

Daniel Szostak

Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – wprowadzenie do problematyki

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 33, 63-76

2014

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*DANIEL SZOSTAK*¹

Uniwersytet Szczeciński

INNOWACYJNA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ AKADEMICKA – WPROWADZENIE DO PROBLEMATYKI

Streszczenie

Problematyka funkcjonowania przedsiębiorczości akademickiej jest zagadnieniem nowym, ale jednocześnie bardzo istotnym z punktu widzenia kreowania nowych miejsc pracy (jako forma samozatrudnienia). Przedsiębiorczość akademicka jest również sposobem na transfer z uczelni do praktyki gospodarczej wiedzy i technologii – oraz na ich komercjalizację. Ważnym aspektem związanym z tą problematyką jest identyfikacja źródeł finansowania działalności innowacyjnej, często traktowanej przez potencjalnych inwestorów (fundusze inwestycyjne, banki) jako aktywność bardzo ryzykowna gospodarczo, a same innowacyjne pomysły, które mogłyby być przetransferowane do rzeczywistości gospodarczej, wymagają czasu na rozwinięcie i wdrożenie w postaci gotowych produktów. Szczególnym przykładem przedsiębiorczości akademickiej są firmy typu spin off i spin out. Źródłem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa spin off/spin out powinna być zarówno wysoka innowacyjność procesowa, jak i produktowa. Innowacyjność ta powinna z kolei mieć swoje źródło w dobrach intelektualnych tworzonych na uczelni przez pracowników naukowych, studentów lub absolwentów, którzy wnoszą je aportem do nowo powstałej firmy (najczęściej jako podstawowy kapitał rozwojowy).

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość akademicka, innowacje, komercjalizacja wiedzy

¹ daniel.szostak@wp.pl

Wprowadzenie

Współcześnie przedsiębiorstwa nie są już tylko pasywnym odbiorcą innowacji technologicznych pozyskiwanych z różnych sektorów i przedsiębiorstw na zasadzie dyfuzji, ale też same stają się autorami i implementatorami wielu swoich innowacji. Niekiedy na ich rzecz pracują różni innowatorzy, których głównym zadaniem jest np. kreowanie innowacji czysto specjalistycznych, branżowych (np. firmy akademickie typu spin out wykorzystują i komercjalizują pomysły, patenty pracowników naukowych danej uczelni). Jednocześnie działalność innowacyjna polega, w odniesieniu do wielu obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw, na przyswajaniu nowych technologii pozyskanych z różnych innowacyjnych sektorów, najczęściej przemysłowych. Równocześnie dobra i usługi coraz częściej zaczynają w samych przedsiębiorstwach odgrywać główną rolę w procesach innowacyjnych, a niejednokrotnie stają się także determinantami zachowań innowacyjnych firm produkcyjnych².

Celem artykułu jest zaprezentowanie i zdefiniowanie współczesnej przedsiębiorczości akademickiej oraz zainicjowanie dyskusji nad problematyką funkcjonowania na rynku przedsiębiorstw akademickich, ze szczególnym uwzględnieniem barier ich rozwoju oraz identyfikacji podstawowych źródeł finansowania tego typu działalności gospodarczej.

Istota działalności innowacyjnej

Praktyka pokazuje, że we współczesnej gospodarce szczególną rolę odgrywają trzy rodzaje innowacji:

- innowacje transformujące całe przemysły; zalicza się do nich rozwiązania i pomysły umożliwiające np. realizację przedsięwzięcia, które w przeszłości nie było możliwe; innowacje takie najczęściej rewolucjonizowały rynek oraz powodowały wzrost zatrudnienia; przykładami takich innowacji był m.in. model T Forda czy komputer osobisty,
- innowacje podtrzymujące; ulepszają istniejące produkty, ale w ich wyniku nie przybywa miejsc pracy; innowacje takie często przyczyniają się do kanibalizacji produktu (jeden produkt zastępuje drugi),

² P. Niedzielski, *Usługi jako obszar innowacyjności – wskazówki dla przedsiębiorców na przykładzie rynku TSL*, Ekonomiczne Problemy Usług nr 13, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 480, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 343–347.

