefiniowana została jako zdolność uczelni do pozyskiwania pozabudżetowych źródeł finansowania. Znajomość rynku oraz zdolność do odpowiadania na zdiagnozowane zapotrzebowanie lokalnych przedsiębiorstw i instytucji okazała się niezadowolająca. Stopień przedsiębiorczości uczelni określił zatem także pośrednio poziom zaawansowania uczelni w stosowaniu efektywnych technik marketingowych.

### **Działania na rzecz promocji i współpracy ośrodków naukowych podejmowane przez Miasto Poznań oraz poznańskie uczelnie wyższe**

Poznań to znaczący ośrodek naukowo - badawczy w Polsce. Badania naukowe prowadzone są nie tylko przez uczelnie wyższe, ale także przez blisko 50 placówek naukowo - badawczych. Ten znaczący potencjał może i powinien odegrać decydującą rolę w rozwoju nowoczesnej i konkurencyjnej gospodarki Wielkopolski. Mając na uwadze potencjał naukowo – badawczy, władze Miasta Poznania uznały, że wspieranie procesu transferu wiedzy i technologii z uczelni i placówek naukowych do przedsiębiorstw będzie jednym z priorytetowych celów nowej „Strategii dla Miasta Poznania do roku 2030”. W dokumencie określającym najbardziej istotne z punktu widzenia rozwoju Miasta zagadnienia, duży nacisk położono na wspieranie i promocję lokalnych ośrodków naukowych.

Jednym z narzędzi, realizujących cele Strategii jest Program Wspierania Projektów Innowacyjnych (PWPI). Program to wspólna inicjatywa Miasta Poznania oraz siedmiu poznańskich publicznych szkół wyższych – Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu, Politechniki Poznańskiej, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu oraz Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.

Celem Programu Wspierania Projektów Innowacyjnych jest wzmocnienie w Wielkopolsce powiązań sfery badawczo-rozwojowej (B+R) z gospodarką poprzez promocję uczelni jako źródła rozwiązań opartych na wiedzy adresowanych do przedsiębiorców, wsparcie współpracy nauki z biznesem, wsparcie rozwoju innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej oraz promocję projektów innowacyjnych w środowisku inwestorów. Program Wspierania Projektów Innowacyjnych jest przedsięwzięciem promującym nie-

---

<sup>2</sup> „Opracowanie modelu wspierania przedsiębiorczości akademickiej w Wielkopolsce - Raporty z badań przeprowadzonych w ramach projektu” (2007). Miasto Poznań i Fundacja Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza – Poznański Park Naukowo - Technologiczny.

---

tylko osiągnięcia i potencjał wielkopolskiej nauki, ale przede wszystkim współpracę jej przedstawicieli z biznesem. Niewątpliwą korzyścią wynikającą z Programu PWPI są działania realizowane wspólnie przez poznańskie uczelnie. Szeroka współpraca środowiska akademickiego Poznania stanowi okazję do wymiany wiedzy i doświadczeń a także umożliwia realizowanie działań w większej skali, skierowanych do znaczącego grona odbiorców.

W ramach Programu Wspierania Projektów Innowacyjnych realizowane są projekty finansowane zarówno z budżetu Miasta Poznania jak i współfinansowane ze środków unijnych. Obecnie realizowanych jest pięć projektów.

### **Międzyuczelniana Sieć Promotorów Przedsiębiorczości Akademickiej (MSPPA)**

Międzyuczelniana Sieć Promotorów Przedsiębiorczości Akademickiej (MSPPA) jest instrumentem wsparcia współpracy naukowców i przedsiębiorców zainteresowanych komercjalizacją osiągnięć naukowych. Niezbędnym warunkiem podjęcia współpracy jest możliwość spotkania przedstawicieli nauki i biznesu. Okazuje się jednak, że dotychczas brakowało na uczelniach osób odpowiedzialnych za kontakt z sektorem biznesu. Sieć MSPPA jest odpowiedzią na to zapotrzebowanie. Rdzeniem działań w ramach MSPPA jest aktywność promotorów przedsiębiorczości akademickiej - osób, których zadaniem jest kontakt z naukowcami w celu kompletowania i publikowania informacji o wynikach prac badawczych oraz usługach eksperckich, które mogą spotkać się z zainteresowaniem przedsiębiorców. Promotor jest także osobą, która towarzyszy przedsiębiorcom i naukowcom w procesie komercjalizacji oferowanego rozwiązania lub usługi.

