



Zeszyty Naukowe
Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu
2013, t. 50, nr 5

Katarzyna Oryszczak

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
e-mail: katarzyna.oryszczak@ue.katowice.pl
tel. 515 38 04 13

Współpraca nauki i biznesu na przykładzie jednostki ogólnouczelnianej Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach



Streszczenie. *Celem artykułu jest przedstawienie studium przypadku współpracy nauki i biznesu na przykładzie wydzielonej ze struktury organizacyjnej Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach jednostki ogólnouczelnianej, jaką jest Centrum Badań i Ekspertyz. Do podstawowych zadań jednostki należą: pozyskiwanie zleceń badawczych i eksperckich, organizowanie i integracja zespołów badawczych rozproszonych w uczelni, realizujących projekty badawcze oraz tworzenie trwałych form współpracy między nauką a praktyką¹. Część empiryczna artykułu została napisana na podstawie zdobytego doświadczenia jako pracownika jednostki, uczestnika w realizacji projektów. Ukazano w niej zarówno problemy, jak i korzyści nawiązywania wzajemnej współpracy.*



Słowa kluczowe: *usługi badawcze i eksperckie, jednostka ogólnouczelniana, uniwersytet, współpraca nauki i biznesu*

Wstęp

Rosnąca potrzeba transferu i komercjalizacji wyników badań naukowych wymusza dokonywanie zmian w zakresie oferty usługowo-badawczej i eksperckiej uniwersytetu oraz wpływa na nawiązywanie bliższej współpracy z otoczeniem biznesu. W obliczu tych zmian ośrodek naukowy staje się podmiotem rynku już nie tylko usług edukacyjnych, które dotychczas stanowiły jego domenę, lecz także usług badawczych. Uniwersytet jako podmiot sprzedający wiedzę i usługi ba-

¹ <http://cbie.ue.katowice.pl/> [28.07.2013].



dawcze na rynku wchodzi w relacje z przedsiębiorstwami, organizacjami, instytucjami. Przedmiotem wymiany w ramach współpracy z otoczeniem gospodarczym są produkty oferowane przez uniwersytet. Produktem jest wszystko to, co można zaoferować klientowi w celu zaspokojenia jego potrzeb i pragnień. Produkt jest nośnikiem korzyści i źródłem satysfakcji klientów. Dzisiaj pojęcie produktu jest rozumiane bardzo szeroko – jako wyrób (przedmiot, produkt materialny), usługa (działania wykonywane na rzecz klienta), miejsce, organizacja, działanie czy idea². Produktami oferowanymi na rynku są też coraz częściej usługi. Charakterystyczne dla wszystkich usług jest to, że: mają niematerialny charakter, są nierozdzielne z osobą wykonawcy (nieradko przy jednoczesnym udziale odbiorcy), różnorodne (utrudniając kontrolę i standaryzację działań usługowych), nietrwałe (nie można ich gromadzić, przechowywać jak wyroby)³. Usługi badawcze i eksperckie czy doradcze oferowane przez uniwersytet otoczeniu biznesowemu to usługi, które mają przyczynić się do rozwoju przedsiębiorstwa poprzez: poprawę istniejącego lub wdrożenie nowego produktu (wyrobu lub usługi), procesu, metody marketingowej lub metody organizacyjnej w zakresie przyjętych przez przedsiębiorstwo zasad działania, organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem⁴. Z kolei uniwersytet, nawiązując relacje z otoczeniem gospodarczym, zasila budżet jednostki i przyczynia się do stworzenia różnych form współpracy w obszarze transferu i komercjalizacji wyników badań naukowych.

Uniwersytet dysponuje potencjałem intelektualnym w postaci kadry naukowo-dydaktycznej oraz infrastrukturą badawczą, tj. zbiorami bibliotecznymi, środkami trwałymi (takimi jak komputery i inne urządzenia) oraz środkami nietrwałymi, które pozwalają na prowadzenie działalności naukowo-badawczej i eksperckiej uczelni. Oferta usługowa uniwersytetu skierowana do biznesu realizowana jest przez odpowiednie jednostki organizacyjne w zależności od danej struktury wewnętrznej, tj. przez instytuty, katedry, zakłady, pracownie i laboratoria oraz powoływane centra badawcze⁵.

Celem artykułu jest przedstawienie działalności jednostki ogólnouczelnianej Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, pośredniczącej w projektach naukowo-badawczych, ekspertyzach i warsztatach na rzecz biznesu. Przeprowadzona analiza współpracy uczelnianego centrum badawczego z praktyką gospodarczą stanowi studium przypadku. W pierwszej części artykułu odniesiono się do relacji zachodzących między przedstawicielami biznesu a światem nauki oraz potrzeb

² *Leksykon marketingu*, red. J. Altkorn, T. Kramer, PWE, Warszawa 1998, s. 194.

³ A. Payne, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997, s. 21.

⁴ Definicja na podstawie rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 24 maja 2011 r. w sprawie Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Dz.U. nr 112, poz. 656.

⁵ S. Jajuga, J. Woźnicki, *Organizacja systemu i jakość badań naukowych w instytucji akademickiej*, w: *Model zarządzania publiczną instytucją akademicką*, red. J. Woźnicki, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 1999, s. 179.

realizacji wspólnych przedsięwzięć. Przywołano dane i wyniki badań bezpośrednich w ujęciu krajowym i międzynarodowym na podstawie dostępnych raportów. Dokonano także przeglądu ofert usługowo-badawczych jednostek utworzonych na potrzeby praktyki, uwzględniając przy tym specyfikę profilu ekonomicznego uczelni, a tym samym odmienny od uczelni technicznych zakres świadczonych usług. W drugiej części artykułu zaprezentowano doświadczenia, jakie we współpracy z biznesem ma Centrum Badań i Ekspertyz. Zwrócono uwagę na bariery i ograniczenia wynikające z dysfunkcji jednostki we współdziałaniu z praktyką, a tym samym niemożność wykorzystania potencjału uniwersytetu na drodze transferu wyników badań i komercjalizacji. Przedstawiono także korzyści, jakie dla jednostki badawczej i dla biznesu wynikają z realizacji wspólnych projektów badawczych. Zwrócono też uwagę na lukę badawczą dotyczącą roli i funkcjonowania w strukturze wewnętrznej jednostki badawczej uniwersytetu ekonomicznego, której działalność koncentruje się na pośredniczeniu i realizacji projektów naukowo-badawczych. Przedstawiona w artykule specyfika działalności centrum badawczego nie uwzględnia jednak udziału jednostki w bezpośrednich efektach dla gospodarki i przedsiębiorców.