- innowacje wydajnościowe; ich celem nie jest tworzenie nowego produktu, ale usprawnienie procesu wytwarzania, marketingu lub dystrybucji produktu już istniejącego, a także minimalizacja kosztów działalności³.

Wdrażanie działań innowacyjnych oraz stosowanie określonych innowacji pozyskanych z rynku lub samemu wykreowanych, bazujących na własnym lub cudzym doświadczeniu i praktyce rynkowej, jest bardzo często odbierane przez różnych partnerów rynkowych jako przejaw nowoczesnego działania. Dla wielu firm innowacyjność ma konsekwencje albo praktyczne – wiążące się z osiągnięciem określonej wydajności lub rentowności, albo prestiżowe – wiążące się z budową marki firmy i oferowanego produktu, albo też wynikające z przyjętych działań rozwojowych i strategicznych, wiążących się z ogólnymi trendami rynkowymi, które mają wpływ na sam rynek oraz poszczególne przedsiębiorstwa. Według słownika wyrazów obcych słowo „innowacja” (łac. *innovatio* – odnowienie) oznacza wprowadzenie czegoś nowego, rzecz nowo wprowadzoną, nowość, reformę⁴.

Obok innowacji związanych z działalnością i produkcją przemysłową (produkcją dóbr rzeczowych) coraz istotniejszymi współcześnie stają się innowacje w sferze świadczenia usług, czyli inaczej – innowacje usługowe. Takie wyraźne rozróżnienie wynika z faktu, że usługi charakteryzują się odmiennymi od dóbr rzeczowych cechami, tj. niematerialnym charakterem, jednością konsumpcji i produkcji, niezbędnym udziałem konsumenta w procesie produkcji i świadczenia usługi, dużym zaangażowaniem pracy żywej w procesie świadczenia konkretnych usług itp. Współczesna innowacja nie musi więc być techniczna, a nawet – materialna⁵.

W ramach realizacji idei innowacyjności można m.in.: tworzyć nowe lub udoskonalać dotychczasowe produkty, stosować nowe lub udoskonalać metody procesu produkcji, zastosować nowe sposoby interakcji z klientami lub dostawcami, wprowadzać zmiany w organizacji produkcji i realizacji poszczególnych dóbr lub usług⁶.

Wdrażanie i kreowanie innowacji jest traktowane przez właścicieli i menedżerów przedsiębiorstw jako przejaw realizacji w praktyce nowoczesnego stylu

³ *Czy winne są innowacje?*, „Gazeta Wyborcza” z 8.04.2013 r., s. 20.

⁴ www.slownik-online.pl/kopalinski (1.04.2008).

⁵ P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 40.

⁶ P. Niedzielski, J. Markiewicz, K. Rychlik, T. Rzewuski, *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 23–24, 30.

zarządzania organizacją i wiąże się z nowoczesnością w działaniu. Tak też mogą postrzegać innowacyjną firmę zarówno jej pracownicy, jak i partnerzy rynkowi (np. konkurencja, klienci, dostawcy).

Podmioty gospodarcze coraz częściej prowadzą lub zamierzają prowadzić szeroko rozumianą działalność innowacyjną i poszukują wszelakich innowacji wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. Źródłem innowacji, a także inspiracją do działań innowacyjnych mogą być sami pracownicy, co wymaga od pracodawcy zaangażowania się na rzecz stworzenia systemu sugestii i pomysłów generowanych przez kadrę zatrudnioną w danej firmie, a także odpowiedniego systemu narzędzi motywujących do działań proinnowacyjnych. W wielu firmach zarządzający (menedżerowie i właściciele) są świadomi, że aby osiągnąć odpowiedni poziom innowacyjności, należy zbudować proinnowacyjne firmowe środowisko, a strukturę organizacyjną oprzeć na funkcjonowaniu innowacyjnych zespołów. Ważnym zagadnieniem staje się również rozsiewanie innowacji (dystrybucja, sprzedaż), jak również absorpcja innowacji, czyli jej efektywne pozyskiwanie z otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa.