W projekt zaangażowanych jest siedem publicznych uczelni wyższych z Poznania. Na każdej uczelni działa współfinansowany przez Miasto Poznań promotor przedsiębiorczości akademickiej, powołany na to stanowisko przez Rektora uczelni. W projekcie udział biorą: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Uniwersytet Ekonomiczny, Uniwersytet Przyrodniczy, Uniwersytet Medyczny, Akademia Wychowania Fizycznego, Uniwersytet Artystyczny oraz Politechnika Poznańska. Lista ta nie jest zamknięta. W przyszłości planuje się rozszerzenie Sieci o ośrodki naukowo- badawcze oraz o uczelnie niepubliczne.

W trakcie realizacji projektu duży nacisk położono na wsparcie merytoryczne osób zaangażowanych w realizację projektu. Od samego początku projekt wspierany jest przez doświadczonych i kompetentnych rzeczników patentowych, którzy udzielają merytorycznego wsparcia promotorom przedsiębiorczości akademickiej.

Projekt MSPPA jest ściśle powiązany z projektem Wielkopolska Platforma Innowacyjna (WPI). Efekty pracy promotorów przedsiębiorczości akademickiej w postaci ofert współpracy uczelni z sektorem gospodarki zamieszczane są w bazie dostępnej na stronach portalu Wielkopolska Platforma Innowacyjna.

### **Wielkopolska Platforma Innowacyjna (WPI)**

Funkcjonowanie portalu Wielkopolska Platforma Innowacyjna zostało zapoczątkowane poprzez projekt pod nazwą „Utworzenie Wielkopolskiej Platformy Innowacyjnej” (Działalność 2.6 ZPORR). Po zakończeniu

projektu i jego finansowania ze środków unijnych uznano, że projekt warto kontynuować. Podjęto decyzję, że projekt w nieznacznie zmienionej formie będzie finansowany z budżetu Miasta Poznania.

Wielkopolska Platforma Innowacyjna (WPI) jest internetowym portalem, poświęconym tematyce innowacji, na którym udostępniana jest baza ofert poznańskich uczelni, skierowanych do przedsiębiorców. Prezentowane oferty podzielone są na kategorie takie jak: usługi pomiarowe, usługi badawcze oraz wyniki prac badawczych. Wyszukiwarka pozwala na szybkie odnalezienie oferty zgodnej z zapotrzebowaniem zainteresowanego przedsiębiorcy czy instytucji. Dzięki portalowi nowe rozwiązania technologiczne opracowane przez poznańskich naukowców mogą znaleźć drogę do praktycznego zastosowania w gospodarce.

Na stronie internetowej portalu dostępny jest także serwis informacyjny, na którym umieszczane są informacje na temat innowacji i transferu technologii, źródeł finansowania nowatorskich inwestycji czy aspektów prawnych współpracy pomiędzy instytucjami naukowymi a przedsiębiorcami. Na stronie nie brakuje także bieżących informacji o specjalistycznych szkoleniach i konferencjach.

### **„Naukowiec w biznesie – staże pracowników naukowych w przedsiębiorstwach”**

Projekt „Naukowiec w biznesie – staże pracowników naukowych w przedsiębiorstwach” dofinansowany jest z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki w ramach Priorytetu VIII - Poddziałanie 8.2.1 Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw. Projekt obejmuje organizację staży oraz praktycznych szkoleń skierowanych do pracowników naukowych. Celem staży jest rozwój współpracy oraz zwiększenie transferu wiedzy i wzmocnienie powiązań pomiędzy ośrodkami naukowymi w Wielkopolsce a przedsiębiorstwami. Dzięki stażom i szkoleniom naukowcy zdobywają wiedzę jak nawiązywać współpracę z firmami i na jakich zasadach powinna się ona opierać. Ponadto naukowcy mają okazję do zapoznania się ze specyfiką procesów produkcyjnych oraz strukturą i kulturą organizacyjną przedsiębiorstw. Pozytywny wpływ realizowanego projektu będzie objawiał się w zwiększonej motywacji uczestników do komercjalizacji swoich osiągnięć naukowych oraz przyczyni się do podniesienia świadomości korzyści płynących ze współpracy środowiska naukowego z przedsiębiorstwami.