1. Współpraca nauki z biznesem – przeгляд wyników badań

Efektywna współpraca uniwersytetu z biznesem zdeterminowana jest przez zmianę modelu zarządzania szkołą wyższą, odpowiedni poziom motywacji i przywództwa, dostarczenie wszystkim zainteresowanym podmiotom właściwych informacji i narzędzi, czas trwania współpracy, ustanowienie właściwej relacji (komunikacji), wsparcie ze strony instytucji rządowych⁶. Ponadto wzrost konkurencji pomiędzy szkołami wyższymi wymusza podejmowanie ścisłej współpracy z praktyką gospodarczą. Mimo wysiłków w celu poprawy relacji między światem nauki i biznesu realizacja jest daleka od oczekiwań obu środowisk. Polskie przedsiębiorstwa niechętnie nawiązują współpracę ze szkołami wyższymi, a przekonanie o tym, że transfer wiedzy i komercjalizacja wyników badań może być kluczem do sukcesu, nie wydaje się być interesujące dla praktyki gospodarczej. Wskazują na to wyniki przeprowadzonych badań, opublikowane w raportach o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Z danych zamieszczonych w raporcie Polskiej Agencji Rozwoju Pomorza pt. *Innowacyjność 2010*⁷ wynika, że Polska w kategorii nawiązywania współpracy przedsiębiorstw z nauką plasuje się w drugiej połowie krajów europejskich. Charakterystyczne dla polskich przedsiębiorstw jest to, że najrzadziej nawiązują współpracę ze szkołami wyższymi, konsultantami

⁶ P. Bryła, *Determinanty współpracy uczelni ze sferą biznesu*, „Marketing i Rynek” 2012, nr 7.

⁷ *Innowacyjność 2010*, PARP, Warszawa 2010, s. 53.

czy podmiotami z tej samej grupy. Słaba współpraca w zakresie badań i rozwoju między nauką a biznesem znajduje także potwierdzenie w wynikach międzynarodowych badań. Według World Economic Forum ocena stopnia tej współpracy wypada gorzej w Polsce niż przeciętnie na świecie, na co wskazują wyniki badań zaprezentowane w tabeli 1.

Inne badania, ukierunkowane na wzajemne oczekiwania sfery biznesu i uczelni wyższych⁸, dowodzą, że większość badanych przedsiębiorców (59%) nie podejmuje współpracy z placówkami naukowymi. Ścisłą współpracę zadeklarowało ok. 10% ankietowanych. Natomiast grupa badanych naukowców stwierdziła, że spotykają się i otrzymują propozycje współpracy od biznesu, co oznacza, że biznesowi jednak zależy na kooperacji. Co więcej, przedsiębiorstwa częściej inicjują kontakty z uczelnią niż pracownicy naukowcy z biznesem, co świadczy o niewielkim zainteresowaniu ze strony nauki i może zniechęcać przedsiębiorców do dalszych kontaktów. Uniwersytet powinien otwierać się na współpracę, tym bardziej że wzrasta popyt na usługi badawcze w biznesie, który dostrzega możliwość zdobycia przewagi konkurencyjnej we wdrażaniu wyników badań naukowych.

Z kolei badania zrealizowane przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego⁹ prezentują odwrotną sytuację i bardziej optymistyczne wyniki. Z deklaracji badanych pracowników naukowych (85%) wynika, że zdecydowana większość jednostek naukowych poszukuje możliwości współpracy z przedsiębiorcami. Prawie wszyscy naukowcy uczestniczący w badaniu (blisko 99%) stwierdzili, że w przyszłości będą starali się nawiązać kontakty z przedsiębiorcami zainteresowanymi wdrażaniem wyników badań naukowych. Ponadto 62% badanych pracowników naukowych ma w swoim dorobku rozwiązania nadające się do komercjalizacji. Problemem w nawiązywaniu współpracy z biznesem jest przede wszystkim brak odpowiednio przygotowanej przez uniwersytet oferty usługowo-badawczej skierowanej do otoczenia gospodarczego. Przedstawiciele biznesu zwracają też uwagę na trudności z uzyskaniem wyczerpującej informacji na temat potencjału badawczego uczelni.

Trzeba podkreślić, że nie istnieje jeden optymalny model współpracy nauki z biznesem czy jeden model polityki wspierania takiej współpracy. Dobór poszczególnych elementów efektywnego modelu wsparcia współpracy obu środowisk zależy bowiem od różnych uwarunkowań i działania te podejmują zarów-

⁸ Badania zostały przeprowadzone w ramach projektu pt. „Przedsiębiorczy Uniwersytet” przez Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym oraz Krajową Fundację Kultury Przedsiębiorczości.

⁹ *Bariery współpracy przedsiębiorców i ośrodków naukowych*, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Departament Wdrożeń i Innowacji, Warszawa 2006, za: *Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Ekonomia behawioralna finansowania przedsiębiorczości*, red. P. Kulawczuk, A. Poszewiecki, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010, s. 78.

Tabela 1. Ocena stopnia współpracy między biznesem a nauką w zakresie badań i rozwoju (B+R) w ujęciu globalnym w latach 2011-2012 (średnia ważona)

| Lp. | Kraj | Wartość* | Lp. | Kraj | Wartość* |
|-----|------------------------------|----------|-----|---------------------------|----------|
| 1 | Szwajcaria | 5,9 | 40 | Indonezja | 4,2 |
| 2 | Wielka Brytania | 5,8 | 41 | Kenia | 4,2 |
| 3 | Stany Zjednoczone | 5,6 | 42 | Meksyk | 4,1 |
| 4 | Finlandia | 5,6 | 43 | Panama | 4,1 |
| 5 | Singapur | 5,6 | 44 | Brazylia | 4,1 |
| 6 | Belgia | 5,5 | 45 | Hiszpania | 4,1 |
| 7 | Szwecja | 5,4 | 46 | Tajlandia | 4,0 |
| 8 | Izrael | 5,4 | 47 | Kolumbia | 4,0 |
| 9 | Katar | 5,4 | 48 | Bośnia i Hercegowina | 3,9 |
| 10 | Holandia | 5,3 | 49 | Słowenia | 3,9 |
| 11 | Niemcy | 5,2 | 50 | Państwo Brunei Darussalam | 3,9 |
| 12 | Tajwan, Chiny | 5,2 | 51 | Indie | 3,8 |
| 13 | Australia | 5,1 | 52 | Rwanda | 3,8 |
| 14 | Irlandia | 5,1 | 53 | Gwatemala | 3,8 |
| 15 | Kanada | 5,1 | 54 | Oman | 3,8 |
| 16 | Japonia | 5,0 | 55 | Zambia | 3,8 |
| 17 | Luksemburg | 5,0 | 56 | Tanzania | 3,8 |
| 18 | Malezja | 5,0 | 57 | Argentyna | 3,8 |
| 19 | Norwegia | 5,0 | 58 | Gambia | 3,8 |
| 20 | Islandia | 4,9 | 59 | Łotwa | 3,7 |
| 21 | Dania | 4,9 | 60 | Czarnogóra | 3,7 |
| 22 | Austria | 4,9 | 61 | Urugwaj | 3,7 |
| 23 | Nowa Zelandia | 4,9 | 62 | Cypr | 3,7 |
| 24 | Hongkong | 4,8 | 63 | Bostwana | 3,7 |
| 25 | Korea | 4,7 | 64 | Malta | 3,7 |
| 26 | Zjednoczone Emiraty Arabskie | 4,6 | 65 | Włochy | 3,6 |
| 27 | Portugalia | 4,6 | 66 | Wenezuela | 3,6 |
| 28 | Czechy | 4,5 | 67 | Polska | 3,6 |
| 29 | Litwa | 4,5 | 68 | Uganda | 3,6 |
| 30 | Republika Południowej Afryki | 4,5 | 69 | Ukraina | 3,6 |
| 31 | Arabia Saudyjska | 4,4 | 70 | Turcja | 3,6 |
| 32 | Puerto Rico | 4,5 | 71 | Kambodża | 3,5 |
| 33 | Francja | 4,4 | 72 | Nigeria | 3,5 |
| 34 | Estonia | 4,4 | 73 | Namibia | 3,5 |
| 35 | Chiny | 4,4 | 74 | Liberia | 3,5 |
| 36 | Kostaryka | 4,4 | 75 | Malawi | 3,5 |
| 37 | Węgry | 4,4 | 76 | Trynidad i Tobago | 3,5 |
| 38 | Barbados | 4,3 | 77 | Jamajka | 3,5 |
| 39 | Chile | 4,2 | 78 | Mozambik | 3,5 |
| | | | 79 | Filipiny | 3,5 |
| | | | 80 | Chorwacja | 3,5 |