Komercjalizacja wiedzy akademickiej

Praktyka pokazuje, że innowacje są jednym z najistotniejszych czynników wpływających pozytywnie na produktywność, wydajność oraz wzrost gospodarczy poszczególnych przemysłów, a także funkcjonujących na rynku przedsiębiorstw. Innowacyjna przedsiębiorczość bardzo często wynika z wdrażanych mechanizmów komercjalizacji wiedzy. Można również wyciągnąć następujący wniosek: innowacyjna przedsiębiorczość jest wynikiem sprawnej komercjalizacji wiedzy, zarówno przez samych przedsiębiorców, jak i innych aktywnych uczestników wymiany, np. wynalazców, uczelnie wyższe, instytucje badawczo-rozwojowe.

Innowacje są najczęściej identyfikowane ze sferą B+R, czyli badaniami i rozwojem. Sferę B+R określa się jako ogół instytucji i osób zajmujących się pracami twórczymi, podejmowanymi dla zwiększenia zasobu wiedzy, jak również dla znalezienia nowych zastosowań dla tej wiedzy w praktyce, szczególnie w obszarze gospodarczej aktywności, tj. wytwórczej, produkcyjnej, usługowej, przedsiębiorczej. Do B+R zalicza się w Polsce m.in. następujące podmioty:

- placówki naukowe Państwowej Akademii Nauk,
- jednostki badawczo-rozwojowe (JBR),
- jednostki prywatne, najczęściej komercyjne, zajmujące się według PKD nauką,

- szkoły wyższe publiczne i niepubliczne (państwowe i prywatne),
- jednostki obsługi nauki (np. biblioteki naukowe, wszelkie archiwa, stowarzyszenia badawcze i rozwojowe, fundacje itp.),
- przedsiębiorstwa akademickie (w tym firmy typu spin off i spin out)⁷.

Sfera badawczo-rozwojowa odgrywa bardzo istotną rolę w procesie tworzenia wiedzy (w tym technologii), ale także w jej transferze do gospodarki realnej, przede wszystkim do konkretnych przedsiębiorstw produkcyjnych oraz poprzez kreowanie innowacyjnych przedsiębiorstw (np. odpryskowych, akademickich typu spin off, spin out). Tworzenie wiedzy jest domeną głównie różnych jednostek naukowych (w szczególności uczelni wyższych), czasem także indywidualnych wynalazców (działających niekiedy jako innowacyjni przedsiębiorcy), natomiast jej wdrażaniem zajmują się głównie przedsiębiorstwa i przedsiębiorcy⁸.

Transfer wiedzy polega na przekazywaniu określonych informacji, ale w odróżnieniu od transferu technologii nie jest to wiedza o charakterze technicznym. Może to być np. wiedza ekonomiczna, dotycząca zarządzania i organizacji, marketingu itp. Natomiast transfer technologii to przekazywanie know-how (wiedzy praktycznej), określonej wiedzy technicznej i organizacyjnej w celu jej gospodarczego (komercyjnego) wykorzystania. Transfer technologii to proces zasilania rynku technologiami, stanowiący szczególny przypadek procesu komunikowania się. Jego istotą jest zatem nie tylko transfer samej wiedzy technicznej, ale także umiejętności jej zastosowania. Często wiąże się ze szkoleniem pracowników i dostarczaniem wsparcia eksperckiego w postaci nadzoru i doradztwa technicznego. Transfer technologii może też wymagać zakupu licencji, nowych linii produkcyjnych, maszyn i urządzeń. W ujęciu wąskim transfer technologii często jest definiowany jako sprzedaż licencji, patentów, wzorów użytkowych i know-how⁹. Do źródeł i metod transferu technologii zalicza się głównie następujące kanały, działania i inicjatywy proinnowacyjne:

- zamówienia na innowacje oraz realizację B+R, zlecane głównie przez duże przedsiębiorstwa produkcyjne i usługowe (w tym korporacje), agencje i programy rządowe,
- inwestycje bezpośrednie, współpraca i fuzje firm, joint ventures,
- rynek technologii obejmujący obrót patentami, licencjami i know-how,

⁷ *Proces tworzenia wiedzy oraz transferu osiągnięć naukowych i technologicznych do biznesu*, red. M.A. Weresa, K. Poznańska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012, s. 18.