Bez wątpienia projekt służy także kształtowaniu wizerunku pracowników ośrodków naukowo-badawczych. Wybrani do udziału w projekcie pracownicy naukowcy realizując staże w przedsiębiorstwach przyczyniają się do promocji lokalnej nauki. Firmy biorące udział w projekcie mają okazję do poznania przedstawicieli nauki, którzy dzięki swojej wiedzy i naukowej ambicji będą mogli w przyszłości wspierać rozwój lokalnej gospodarki.

### **„Pierwszy krok we własny biznes”**

Projekt dofinansowany ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w ramach przedsięwzięcia „Kreator innowacyjności. Wsparcie innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej”, realizowany jest w partnerstwie z Poznańskim Parkiem Naukowo-Technologicznym. Projekt adresowany jest do przedsiębiorczych studentów oraz pracowników naukowych. Autorzy biznesowych pomysłów zainspirowanych wiedzą i doświadczeniem zdobytym na uczelniach mają szansę zaprezentowania swoich pomysłów przed inwe-

---

storami rynku *venture capital*. Projekt może otworzyć przed przedstawicielami środowiska naukowego drzwi do długotrwałej współpracy z inwestorami. Dzięki bliskiej współpracy z reprezentantami rynku *venture capital*, uczestnicy projektu mają niepowtarzalną okazję nawiązania bezpośrednich relacji biznesowych. Instytucje z odpowiednim kapitałem i renomą zapewniają nie tylko stabilność finansową, ale także wsparcie merytoryczne. Działania promujące projekt wsparte przez promotorów przedsiębiorczości akademickiej umożliwiły dotarcie do szerokiego grona zainteresowanych.

### **Poznańskie Dni Przedsiębiorczości Akademickiej**

Organizatorami Poznańskich Dni Przedsiębiorczości Akademickiej obok Miasta Poznania są: InQbator Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego Fundacji UAM, Uczelniane Centrum Innowacji i Transferu Technologii UAM, Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości.

Celem odbywającego się corocznie wydarzenia pn: Poznańskie Dni Przedsiębiorczości Akademickiej jest zbliżenie świata nauki i biznesu. Współpraca z poznańskimi uczelniami wyższymi podczas organizacji tego wydarzenia pozwala na przygotowanie kompleksowej oferty skierowanej do środowiska akademickiego Poznania. Uczelnie biorące udział w przedsięwzięciu, mają okazję do zaprezentowania owoców swojej działalności, a podejmowane wspólnie działania zwiększają siłę promocyjnego oddziaływania. Udział promotorów przedsiębiorczości akademickiej (MSPPA) oraz osób prowadzących miejskie projekty stopniowo przyczynia się do zmiany w kierunku postrzegania uczelni jako nowoczesnych jednostek nastawionych na rozwój i współpracę.

### **Doświadczenia Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu w obszarze promocji i współpracy międzyuczelnianej**

Problematyka ujęta z punktu widzenia Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu może mieć nieco subiektywny charakter przede wszystkim z racji specyfiki działalności naukowej stanowiącej jego fundament dydaktyczny. Jest to działalność stricte twórcza i jakakolwiek praca badawcza jest zawsze, co najwyżej analitycznym wstępem do syntezy wniosków, w osiągnięciu której najistotniejszym czynnikiem pozostaje intuicja autora dzieła. Być może z punktu widzenia szczegółowej metodyki działań w tym punkcie kończą się podobieństwa pomiędzy artystami malarzami, rzeźbiarzami czy projektantami. Jednak fakt, iż wszyscy oni pozostają artystami ma zasadniczy wpływ na model oferty, jaką wnoszą na rynek. I nie mówię tu o problemie „komercji” czy „konsumpcji” - słów, które w świecie prawdziwych humanistów mają wydźwięk przynajmniej ambiwalentny. Chodzi raczej o język dialogu pomiędzy dydaktykami i wychowankami uczelni artystycznych a jak najszerszą rzeszą odbiorców.

W dalszym biegu rzeczy przedstawiona zostanie specyfika wydziałów projektowych Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu, one bowiem w ostatnich latach znalazły się w centrum uwagi wielu podmiotów, a to za przyczyną faktu, iż słowa: design i innowacja stanowią obecnie najprostszą furtkę dla zdobycia szeregu dofinansowań, zwłaszcza unijnych. Furtkę tym prostszą, iż zarówno design, jak innowacja nie są pojęciami jasno zdefiniowanymi i pozwalają na stosowanie szerokiego wachlarza interpretacji.