cd. tab. 1

| Lp. | Kraj | Wartość* | Lp. | Kraj | Wartość* |
|-----|----------------------------------|----------|-----|--------------------------|----------|
| 81 | Pakistan | 3,4 | 119 | Czad | 3,0 |
| 82 | Azerbejdżan | 3,4 | 120 | Kuwejt | 3,0 |
| 83 | Tadżykistan | 3,4 | 121 | Seszele | 3,0 |
| 84 | Ekwador | 3,4 | 122 | Armenia | 2,9 |
| 85 | Rosja | 3,4 | 123 | Grecja | 2,9 |
| 86 | Senegal | 3,4 | 124 | Mołdawia | 2,8 |
| 87 | Iran | 3,4 | 125 | Timor Wschodni | 2,8 |
| 88 | Boliwia | 3,3 | 126 | Paragwaj | 2,7 |
| 89 | Dominikana | 3,3 | 127 | Nepal | 2,7 |
| 90 | Kazachstan | 3,3 | 115 | Bahrain | 3,0 |
| 91 | Mauritius | 3,3 | 116 | Maroko | 3,0 |
| 92 | Salwador | 3,3 | 117 | Bułgaria | 3,0 |
| 93 | Jordan | 3,3 | 118 | Sri Lanka | 3,0 |
| 94 | Gujana | 3,3 | 119 | Czad | 3,0 |
| 95 | Liban | 3,3 | 120 | Kuwejt | 3,0 |
| 96 | Honduras | 3,2 | 121 | Seszele | 3,0 |
| 97 | Wietnam | 3,2 | 122 | Armenia | 2,9 |
| 98 | Kamerun | 3,2 | 123 | Grecja | 2,9 |
| 99 | Serbia | 3,2 | 124 | Mołdawia | 2,8 |
| 100 | Słowacja | 3,2 | 125 | Timor Wschodni | 2,8 |
| 101 | Mongolia | 3,2 | 126 | Paragwaj | 2,7 |
| 102 | Madagaskar | 3,2 | 127 | Nepal | 2,7 |
| 103 | Etiopia | 3,2 | 128 | Egipt | 2,7 |
| 104 | Burkina Faso | 3,2 | 129 | Mauretania | 2,6 |
| 105 | Macedonia | 3,2 | 130 | Suazi | 2,6 |
| 106 | Surinam | 3,2 | 131 | Bangladesz | 2,6 |
| 107 | Ghana | 3,2 | 132 | Lesotho | 2,5 |
| 108 | Nikaragua | 3,1 | 133 | Libia | 2,5 |
| 109 | Republika Zielonego Przylądka | 3,1 | 134 | Georgia | 2,5 |
| 110 | Peru | 3,1 | 135 | Gwinea | 2,4 |
| 111 | Mali | 3,1 | 136 | Wybrzeże Kości Słoniowej | 2,4 |
| 112 | Zimbabwe | 3,1 | 137 | Sierra Leone | 2,4 |
| 113 | Rumunia | 3,1 | 138 | Albania | 2,3 |
| 114 | Benin | 3,0 | 139 | Burundi | 2,2 |
| 115 | Bahrain | 3,0 | 140 | Gabon | 2,2 |
| 116 | Maroko | 3,0 | 141 | Kirgistan | 2,0 |
| 117 | Bułgaria | 3,0 | 142 | Haiti | 2,0 |
| 118 | Sri Lanka | 3,0 | 143 | Jemen | 1,9 |
| | | | 144 | Algieria | 1,9 |

* Skala od 1 do 7, gdzie 1 – minimalna lub nie istnieje, 7 – intensywna; średnia: 3,7.

Źródło: *Executive Opinion Survey*, w: *The Global Competitiveness Report 2012-2013*, World Economic Forum 2012, s. 515.

no przedsiębiorstwa, jak i szkoły wyższe. Współdziałanie nauki i biznesu jako wielopoziomowe działanie zmierzające do osiągnięcia wzajemnie niesprzecznych celów zależy przede wszystkim od:

- otoczenia regulacyjnego, wspierającego współpracę środowisk nauki i biznesu,
- ochrony i kontroli nad własnością intelektualną,
- zdywersyfikowanej formy zachęty dla uniwersytetów oraz pracowników naukowych, które wspierają proces komercjalizacji wyników badań naukowych,
- zapewnienia odpowiedniej struktury organizacyjnej w ramach uczelni,
- odpowiedniego przebiegu procesu komercjalizacji wyników badań naukowych¹⁰.

Na potrzeby relacji nauka – biznes usługi badawcze mogą świadczyć jednostki ogólnouczelniane utworzone w ramach struktury organizacyjnej uczelni. Z przeprowadzonej analizy stron internetowych uczelni ekonomicznych w kraju, prócz usługi edukacyjnej, ofertę badawczą, ekspercką, warsztatowo-szkoleniową i konferencyjną skierowaną do praktyki prowadzą specjalnie do tego powołane centra, ośrodki lub biura. Na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach znajduje się jedno wyodrębnione w strukturze organizacyjnej centrum badawcze, a na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu – aż trzy takie centra. W pozostałych uczelniach ekonomicznych funkcjonują odpowiednio: ośrodek w Krakowie, a we Wrocławiu i w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie odpowiedzialne za kontakty z biznesem są biura. Zakres działalności związanej z ofertą usługowo-badawczą przygotowaną przez jednostki pośredniczące w poszczególnych uczelniach ekonomicznych przedstawia tabela 2.

2. Doświadczenia jednostki ogólnouczelnianej Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach w realizacji projektów badawczych z biznesem – studium przypadku

Centrum Badań i Ekspertyz Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach (CBiE) to przykład jednostki ogólnouczelnianej powołanej przez władze uczelni w ramach struktury organizacyjnej uniwersytetu w 1995 r.¹¹, wykonującej wyodrębnione zadania naukowe, dydaktyczne lub usługowe¹². Na bazie zdobytych doświadczeń jednostka badawcza pośrednicząca w projektach naukowo-badawczych z biznesem wypracowała własną markę, która jest rozpoznawalna nie tylko w regionie, ale i w całej Polsce. W nawiązaniu współpracy CBiE z otoczeniem

¹⁰ J. Lichtarski, *Teoretyczne i praktyczne problemy integracji gospodarczej przedsiębiorstw*, w: *Współdziałanie gospodarcze przedsiębiorstw*, red. J. Lichtarski, PWE, Warszawa 1992, s. 12.

¹¹ Zarządzenie nr 13/94 Rektora AE w Katowicach.

¹² Na podstawie Statutu Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach z 24.10.2013 r., s. 10.