⁸ *Ibidem*, s. 18–19.

⁹ *Ibidem*, s. 19.

- zakup maszyn i urządzeń technicznych (modernizacja), będący rodzajem przenoszenia (wraz z rzeczowymi składnikami) nowej techniki, która swoją konstrukcją i sposobem działania może inspirować do naśladowania lub do tworzenia rozwiązań doskonalących,
- proces dydaktyczny prowadzony na uczelniach wyższych, szczególnie na kierunkach kształcenia, na które jest wysokie zapotrzebowanie na rynku pracy (studenci przenoszą nabytą wiedzę w życie zawodowe m.in. poprzez praktyki, staże, pracę najemną oraz zakładanie innowacyjnych przedsiębiorstw własnych typu spin off),
- prace naukowe i popularnonaukowe, konferencje, seminaria,
- nieformalne i formalne kontakty naukowców z praktykami (konkretnymi przedsiębiorcami), owocujące wymianą doświadczeń, w szczególności w postaci różnego rodzaju form doradztwa, ekspertyz oraz zakładania firm akademickich typu spin out,
- wymiana pracowników między przedsiębiorstwami, oddziałami różnych przedsiębiorstw, między przedsiębiorstwami i jednostkami dydaktyczno-naukowymi,
- kontakty indywidualnych wynalazców z praktykami oraz naukowcami, ze szczególnym uwzględnieniem różnych form dalszych badań i konkretnej komercjalizacji wiedzy,
- kopiowanie i wdrażanie obcych rozwiązań dostępnych prawnie na rynku (zjawisko to rozumiane jest często jako dyfuzja innowacji, benchmarking),
- doradztwo i pośrednictwo technologiczne,
- informacje o nowych technologiach, inspirowanie transferu,
- wspieranie przedsięwzięć innowacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach, szczególnie akademickich, a także wspieranie innowacyjnej przedsiębiorczości¹⁰.

System komercjalizacji wiedzy wymaga szczególnego zaangażowania odbiorcy technologii, zwłaszcza w zakresie:

- kreowania czynnika zwiększania symetrycznej interakcji w transferze technologii i innowacji – generowanie oraz absorbowanie innowacji,
- definiowania zakresu niezbędnych badań oraz konkretnych prac rozwojowych,
- składania zamówienia na określone innowacje i technologie,
- definiowania warunków i oczekiwań,

¹⁰ *Ibidem*, s. 19–20.

- aktywnego uczestniczenia w trakcie powstawania wiedzy,
- konsultowania się z twórcą wiedzy na każdym etapie jej powstawania i komercjalizacji,
- kreowania bliskich i trwałych relacji między twórcą i odbiorcą.

Współpraca w zakresie komercjalizacji wiedzy, transferu technologii oraz kreowania innowacji między uczelniami a przedsiębiorstwami może przyjmować rozmaite formy, jak na przykład:

a) współpraca nieinstytucjonalna:

- indywidualne kontakty pracowników naukowych z partnerami z sektora biznesu,
- doradztwo (np. wykonywanie ekspertyz na zlecenie, wymiana poglądów i doświadczeń na konferencjach),
- transfer określonej wiedzy w różnej postaci (np. opisy nowych metod organizacyjnych, udzielanie licencji na nową technologię),
- doskonalenie zawodowe (np. szkolenia i programy edukacyjne dla pracowników przedsiębiorstwa),
- czasowa wymiana specjalistów pomiędzy uczelnią a firmą;

b) współpraca instytucjonalna:

- tworzenie wspólnych przedsiębiorstw,
- uruchamianie wspólnych programów badawczych angażujących pracowników naukowych uczelni i specjalistów firmy,
- kontrakty na badania naukowe,
- usługi doradcze,
- sprzedaż patentów,
- czasowy przepływ kadr naukowych do przemysłu,
- wspólne laboratoria,
- przepływ studentów uczelni do przedsiębiorstw w ramach praktyk,
- rekrutacja najlepszych i utalentowanych studentów lub absolwentów przez przedsiębiorstwa,
- angażowanie się specjalistów firm w działalność dydaktyczną realizowaną w uczelniach partnerskich (studia, szkolenia)¹¹.