Designera powinienem cieszyć fakt, iż słowo design zdobyło w ostatnich latach znaczącą moc. Design powinien towarzyszyć każdej dziedzinie gospodarki. Stąd tak ważne staje się promowanie jednostek naukowych stojących na straży idei, jakie przyświecają dobremu designowi. Ma to przemożny wpływ na pozycję młodych, coraz wszechstronniej kształconych designerów startujących w życiu zawodowym. A to znowu przekłada się na jakość życia każdego obywatela.

Traktowanie designu, jako niezbędnego katalizatora reakcji zachodzących we współczesnym biznesie prowadzi do prostej konkluzji, która stanowi częściowo odpowiedź, dlaczego tematyka współpracy międzyuczelnianej jako element wspierania rozwoju innowacyjności w regionie podejmowana jest przez przedstawiciela Uniwersytetu Artystycznego. Otóż design sam w sobie jako czysta idea nie ma racji bytu. Tym różni się od zapisanej na pudełku od zapalek strofy wiersza. Design dla udowodnienia swojej wartości potrzebuje przybrania formy produktu i zaistnienia na rynku - realizuje się w dialogu z jednostkami odpowiedzialnymi za jego zmaterializowanie. Do przypadków marginalnych należą współcześnie designerzy, którzy oprócz projektowania zajmują się wytwarzaniem, promocją i sprzedają swoich rozwiązań. Ale nawet oni potrzebują zorganizowanego zaplecza wspomagającego ich działalność.

Niestety, gdy spojrzymy na to z drugiej strony, wiele gałęzi przemysłu radzi sobie bez designu, czego przykładem mogą być chociażby walory wizualne polskich fotoradarów (nie liczę kilku akurat dobrze zaprojektowanych stojących na terenie Województwa Pomorskiego). Polscy designerzy wciąż są najłatwiejszym do wyeliminowania ogniwem w procesie powstawania nowego produktu. Cierpi na tym nie tylko nasze oko, ale w wielu przypadkach w ostatecznym rozrachunku również kieszeń.

Na początku roku 2011 promotorzy przedsiębiorczości akademickiej skupieni wokół Programu Wspierania Projektów Innowacyjnych przeprowadzili eksperyment mający na celu wykazanie sieci wzajemnych zależności pomiędzy różnymi dziedzinami nauki reprezentowanymi przez siedem poznańskich uczelni wyższych: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Uniwersytet Ekonomiczny, Uniwersytet Przyrodniczy, Uniwersytet Medyczny, Politechnikę Poznańską, Akademię Wychowania Fizycznego oraz Uniwersytet Artystyczny. Pomysł opierał się na szczegółowym przedstawieniu narodzin, wejścia na rynek dalszych losów abstrakcyjnego produktu poprzez opisanie grup profesjonalistów odpowiedzialnych za każdy etap powyższego procesu. Aby rzecz ująć możliwie najszerzej określona została wstępna charakterystyka produktu: powinien być popularny, jednak odnosić się do konkretnego modelu użytkowania stawiającego mu na samym początku konkretne wymagania użytkowe. Ponadto rynek musi windować dla niego poprzeczkę pod kątem cenowym, wizualnym, poziomu konkurencji, ekologicznym etc. W związku z tym, iż „Wielkopolska meblem stoi” jako *case study* wybrany został fotel biurowy. Wspólnie z prof. Jerzym Smardzewskim z Uniwersytetu Przyrodniczego i dr. Piotrem Ratajczykiem z Uniwersytetu Ekonomicznego mając na uwadze sugestie promotorów przedsiębiorczości akademickiej z pozostałych wymienionych wyżej uczelni opracowana została prezentacja, która jako film animowany wzbogacony materiałem zdjęciowym miała swoją premierę 7 kwietnia 2011 roku podczas Poznańskich Dni Przedsiębiorczości na Międzynarodowych Targach Poznańskich.



---

Tytuł prezentacji „Design: symbioza twórczości z nauką” podkreślał charakter relacji pomiędzy światem twórców i naukowców wskazując wyraźnie, iż we współczesnym świecie nie może być miejsca dla produktu źle zaprojektowanego. W mowie wstępnej dr Piotr Ratajczyk (UEP) zaznaczył, że światowy rozwój gospodarczy powinien przebiegać pod szyldem *total design* wymagającym od designerów przede wszystkim holistycznego widzenia produktu jako czynnika wpływającego na równowagę zarówno ekologiczną jak społeczną.