Tabela 2. Oferta usługowo-badawcza i ekspercka jednostek badawczych szkół wyższych o profilu ekonomicznym skierowana do biznesu

| Nazwa szkoły wyższej | Nazwa jednostki | Świadczone usługi |
|--------------------------------------|---|---|
| Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach | Centrum Badań i Ekspertyz | <ul style="list-style-type: none"> - pozyskiwanie zleceń badawczych i eksperckich - organizowanie i integracja zespołów badawczych realizujących projekty badawcze - promowanie środowiska naukowego i badawczego UE Katowice oraz osiągnięć badawczych jej pracowników - tworzenie trwałych form współpracy między nauką a praktyką - prowadzenie badań nad procesem integracji europejskiej - rozpowszechnianie wiedzy w tym zakresie |
| Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie | Ośrodek Badań Europejskich im. Józefa Retingera | <ul style="list-style-type: none"> - wykonywanie specjalistycznych usług badawczych dla podmiotów gospodarczych oraz placówek naukowo-badawczych, przy użyciu unikatowej aparatury Wydziału Towaroznawstwa - prowadzenie działalności szkoleniowej - wykonywanie kompleksowych badań jakości produktów i surowców potrzebnych do ich produkcji |
| Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu | Centrum Badań i Ekspertyz Towaroznawczych | <ul style="list-style-type: none"> - prowadzenie szkoleń i kursów w zakresie bankowości ubezpieczeń - realizowanie tematów badawczych o szczególnym znaczeniu w zakresie bankowości i ubezpieczeń, zgodnie z zapotrzebowaniem praktyki - organizacja i współorganizacja konferencji i seminariów |
| | Centrum Edukacji Bankowej i Ubezpieczeniowej | <ul style="list-style-type: none"> - doświadczenia badawcze jednostki obejmują m.in. metodologię badań sondażowych, statystykę małych obszarów, prognozowanie demograficzne, audyt miejski, monitoring regionalny, wykorzystanie rejestrów administracyjnych dla statystyki publicznej, przetwarzanie danych w systemach informacji geograficznej i regionalne bazy danych |
| | Centrum Statystyki Regionalnej | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu</p> | <p>Biuro Nauki i Współpracy z Gospodarką</p> | <ul style="list-style-type: none"> - oferta skierowana jest do wszystkich typów organizacji gospodarczych, przedsiębiorstw małych, średnich i dużych, organizacji samorządowych, instytucji administracji państwowej oraz służb cywilnych - oferta obejmuje wykaz ekspertyz, studiów podyplomowych, MBA oraz studiów polsko-francuskich |
| <p>Szkoła Główna Handlowa w Warszawie</p> | <p>Biuro Współpracy z Biznesem</p> | <ul style="list-style-type: none"> - pozyskiwanie sponsorów i darczyńców - prowadzenie spraw związanych ze sponsoringiem i darowiznami - pozyskiwanie nowych członków Klubu Partnerów SGH - rozwój Klubu Partnerów SGH jako forum współpracy uczelni z firmami - obsługa firm należących do Klubu Partnerów SGH w ramach akcji reklamowych i promocyjnych na SGH - współpraca z organizacjami studenckimi w kontaktach z partnerami SGH i innymi podmiotami zewnętrznymi uczestniczącymi w projektach studenckich - wprowadzanie do oferty dydaktycznej SGH programów realizowanych przy współudziale prorektora ds. dydaktyki i studentów, opracowywanie umów/porozumień z tym związanych - umożliwienie działalności promocyjnej podmiotom zewnętrznym w SGH - współpraca z instytucjami publicznymi - organizacja usług doradczych, ekspertyz, badań i analiz wykonywanych przez pracowników SGH na zlecenie - poszukiwanie partnerów biznesowych do badań naukowych |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.cbie.uw.katowice.pl/>, <http://www.ue.poznan.pl/uczelnia/struktura-organizacyjna/centra-badawcze/centrum-badan-i-ekspertyz-towaroznawczych/>, http://www.ue.wroc.pl/badania/4852/oferty_wspolpracy_z_praktyka_gospodarcza.html, <http://www.sgh.waw.pl/ogolnuczelniane/bwb/> [28.07.2013].

biznesu znaczącą rolę odgrywa kontakt bezpośredni pracowników naukowo-dydaktycznych i administracyjnych uniwersytetu z partnerami zewnętrznymi. Stąd wśród zleceniodawców korzystających z oferty centrum i potencjalnych klientów są przede wszystkim przedsiębiorstwa i instytucje, których przedstawiciele uczestniczyli w zajęciach dydaktycznych prowadzonych przez pracowników i/bądź ukończyli studia na uniwersytecie, studia podyplomowe, uczestniczyli w organizowanych warsztatach, sympozjach czy konferencjach¹³. Oferta CBiE skierowana jest do wszystkich podmiotów gospodarczych, tj. przedsiębiorstw różnych branż i wielkości działających zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym, oraz do organizacji non-profit, instytucji lokalnych i regionalnych.

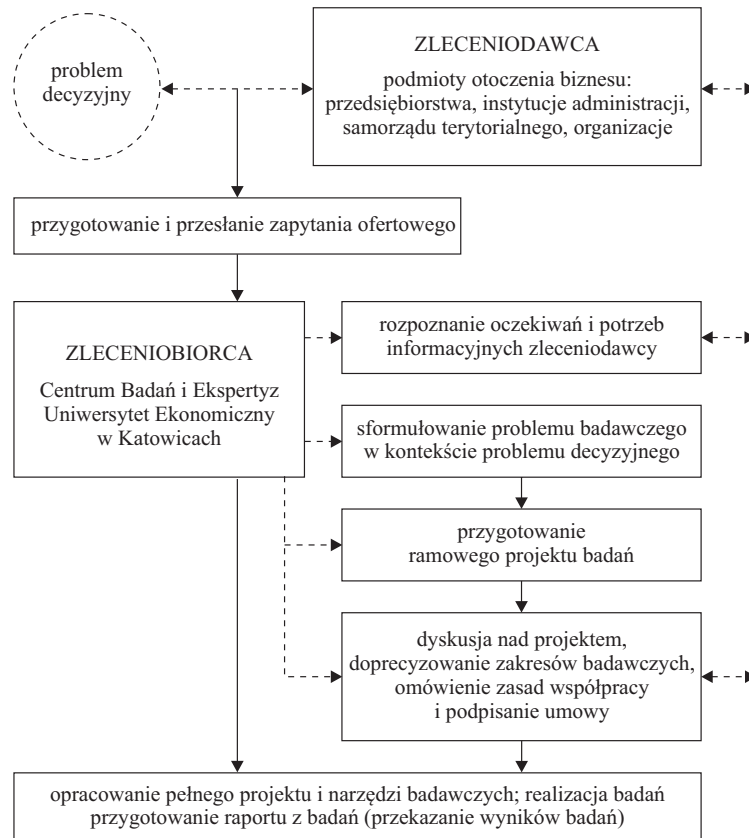
Pierwszym krokiem do nawiązania współpracy z centrum jest przygotowanie przez potencjalnego usługobiorcę zapytania ofertowego¹⁴ i przesłanie w formie elektronicznej bądź tradycyjnej (pocztą) na adres jednostki. Otrzymując zapytanie ofertowe od potencjalnego zleceniodawcy, jednostka wchodzi z nim w relacje, rozwijając proces współpracy, którego przebieg prezentuje rysunek 1. Pracownicy CBiE usiłują najpierw rozpoznać oczekiwania i potrzeby informacyjne klienta. Następnie aranżują spotkanie (zazwyczaj w siedzibie jednostki), nawiązując w ten sposób kontakt bezpośredni. Na podstawie przekazanych wstępnie informacji zostaje doprecyzowany problem decyzyjny, a w rezultacie sformułowany problem badawczy. W odpowiedzi na przesłane zapytanie ofertowe zostaje opracowany projekt badań, uwzględniający podstawowe założenia dotyczące omawianego problemu (na którego rozwiązanie zleceniodawca poszukuje odpowiedzi). Po zaakceptowaniu projektu badawczego przez drugą stronę zostaje przygotowana umowa o wykonanie pracy naukowo-badawczej i zebrane podpisy. Dalszy przebieg ścieżki współpracy odbywa się zgodnie z przyjętymi przez jednostkę zasadami obsługi projektu badawczego i obejmuje: przygotowanie odpowiednich narzędzi do badań, wybór materiałów, przeprowadzenie szkolenia i koordynację przebiegu badań nad zespołem ankieterskim¹⁵. Zgromadzony materiał badawczy po zakończeniu realizacji badań poddawany jest weryfikacji i za pomocą przygotowanej w programie komputerowym (np. IBM SPSS Statistics¹⁶) bazy danych kodowany. Korzystając z dostępnych narzędzi statystycznych, pracownicy naukowcy na bazie