Wiedza płynąca z uczelni stanowi fundament działalności innowacyjnej. Pracownicy naukowcy, doktoranci i studenci przez podejmowanie własnej działalności gospodarczej czy nawiązywanie ścisłej współpracy przy komercjalizacji wyników prowadzonych badań stają się niezbędnym elementem w procesie innowacyjnym.

¹¹ *Ibidem*, s. 58.

Przedsiębiorczość akademicka

Przedsiębiorczość akademicka w ujęciu potocznym oznacza zachęcanie do tworzenia firm przez wszystkie osoby związane z daną uczelnią. W ujęciu wąskim oznacza jedynie zaangażowanie pracowników nauki do tworzenia nowych przedsiębiorstw typu spin out.

W innym ujęciu przedsiębiorczość akademicka to wszelkiego rodzaju zaangażowanie placówek naukowych, pracowników pomocniczych i administracji, doktorantów i studentów w działalność gospodarczą. Przedsiębiorczość akademicką traktuje się również jako proces powstawania na uczelniach przedsiębiorstw odpryskowych typu spin off i spin out.

Akademickie firmy odpryskowe biorą udział w transferze i komercjalizacji nowych technologii z nauki do gospodarki. Transfer technologii jest możliwy m.in. dzięki instytucjom wspierającym kontaktowanie się sfery nauki ze sferą przedsiębiorczości. Takimi pośrednikami są np. centra transferu technologii, których zadaniem jest zachęcanie naukowców do rynkowego wykorzystywania wyników badań poprzez tworzenie własnych firm. Przedsiębiorczość akademicka powinna bazować na wiedzy zdobytej na uczelni lub też z niej się wywodzącej.

Firmy spin off definiowane są jako przedsięwzięcia niezależne i niezamierzone przez organizację macierzystą. Następuje pełne udostępnienie własności intelektualnej przedsiębiorcom i powstającym firmom, a uczelnia oczekuje na pośrednie efekty, takie jak np. wzrost prestiżu, dalsze kontakty i zlecenia. Podmioty typu spin off charakteryzują się tym, iż:

- wśród założycieli są pracownicy instytucji naukowej lub badawczej,
- podmiot bazuje na technologii przekazanej w formie licencji,
- wśród założycieli są studenci lub absolwenci,
- działalność została rozpoczęta za pośrednictwem inkubatora lub parku technologicznego przy placówce naukowej,
- podmiot taki został wsparty kapitałowo (w formie udziału we własności) przez sektor publiczny.

Z kolei firmy spin out definiowane są jako przedsięwzięcia zależne, powiązane kapitałowo lub w inny sposób z podmiotem macierzystym. Zakłada się, że przedsiębiorstwo takie stanowi własność uczelni, a w jego ramach jest wykorzystywana wiedza pochodząca z uczelni. To władze uczelni oceniają potencjał nowej technologii i podejmują decyzje o kierunkach działań komercjalizacyjnych – np. o sprzedaży patentu, udzieleniu licencji, założeniu firmy spin out.

Transfer wiedzy z uczelni do świata biznesu dopuszcza także nietechnologiczny charakter transferu (np. tylko personelu), co pozwala na zaklasyfikowanie do firm spin off np. firm konsultingowych zakładanych przez pracowników uczelni.

Do ograniczeń rozwoju przedsiębiorczości akademickiej zaliczyć można następujące bariery:

- mentalno-kulturowe,
- kompetencyjne,
- organizacyjne,
- prawne,
- finansowe,
- popytowe¹².