Niezwykle istotną zdobyczą powyższej prezentacji było wyznaczenie podziału obowiązków profesjonalistów reprezentujących wszystkie poznańskie uczelnie w procesie powstawania idealnego fotela biurowego. Film<sup>3</sup> w całości dostępny jest na stronie projektu Wielkopolskiej Platformy Innowacyjnej realizowanego w ramach Programu Wspierania Projektów Innowacyjnych.

Przełożenie powyższej szesnastoetapowej formuły w praktyczne działania będzie kwestią lat. Krzepiący i zdecydowanie optymistyczny jest jednak fakt, iż niejako w odpowiedzi na tę deklarację nastąpiło wyraźne zbliżenie Katedry Mebla Uniwersytetu Artystycznego z Katedrą Meblarstwa Uniwersytetu Przyrodniczego. Plany utworzenia międzyuczelnianego kierunku kształcącego projektantów i technologów „w jednym” to pierwsza w Polsce inicjatywa połączenia doświadczeń twórczych i badawczych mających na celu uformowanie absolwenta wyczekiwanego przez dynamicznie rozwijający się polski przemysł meblarski. W dobie rosnącej specjalizacji, która stopniowo zagraża pełnemu ogarnianiu problemów o charakterze globalnym, potrzeba „ludzi renesansu” obdarzonych zarówno detaliczną wiedzą, jak erudycją ogólną kształtującą świadomość kontekstu dla określonego rozwiązania.

Dowodem słuszności powyższej tezy mogą być wyjątkowo pozytywne rezultaty trwającej od roku 2003 współpracy Uniwersytetu Artystycznego z Politechniką Poznańską w ramach Kierunku Architektura i Urbanistyka na Wydziale Architektura i Wzornictwo UAP. Kształceni przez dwie uczelnie studenci mają nie tylko szerszy światopogląd wynikający z uwarunkowań lokalnych, lecz także korzystają z podwójnej puli możliwości częściowego studiowania za granicą poprzez programy Erasmus, Socrates i inne. Dyplom magisterski przyznaje im jednocześnie tytuł inżyniera, co zdecydowanie ułatwia start w zawodzie projektanta.

Kierunek Architektura i Urbanistyka kształci studentów odnoszących sukcesy na całym świecie. Warto chociażby wspomnieć do niedawna pracujących zespołowo Agnieszkę Nowak, Hugona Kowalskiego i Ryszarda Rychlickiego i ich wyróżnienia w konkursach na zagospodarowanie London Bridge czy Muzeum Mody w Tokio.

---

<sup>3</sup> [http://www.wpi.poznan.pl/galeria/2\\_4.html](http://www.wpi.poznan.pl/galeria/2_4.html)

## Zakończenie

Doświadczenia zdobyte podczas realizacji przedstawionych projektów utwierdzają w przekonaniu, że pomimo wielu sukcesów na polu międzyuczelnianej współpracy nadal wiele aspektów funkcjonowania ośrodków naukowych wymaga udoskonalenia. Dalszych prac usprawniających wymaga także model wspierania nauki realizowany przez Miasto Poznań. Dobra wola władz zarówno Miasta jak i poznańskich uczelni pozwala z nadzieją i optymizmem patrzeć w przyszłość lokalnej nauki. Bez wątpienia o wartości projektów Programu Wspierania Projektów Innowacyjnych świadczy zawiazane partnerstwo władz samorządu i lokalnych uczelni wyższych. Dzięki współpracy osiągnane są cele, które realizowane w odosobnieniu z całą pewnością nie przyniosłyby porównywalnych rezultatów.

## Bibliografia

1. „Opracowanie modelu wspierania przedsiębiorczości akademickiej w Wielkopolsce - Raporty z badań przeprowadzonych w ramach projektu” (2007). Miasto Poznań i Fundacja Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza – Poznański Park Naukowo - Technologiczny,
2. „Raport z drugiego etapu badań” w ramach projektu Promocja nauki (2007). Badania na zlecenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

## Strony internetowe

- [http://www.wpi.poznan.pl/galeria/2\\_4.html](http://www.wpi.poznan.pl/galeria/2_4.html)