¹³ Z. Kędzior, M. Jaciow, *Współpraca uczelni ekonomicznych z praktyką gospodarczą na przykładzie Centrum Badań i Ekspertyz Akademii Ekonomicznej w Katowicach*, w: *Uczelnie i ich otoczenie. Możliwości i formy współdziałania*, red. B. Minkiewicz, Wyd. SGH, Warszawa 2003, s. 134.

¹⁴ Formularz zapytania ofertowego dostępny jest na stronie jednostki: <http://www.ue.katowice.pl/ankiety/a.php/ankietacie2006/> [28.07.2013].

¹⁵ Centrum Badań i Ekspertyz do realizacji zlecenia w przypadku badań jakościowych i ilościowych dysponuje bazą ankietatorów – studentów i absolwentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach oraz koordynatorów i ankietatorów zewnętrznych (spoza macierzystej uczelni), z pomocy których korzysta w zależności od potrzeb i zlecenia usługi badawczo-ekspertyznej.

¹⁶ IBM SPSS Statistics – zestaw narzędzi do analizy danych i analizy predykcyjnej przeznaczony dla użytkowników, analityków i programistów systemów statystycznych.



Rysunek 1. Przebieg procesu współpracy jednostki ogólnouczelnianej z biznesem na przykładzie Centrum Badań i Ekspertyz Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Z. Kędzior, M. Jaciow, *Centrum Badań i Ekspertyz Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach na rynku usług badawczych – z doświadczeń akademickich badaczy rynku*, w: *Marketing instytucji naukowych i badawczych*, Wyd. Instytutu Lotnictwa, Warszawa 2010, s. 141.

uzyskanego materiału badawczego opracowują wyniki badań. Efektem końcowym wykonanego zlecenia jest raport z przeprowadzonych badań, przekazywany zleceniodawcy. Raport końcowy służy pomocą w podejmowaniu decyzji. Należy podkreślić, że ścieżka przebiegu procesu współpracy jednostki z podmiotem zlecającym badania zależy od przedmiotu danego zlecenia oraz metody badawczej, jaka zostanie wykorzystana do realizacji usługi, a także od innych uwarunkowań niezbędnych do zaspokojenia potrzeb klienta (np. kosztu badań, czasu realizacji).

W latach 1994-2013 CBiE otrzymało i odpowiedziało na 192 zapytania ofertowe dostarczone przez praktykę gospodarczą. Od początku działalności do czerwca 2013 r. jednostka zrealizowała łącznie 71 projektów o charakterze nauko-

wo-badawczym, eksperckim, konsultingowym lub warsztatowo-szkoleniowym. W pierwszych latach działalności na otrzymanych 14 zapytań ofertowych jednostka podpisała umowę na realizację badań z 6 firmami. Od 1997 r. liczba zapytań wzrastała i co roku centrum otrzymywało ponad 10 ofert na wykonanie prac badawczych. W 1999 r. na 20 zapytań podpisaniem umowy na realizację zlecenia zakończyło się 9 projektów – najwięcej w badanym okresie. Po tym czasie liczba zrealizowanych projektów w stosunku do otrzymanych zapytań ofertowych zmalała i utrzymywała się na stałym poziomie (w latach 2000-2001 po 5 wykonanych zleceń, a w latach 2002-2007 – tylko po 3 zakończone projekty). W ostatnich trzech latach działalności wykonano po 2 projekty badawcze rocznie. Zapytania, których liczba zmieniała się co roku, świadczą o zainteresowaniu ze strony sektora biznesu i poszukiwaniu możliwości wsparcia w nauce (tab. 3).

Wykazana liczba zrealizowanych projektów w badanym okresie odnosi się jednak do przypadku, w którym nie każde otrzymane zapytanie skutkowało możliwością nawiązania szerszej współpracy z biznesem. Dotyczy to określonych

Tabela 3. Projekty badawcze zrealizowane przez Centrum Badań i Ekspertyz na rzecz biznesu w latach 1994-2013

| Lata | Projekty badawcze na potrzeby praktyki gospodarczej | |
|-------|---|-----------------------|
| | zapytania ofertowe | zrealizowane projekty |
| 1994 | 1 | 1 |
| 1995 | 7 | 1 |
| 1996 | 6 | 4 |
| 1997 | 15 | 6 |
| 1998 | 17 | 8 |
| 1999 | 20 | 9 |
| 2000 | 15 | 5 |
| 2001 | 12 | 6 |
| 2002 | 5 | 3 |
| 2003 | 5 | 3 |
| 2004 | 14 | 3 |
| 2005 | 6 | 1 |
| 2006 | 11 | 3 |
| 2007 | 18 | 3 |
| 2008 | 6 | 4 |
| 2009 | 12 | 2 |
| 2010 | 8 | 3 |
| 2011 | 7 | 2 |
| 2012 | 2 | 2 |
| 2013 | 5 | 2 |
| Razem | 192 | 71 |

Źródło: opracowanie własne.

przez zleceniodawcę warunków i kryteriów realizacji projektu związanych z odpowiednimi zasobami techniczno-technologicznymi, zasobami ludzkimi wraz z poszukiwanymi kompetencjami, którym uczelnia ekonomiczna nie mogła sprostać w danym czasie, ponieważ nie dysponowała odpowiednimi narzędziami i/lub zasobami.

CBiE od początku działalności nawiązało współpracę z ponad 60 przedsiębiorstwami działającymi na rynku konsumpcyjnym i przemysłowym, instytucjami i organizacjami rządowymi oraz samorządowymi, których większość zlokalizowana jest w województwie śląskim. W latach 1994-2013 jednostka współpracowała przy realizacji projektów badawczych z 23 przedsiębiorstwami produkcyjnymi, 5 handlowymi, 10 usługowymi, 19 instytucjami i organizacjami rządowymi i samorządowymi oraz 14 innymi instytucjami (tab. 4).