Bariery mentalno-kulturowe związane są przede wszystkim z trudnością, jaka wiąże się z przekonaniem pracowników naukowych i studentów do podjęcia działalności gospodarczej. Brakuje świadomości i wiedzy o korzyściach płynących z komercjalizacji nauki oraz pojawiają się obawa i strach przed ryzykiem związanym z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. U wielu osób występuje wyraźna niechęć do podejmowania ryzyka gospodarczego. Bariera ta obejmuje również nieakceptowanie zasady odroczonej gratyfikacji, brak motywacji do angażowania się w różne projekty, w tym międzynarodowe. Występuje również zjawisko „przedsiębiorczości obronnej” – decydowanie się na samozatrudnienie stanowi wynik obawy przed utratą pracy. Przedsiębiorczość pojmowana jest jako „łowienie” jednorazowych, incydentalnych okazji. Występuje również obawa przed „kosztami wejścia” w działalność gospodarczą. Dla kredytodawców osoby mające stałe dochody są bardziej wiarygodne niż przedsiębiorcy. W gospodarce zauważa się niski poziom zaufania społecznego do przedsiębiorców.

Bariery kompetencyjne związane są przede wszystkim z potrzebą posiadania przez podejmujących innowacyjną działalność gospodarczą odpowiednich kompetencji i wiedzy. Brakuje też wiedzy praktycznej na temat sposobów komercjalizacji, widoczna jest również nieznanomość odpowiednich ścieżki działania. Wielu potencjalnych innowatorów nie ma wiedzy na temat znajomości przepisów prawnych czy podatkowych, niezbędnych przy prowadzeniu własnej

¹² M. Klimczuk-Kochańska, *Bariery rozwoju przedsiębiorczości akademickiej na przykładzie podlaskich uczelni*, <http://wydawnictwo.wsei.lublin.pl/files/073-098%20Magdalena%20Klimczuk-Kochanska,%20Bariery....pdf> (29.10.2013).

działalności gospodarczej. W ramach tej bariery występują rozbieżności między kompetencjami naukowymi a biznesowymi, zaś innowacyjne przedsięwzięcia wymagają wsparcia doradczego.

Kolejnymi barierami są te natury organizacyjnej, wynikające z niedostatecznej pomocy ze strony działających na uczelni inkubatorów i centrów wsparcia, zwłaszcza w fazie start-up. Początkujący przedsiębiorcy mają problemy z uzyskaniem dostępu do odpowiednich szkoleń i odpowiedniego doradztwa organizacyjnego. Zauważalne jest słabe zakorzenienie instytucjonalne na uczelniach, brakuje też zainteresowania przedsiębiorczością akademicką ze strony biznesu.

Do barier prawnych można zaliczyć m.in. niestabilne prawo, a także brak przyjaznej polityki państwa wobec przedsiębiorców, zwłaszcza akademickich. Potrzebne są również przejrzyste reguły funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw. Czynnikiem hamującym rozwój przedsiębiorczości akademickiej są biurokracja i opieszałość urzędników. Występują bariery prawne ograniczające współpracę nauki z gospodarką. Brakuje jednoznacznych regulacji w zakresie praw intelektualnych, a także jednoznacznych rozwiązań formalnoprawnych w zakresie tworzenia firm odpryskowych.

Barierami finansowymi są przede wszystkim wysokie koszty inwestycji w nowe technologie. Brakuje elastyczności przepisów dotyczących działalności instytucji naukowo-badawczych. Występują trudności w spełnieniu warunków umowy z inwestorem venture capital. Brakuje kapitału na rozwój innowacji i wdrożenia w postaci kredytu bankowego (ani technologie, ani urządzenia nie mają wartości pod zastaw). Procedury związane z pozyskiwaniem środków z funduszy unijnych są zbyt długotrwałe (pomysł przestaje być innowacyjny). Występują trudności organizacyjne i mentalne w zakresie pozyskania inwestora. Początkującym firmom akademickim brakuje zdolności kredytowej; wykazują się też one małą płynnością finansową. Brakuje wiedzy o rynku inwestycyjnym i jego mechanizmach.

Bariery popytowe związane są z tym, że otoczenie biznesowe nie jest zainteresowane współpracą. Brakuje odbiorców na rynku krajowym.

Źródła finansowania przedsiębiorczości akademickiej

Praktyka pokazuje, że innowacyjna przedsiębiorczość akademicka wymaga kapitału finansowego na rozwój oraz wdrażanie pomysłów, na etapie preinkubacji, inkubacji oraz start-upu. Można wskazać kilka najbardziej popularnych źródeł finansowania tego typu działalności, wśród których wyróżnia się:

- oszczędności własne osoby rozpoczynającej taką działalność, w tym ewentualne dochody bieżące,
- kredyt bankowy (np. inwestycyjny),
- dotacje unijne,
- środki finansowe pożyczone od rodziny lub znajomych,
- prywatni inwestorzy zrzeszeni w funduszach typu „Aniołowie biznesu”,
- fundusze venture capital,
- fundusze private equity,
- giełda (publiczna oferta)¹³.

Oszczędności własne są określane jako teoretycznie najłatwiejsze do pozyskania źródło finansowania przedsiębiorczości akademickiej. Jest to bezzwrotny sposób finansowania tejże działalności (zerowe koszty pozyskania kapitału, nie licząc kosztów alternatywnego wykorzystania takiego kapitału). Brakuje również zewnętrznych ograniczeń wykorzystania środków finansowych, a co za tym idzie – nie ma konieczności dzielenia się firmą.

Wadą kredytu bankowego jako źródła finansowania przedsiębiorczości akademickiej jest duża trudność uzyskania go w przypadku start-upów, gdyż podmioty takie najczęściej nie mają potwierdzonej i wiarygodnej zdolności kredytowej. Podmioty ubiegające się o takie środki finansowania swojej działalności muszą zazwyczaj spełnić wiele skomplikowanych wymogów stawianych przez banki oraz przedstawić szereg zabezpieczeń udzielonego kredytu. Bardzo często skomplikowana dokumentacja utrudnia pozyskanie takiego kapitału.

Kolejnym źródłem finansowania działalności innowacyjnej w przypadku przedsiębiorczości akademickiej mogą być dotacje unijne, jako bezzwrotne dofinansowanie początkowe. Korzyścią takiego finansowania jest przyspieszenie rozwoju firmy na etapie start-upu bez konieczności dzielenia się firmą z podmiotem udzielającym dofinansowania. Jednakże procedura pozyskania i obsługi tego typu dotacji jest dość skomplikowana, występuje również ryzyko zwrotu otrzymanych dotacji, gdy nie spełni się określonych wymogów (najczęściej utrzymanie firmy i miejsca pracy przez co najmniej dwanaście miesięcy od momentu otrzymania dotacji). Należy także dodać, że ten sposób finansowania ulega stopniowemu przeobrażeniu z bezzwrotnych dotacji w kierunku mikropożyczek.

Źródłem finansowania zbliżonym do finansowania własnego są środki, które można pozyskać od rodziny lub znajomych. Można uznać, że stosunkowo łatwo je

¹³ W. Przybylska-Kapuścińska, M. Mozalewski, *Kapitał wysokiego ryzyka*, PWE, Warszawa 2011, s. 11–12.

uzyskać, niekiedy na korzystnych warunkach (bez pokazywania lub przygotowania biznesplanu czy też założeń finansowych). Jednakże tak samo, jak w przypadku kapitału własnego, może on być niewystarczający do realizacji konkretnego przedsięwzięcia, czasami też wymaga podzielenia się własnością pomysłu lub firmy.

Kolejnym, już bardziej profesjonalnym źródłem finansowania początkujących innowacyjnych firm akademickich, mogą być prywatni inwestorzy, zwani aniołami biznesu. Są to z reguły osoby prywatne, mające wolne środki finansowe i doświadczenie biznesowe, które to chcą z powodzeniem zainwestować w przedsięwzięcie dochodowe, ale i ryzykowne. Aniołowie biznesu w zamian za kapitał przejmują udziały, które następnie po 2–5 latach sprzedają i w ten sposób realizują swój zysk z inwestycji. Oprócz kapitału w pakiecie pomocowym są również: doradztwo biznesowe, kontakty branżowe oraz doświadczenie w zarządzaniu na każdym etapie rozwoju. Aniołowie biznesu najczęściej angażują się w projekty na bardzo wczesnym stadium rozwoju pomysłu (faza start-upu).