Tabela 4. Zapytania ofertowe i zrealizowane projekty badawcze przez Centrum Badań i Ekspertyz według typu zleceniodawcy w latach 1994-2013

| Typ zleceniodawcy | Zapytania ofertowe | Zrealizowane projekty badawcze, warsztatowe |
|---|--------------------|---|
| Przedsiębiorstwa produkcyjne | 53 | 23 |
| Przedsiębiorstwa handlowe | 24 | 5 |
| Przedsiębiorstwa usługowe | 21 | 10 |
| Instytucje i organizacje rządowe i samorządowe | 56 | 19 |
| Inne instytucje (agencje reklamowe, doradcze, rozwoju regionalnego) | 38 | 14 |
| Razem | 192 | 71 |

Źródło: opracowanie własne.

Szczegółowy wykaz podmiotów otoczenia biznesu, z którymi została nawiązana współpraca, wraz z liczbą zrealizowanych projektów i prac naukowo-badawczych w latach 1994-2013 przez jednostkę ogólnouczelnianą, przedstawia tabela 5.

Z przeprowadzonej analizy działalności jednostki na zlecenie praktyki gospodarczej z wykorzystaniem doświadczeń badawczych i wiedzy pracowników naukowo-dydaktycznych Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach wynika, że zrealizowano: badania rynkowe i marketingowe na rynku dóbr konsumpcyjnych i dóbr przemysłowych oraz na rynku usług, opracowano marketingowe strategie działania dla przedsiębiorstw i instytucji, przygotowano ekspertyzy ekonomiczno-finansowe, świadczone usługi doradcze z zakresu: zarządzania i organizacji, marketingu, logistyki, finansów, transportu, ochrony środowiska, projektów inwestycyjnych.

W ramach współpracy nauki z biznesem, poza zrealizowanymi projektami badawczymi, w latach 1996-2011 CBiE przeprowadziło 15 szkoleń i warsztatów

Tabela 5. Podmioty biznesu, z którymi Centrum Badań i Ekspertyz podjęło współpracę w latach 1994-2013

| Rok | Podmiot/instytucja | Liczba projektów badawczych |
|------|--|-----------------------------|
| 1994 | Leta | 1 |
| 1995 | Huta Baildon Katowice | 1 |
| 1996 | International Promotion Agency Katowice LENTEX S.A. w Lublińcu Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie EDAM – Hurtownia Artykułów Spożywczych w Zawierciu | 4 |
| 1997 | Węgliki Spiekane BALIDONIT Sp. z o.o. HAL-REK S.A. TNOiK/MINET GBG S.A. LIBET Sp. z o.o. joint-venture Izba Gospodarcza Eksporterów i Importerów | 6 |
| 1998 | PSS SPOŁEM KSK Sp.z o.o Spółka Adwokacka s.c. R. Walos – A. Hayder Huta Bankowa Sp. z o.o. Kombinat Koksochemiczny Zabrze Gmina Tarnowskie Góry Agencja AGRO-TECH s.c. z siedzibą w Wojnowicach MSC Management Services & Consulting Roman Dolczewski | 8 |
| 1999 | Wydawnictwo PARK Andrzej Wienczek Bielsko-Biała Kombinat Koksochemiczny Zabrze Regionalna Agencja Promocji Zatrudnienia Sp. z o.o. w Dąbrowie Górniczej Urząd Miasta i Gminy Ogrodzieniec GBG Bank SA. w Katowicach SERTOP Sp. z o.o. w Tychach Zarząd Miasta i Gminy Ogrodzieniec Bank Przemysłowo-Handlowy w Krakowie | 9 |
| 2000 | GBG Bank w Katowicach Urząd Miejski w Dąbrowie Górniczej FPiN WAPIENICA w Bielsku-Białej Bank BPH w Krakowie | 5 |
| 2001 | Starostwo Powiatowe w Będzinie HORTINO ZPOW Leżajsk Sp. z o.o HMN SZOPIENICE S.A MITEX S.A. w Kielcach Oddział w Katowicach Gmina Dąbrowa Górnicza Gmina Imielin | 6 |
| 2002 | Gmina Będzin PRO-ARCH Sp. jawna IRWiK | 3 |

cd. tab. 5

| Rok | Podmiot/institucja | Liczba projektów badawczych |
|-------|---|-----------------------------|
| 2003 | Hortino Leżajsk sp. z o.o. TWARDZIK CZ. S Kompania Węglowa S.A. | 3 |
| 2004 | Urząd Miasta Katowice PEC Tychy Powiatowy Urząd Pracy w Dąbrowie Górniczej | 3 |
| 2005 | Powiatowy Urząd Miasta w Katowicach | 1 |
| 2006 | Wawel SA PKP Polskie Linie Kolejowe S.A. Oddział Regionalny w Katowicach UM Gmina Szczecin | 3 |
| 2007 | IRWiK Urząd Miasta Dąbrowa Górnicza Urząd Pracy w Dąbrowie Górniczej | 3 |
| 2008 | Kompania Węglowa S.A Górnośląskie Przedsiębiorstwo Wodociągów w Katowicach Śląskie Centrum Społeczeństwa Informacyjnego w Katowicach Euro Centrum w Katowicach | 4 |
| 2009 | Urząd Pracy w Dąbrowie Górniczej NBP o/Katowice | 2 |
| 2010 | Zakład Targowisk Miejskich w Katowicach Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział Ekonomicznego Urząd Miasta Gliwice | 3 |
| 2011 | Gmina Imielin Fundacja Edukacja bez Granic | 2 |
| 2012 | DB Schenker Rail Polska S.A. PNT Euro-Centrum Sp. z o.o. | 2 |
| 2013 | PNT Euro-Centrum Sp. z o.o. Międzygminny Związek Komunikacji Pasażerskiej w Tarnowskich Górach | 2 |
| Razem | | 71 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.cbie.ue.katowice.pl [28.07.2013].

dla kadry menedżerskiej (tab. 6). Celem tych warsztatów było pogłębienie wiedzy i rozwijanie umiejętności słuchaczy w zakresie prowadzenia danej działalności lub przygotowanie do opracowania dokumentacji (np. strategii).

3. Bariery w podejmowanej współpracy nauki z biznesem

Rozwój współpracy między uniwersytetem a biznesem stale napotyka różnego rodzaju problemy i bariery. Przedsiębiorcy rzadko poszukują rozwiązań swoich problemów w jednostkach naukowych, zwłaszcza o profilu ekonomicznym.

Tabela 6. Wykaz przeprowadzonych warsztatów, szkoleń i konsultacji przez Centrum Badań i Ekspertyz na rzecz biznesu w latach 1996-2011