Podsumowanie

Dynamiczny rozwój przedsiębiorczości akademickiej nastąpił w drugiej połowie XX wieku – najpierw w USA, a później w kolejnych krajach – jako skuteczny sposób na komercjalizację wiedzy akademickiej i technologii, a także jako sposób na aktywne kreowanie nowych miejsc pracy i przeciwdziałanie bezrobociu wśród osób młodych, w szczególności absolwentów uczelni wyższych. Szczególny nacisk położono na rozwój przedsiębiorstw typu spin off, które zaczęły wyodrębniać się z uczelnianych jednostek macierzystych. W wielu krajach, w których rozwój przedsiębiorczości akademickiej jest wspierany przez instytucje rządowe i centralne środki finansowe przeznaczone na zakładanie nowych firm, duży nacisk kładzie się na to, aby założycielami takich podmiotów rynkowych byli przede wszystkim pracownicy instytucji naukowych lub publicznych, a także studenci lub absolwenci. Oczywiście wsparcie rozwojowe nie ogranicza się tylko i wyłącznie do gwarantowania wsparcia kapitałowego, ale również ma na celu pomoc w rozpoczęciu działalności gospodarczej za pośrednictwem inkubatora lub parku technologicznego funkcjonującego przy konkretnej placówce naukowej, z której „wykręciła się” firma akademicka. Szczególną cechą firm podobnego rodzaju jest komponent innowacyjny (procesowy oraz produktowy), stanowiący istotny element i źródło przewagi konkurencyjnej.

Podsumowując, można stwierdzić, że wysoka innowacyjność w przypadku przedsiębiorstw akademickich ma swoje źródło w dobrach intelektualnych two-

rzonych na uczelni przez pracowników naukowych, studentów lub absolwentów, którzy wnoszą ją aportem do nowego przedsięwzięcia. Twórca innowacji powinien być pomysłodawcą i inicjatorem firmy spin off/spin out, gdyż to on najlepiej orientuje się w szczegółach komercjalizowanego projektu badawczego oraz praktycznego wykorzystania prowadzonych badań. Istotnym czynnikiem rozwojowym przedsiębiorstwa akademickiego jest więc synergia wiedzy i doświadczenia twórcy innowacji z praktyką gospodarczą prowadzonego biznesu, który powstał na bazie komercjalizowanego pomysłu i innowacji¹⁴.

Bibliografia

- Czy *winne są innowacje?*, „Gazeta Wyborcza” z 8.04.2013 r.
- Dec D., *Firmy typu spin off i spin out. Poradnik dla osób chcących założyć działalność gospodarczą*, Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, www.kreatorus.szczecin.pl.
- Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- Klimczuk-Kochańska M., *Bariery rozwoju przedsiębiorczości akademickiej na przykładzie podlaskich uczelni*, <http://wydawnictwo.wsei.lublin.pl/files/073-098%20Magdalena%20Klimczuk-Kochanska,%20Bariery....pdf> (29.10.2013).
- Niedzielski P., Markiewicz J., Rychlik K., Rzewuski T., *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
- Niedzielski P., *Usługi jako obszar innowacyjności – wskazówki dla przedsiębiorców na przykładzie rynku TSL*, Ekonomiczne Problemy Usług nr 13, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 480, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
- Proces tworzenia wiedzy oraz transferu osiągnięć naukowych i technologicznych do biznesu*, red. M. A. Weresa, K. Poznańska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2012.
- Przybylska-Kapuścińska W., Mozalewski M., *Kapitał wysokiego ryzyka*, PWE, Warszawa 2011.
- www.slownik-online.pl/kopalinski (1.04.2008).

¹⁴ D. Dec, *Firmy typu spin off i spin out. Poradnik dla osób chcących założyć działalność gospodarczą*, Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, www.kreatorus.szczecin.pl (24.09.2014 r.).

**THE INNOVATIVE ACADEMIC ENTERPRISE –
THE INTRODUCTION TO PROBLEMS**

Summary

The academic enterprise is also a way on the transfer and the commercialization of the knowledge and the technology from the college to the economic practice. An important aspect related to these problems is the identification of sources of the financing of the innovative activity which very often is treated by potential investors or else banks as the activity very risky economically. A special example of the academic enterprise are companies of the type like spin off and spin out.

Keywords: the academic enterprises, innovations, the commercialization of the knowledge

Translated by Daniel Szostak