| Rok | Zleceniodawca | Tytuł warsztatu/szkolenia |
|-----------|--|---|
| 1996 | International Promotion Agency Katowice | warsztaty z zakresu badań marketingowych |
| 1998 | Kombinat Koksochemiczny Zabrze | konsultacje metodyczne z zakresu analizy strategicznej Kombinat Koksochemicznego |
| 1999 | Kombinat Koksochemiczny Zabrze | konsultacje o charakterze szkoleniowo-doradczym z zakresu planowania marketingowego |
| 1999 | Regionalna Agencja Promocji Zatrudnienia Sp. z o.o. w Dąbrowie Górniczej | konsultacje o charakterze szkoleniowo-doradczym z zakresu marketingu i dystrybucji |
| 1999 | Zarząd Miasta i Gminy Ogrodzieniec | konsultacje o charakterze szkoleniowo-doradczym z zakresu analizy strategicznej i planowania marketingowego |
| 2000/2001 | FPiN Wapienica SA | warsztaty szkoleniowo-doradcze z zakresu analizy strategicznej |
| 2001 | Gmina Imielin | warsztaty menedżerskie z zakresu analizy strategicznej do opracowania Strategii Rozwoju Gminy Imielin na lata 2001-2010 |
| 2001 | WPKiW w Chorzowie | warsztaty szkoleniowo-doradcze na temat zarządzania marketingowego |
| 2004 | Agro Hurt | szkolenie z zakresu promocji w placówce detalicznej |
| 2005 | Agro Hurt | szkolenie z zakresu narzędzi marketingowych i elementów merchandisingu w działalności handlowej |
| 2005 | Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej w Tychach | warsztaty menedżerskie z zakresu skutecznych negocjacji |
| 2008 | Kompania Węglowa SA w Katowicach | warsztaty menedżerskie z zakresu monitoringu rynku zaopatrzeniowego |
| 2008/2009 | TAURON PE SA | warsztaty menedżerskie z zakresu marketingu |
| 2009 | NBP/o w Katowicach | warsztaty z zakresu budowania marki firmy |
| 2011 | Urząd Miasta Imielin | warsztaty menedżerskie z zakresu podstaw informacyjnych do opracowania dokumentu Strategia Rozwoju Miasta Imielin na lata 2011-2020 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.cbie.ue.katowice.pl [28.07.2013].

Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) nie są atrakcyjnym partnerem dla uczelni, ponieważ nie mają możliwości ponoszenia dużych nakładów na projekty B+R. Z kolei duże przedsiębiorstwa nie są zainteresowane dokonywaniem zmian przy wsparciu nauki, gdyż posiadają własne zaplecze B+R. W pewnym sensie barierą w nawiązywaniu współpracy jest brak gotowości do podejmowania działań ze strony przedsiębiorców. Zdarza się bowiem, że przedsiębiorcy, którzy zdecydowali się na współpracę z naukowcami, wyrażają niezadowolenie z jej efektów. Niektórzy przedstawiciele środowiska biznesu narzekają na niewystarczające

kompetencje pracowników naukowych lub zbyt teoretyczne podejście. Współpraca nie kończy się sukcesem ze względu na rozbieżność interesów i inne rozumienie celowości badań wspieranych przez biznes¹⁷.

Z przeprowadzonych badań na temat modelu współpracy uczelni z otoczeniem biznesu przez Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach¹⁸ wynika, że podstawową barierą współpracy jest nieodpowiedni przepływ informacji pomiędzy środowiskami. Brak porozumienia utrudnia znalezienie odpowiedniego partnera do współpracy oraz uniemożliwia zidentyfikowanie jego potrzeb. Przeszkodę stanowią także czynniki instytucjonalne i prawne oraz nieatrakcyjne zasady finansowania wspólnych przedsięwzięć¹⁹. Inne bariery współpracy uczelni z przedsiębiorstwami wskazane przez respondentów przedstawia tabela 7.

Tabela 7. Bariery współpracy między nauką a biznesem w opinii pracowników naukowych i przedsiębiorców (w %)

| Wyszczególnienie | Pracownicy nauki | Przedstawiciele biznesu |
|---|------------------|-------------------------|
| Brak lub niewystarczająca informacja o możliwości współpracy z otoczeniem | 79 | 54 |
| Brak w uczelniach specjalistycznych jednostek odpowiedzialnych za współpracę z otoczeniem | 55 | 44 |
| Brak czasu na zaangażowanie się w dodatkowe działania przez pracowników uczelni | 62 | 37 |
| Brak czasu na zaangażowanie się w dodatkowe działania przez pracowników przedsiębiorstw | 60 | 50 |
| Brak zainteresowania ze strony pracowników uczelni | 44 | 32 |
| Brak zainteresowania ze strony pracowników przedsiębiorstw | 56 | 41 |
| Bariery systemowe, czyli obowiązujące akty prawne | 48 | 36 |
| Bariery instytucjonalne, czyli obowiązujące standardy nauczania | 76 | 31 |
| Nieatrakcyjne warunki ekonomiczne współpracy | 76 | 28 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Model współpracy uczelni z otoczeniem biznesowym*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010, s. 11-12.

Doświadczenia CBiE z praktyką gospodarczą wskazują także na występujące we współpracy bariery i ograniczenia. Po pierwsze są to zakłócenia o charakterze

¹⁷ Strategia rozwoju nauki w Polsce do 2015 roku, dokument ramowy opracowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa, czerwiec 2007, http://www.bip.nauka.gov.pl/_gAllery/20/48/2048/20070629_Strategia_Rozwoju_Nauki_w_Polsce_do_2015.pdf [28.07.2013].

¹⁸ Badania zrealizowano wspólnie z Norwegian University of Science and Technology oraz Harstad University College. W ramach projektu badawczego przebadanych zostało 86 przedstawicieli biznesu, 52 pracowników akademickich i 363 studentów.

¹⁹ *Model współpracy uczelni z otoczeniem biznesowym*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010, s. 11-12.

komunikacyjnym, które pojawiają się od chwili nawiązania kontaktu z jednostką ogólnouczelnianą. Barierej stanowi rozpoznanie problemu decyzyjnego zleceniodawcy oraz jego oczekiwań wobec podmiotu świadczącego usługę naukowo-badawczą. Utrudnienie w komunikacji dotyczy na ogół języka komunikacji (język naukowy i język branżowy), który dla obu środowisk jest odmienny i nie do końca zrozumiały. Największe nieporozumienia w komunikacji występują w fazie projektowania badań. Dotyczą one np. różnych wyobrażeń co do czasu i kosztów pozyskiwania informacji, czyli podstawowych informacji związanych z realizacją badań. „Pierwszy kontakt obu stron jest zwykle rozmową o charakterze wyjaśniającym problem oraz uzgadniającym ramowe zasady współpracy”²⁰.

Inną barierą występującą po stronie CBiE we współpracy z biznesem jest brak rozpoznania potrzeb obecnych i potencjalnych klientów, brak oferty badawczej dostosowanej do zmieniających się wymagań i uwarunkowań w sektorze B+R, a także minimalne zainteresowanie uniwersytetu wprowadzeniem jej na rynek. Nie ulega wątpliwości, że jednostka badawcza chcąc świadczyć usługi dla przedsiębiorstw, do których kieruje swą ofertę, powinna przywiązywać większą wagę do badań preferencji i oczekiwań tych podmiotów oraz dokonywać analiz popytu na rynku na usługi naukowo-badawcze. Uzyskiwanie na bieżąco informacji zwrotnej od odbiorców oferty centrum na temat dotychczasowej współpracy, wad i zalet propozycji wprowadzenia zmian może przyczynić się do rozpoznania możliwości funkcjonowania świadczonych usług na rynku. Analiza rynku oraz zbadanie potrzeb jest podstawowym zadaniem każdego ośrodka naukowego, który nie ma pewności, że klienci wybiorą jego ofertę²¹. Pozycjonowanie, jako określenie pożądanego miejsca produktów w świadomości klientów, ma duże znaczenie w kształtowaniu portfela usług CBiE. Ponadto prowadzenie badań dotyczących satysfakcji klienta wpływa na poprawę efektywności jednostki współdziałającej z biznesem.

Do budowania długofalowych relacji między CBiE a praktyką potrzebna jest platforma porozumienia, której brakuje – jak wynika z przeprowadzonej analizy. W ostatnich latach działalności jednostki zauważa się wyraźny spadek liczby zapytań ofertowych. Przyczyn tego problemu należy upatrywać w różnych czynnikach, m.in. w braku zaangażowania biura CBiE w poszukiwanie nowych kontaktów z gospodarką. Jednostką kieruje dyrektor, jest w niej zatrudniony jeden pracownik administracyjny, którego zadaniem jest głównie obsługa biurowa, natomiast brakuje działań na rzecz budowy „pomostu” w postaci zaproszenia praktyki do realizacji wspólnych projektów badawczych. Do tego jednostka nie posiada własnych środków finansowych na działalność, a o środki z innych źró-

²⁰ Z. Kędzior, M. Jaciow, op. cit., s. 141.

²¹ J. Koszałka, *Monitoring zapotrzebowania na usługi i kształtowanie oferty ośrodka innowacji*, PARP, Gdańsk 2011, s. 57.

deł rzadko zabiega. Kolejny powód malejącej liczby zapytań ofertowych stanowi konkurencja na rynku usług badawczych i eksperckich, do której zaliczają się centra i inne jednostki funkcjonujące w uczelniach wyższych w województwie śląskim i sąsiednich województwach oraz agencje i firmy badawcze oferujące szeroki zakres usług, posiadające bogatsze zaplecze techniczne, wyspecjalizowaną i dyspozycyjną kadrę i nierzadko korzystniejszy cennik usług. Należałoby się też zastanowić, dlaczego niewiele podmiotów zdecydowało się na powtórne zlecenie projektów badawczych lub innych usług? Nie można uzyskać jednoznacznej odpowiedzi, a trudno doszukiwać się przyczyn w jakości wcześniej zrealizowanych zleceń, ponieważ nie zostały one bezpośrednio wskazane (w sposób formalny lub nieformalny) podczas współpracy podejmowanej przez zleceniodawców. Ponadto CBiE jako jednostka ogólnouczelniana, której zadaniem jest pozyskiwanie zleceń i realizacja projektów, powinno także transferować wyniki badań naukowych do biznesu. Biuro nie ma żadnego doświadczenia i nie prowadziło dotąd działalności inkubacyjnej. Nie zwracało też uwagi na tendencje rozwoju w kierunku poszerzania kompetencji w obszarze komercjalizacji wyników badań, jakie zaczęły się pojawiać i obecnie obowiązują. Jednostce brakuje także wiedzy i doświadczenia w aplikowaniu, obsłudze i rozliczaniu projektów finansowanych z różnych źródeł, np. ze środków Unii Europejskiej, grantów Narodowego Centrum Nauki, grantów Narodowego Centrum Badań i Rozwoju czy projektów międzynarodowych. Centrum nie ma możliwości wzmocnienia potencjału kadrowego oraz kształtowania dogodnych warunków do rozwoju potrzebnych kompetencji w celu zwiększenia skuteczności współpracy z biznesem. Przekłada się to na słabą popularyzację komercjalizacji wiedzy przez CBiE, zwiększenie świadomości wśród pracowników naukowych uniwersytetu na temat roli i miejsca nawiązywania kontaktów i współpracy z otoczeniem biznesu, których efektywność wpływa z kolei na rozwój gospodarki opartej na wiedzy. Efektywność działań na rzecz biznesu w tym przypadku mierzona jest jedynie liczbą otrzymanych zapytań ofertowych i wykonanych zleceń w ramach podpisanych umów oraz pozostałych zrealizowanych usług (warsztaty, ekspertyzy).

4. Korzyści w obszarze prowadzonych wspólnie projektów badawczych

Mimo stosunkowo niewielkiego zainteresowania współpracą biznesu z uniwersytetem przedsiębiorcy dostrzegają korzyści w nawiązywaniu kontaktów z nauką. Należą do nich:

- dostęp do informacji o najnowszych wynikach badań naukowych,
- dostęp do bazy informatyczno-naukowej uczelni,
- dostęp do zbiorów bibliotecznych,

- możliwość pozyskania środków zewnętrznych na działalność przedsiębiorstwa,
- możliwość nawiązania kontaktu z potencjalnymi kandydatami do pracy²².

Współpraca z CBiE daje możliwość zmniejszenia kosztów realizacji i zmniejszenia ryzyka prowadzenia działalności badawczej, gdyż biznes uzyskuje dostęp do opłacalnego przedłużenia zasobów własnego działu badawczego, wykorzystując krótkoterminowo zasoby uniwersytetu. I co ważne, współpraca z jednostką ogólnoucześnie zapewnia dostęp do dodatkowych źródeł finansowania zewnętrznego²³ – pozyskania partnera w ubieganiu się o granty, programy badawcze na badania oraz rozwój współpracy uczelni wyższych z otoczeniem biznesowym. Przedstawiciele biznesu mogą uzyskać informacje o nowych, ciekawych obszarach badawczych. Korzystając z usług CBiE, firmy, instytucje i inne organizacje mogą sprawdzić jakość własnych, wcześniej przeprowadzonych badań. Pozytywne strony kooperacji z przedstawicielami biznesu dostrzegają również pracownicy nauki. Wskazują oni na następujące szanse i możliwości:

- komercjalizacja wyników prac naukowo-badawczych,
- możliwość korzystania z infrastruktury technicznej przedsiębiorstw,
- umożliwienie rozwoju zawodowego,
- wzrost zatrudnialności absolwentów,
- lepsza promocja uniwersytetu.

Dostęp do wyników badań, nowej wiedzy i zasobów przedsiębiorstwa umożliwia także wykorzystanie nowych idei w nauce i dydaktyce²⁴. Doświadczenia wyniesione ze współpracy z biznesem w danej dziedzinie pozwalają zidentyfikować kluczowe problemy wymagające rozwiązania, a zatem stanowią podwaliny pod nowe obszary badawcze.

Zakończenie

Rzeczywistość pokazuje, że projekty naukowo-badawcze nie mogą być realizowane na potrzeby biznesu lub komercjalizacji wyników badań bez odpowiednich ram instytucjonalnych oraz wizji na poziomie władz uczelni. Komerccjalizacja wiedzy przez uniwersytety powinna być rozpatrywana jako sposób zapewnienia przychodów przez udostępnienie osobom czy instytucjom, przede wszystkim przedsiębiorstwom, wiedzy, infrastruktury i wyników badań. Proces komercjalizacji wiedzy obejmuje wdrożenie wyników badań do gospodarki oraz

²² *Model współpracy...*, s. 10-11.

²³ P. Bryła, T. Jurczyk, T. Domański, *Korzyści współpracy uczelni wyższych z otoczeniem gospodarczym – próba typologii*, „Marketing i Rynek” 2013, nr 4.

²⁴ *Business – University Collaboration for Research and Innovation, A Guide for CBI Policy Brief 2000*.

wzmacnianie pozycji konkurencyjnej istniejących przedsiębiorstw i tworzenie nowych przedsiębiorstw.

Analiza działalności badawczo-usługowej jednostki ogólnouczelnianej Centrum Badań i Ekspertyz Uniwersytetu Ekonomicznego (CBiE) i jej doświadczenia w realizacji zleceń na potrzeby biznesu dowodzi, że musi ona stworzyć własną ofertę badawczo-usługową odpowiadającą na zmieniające się potrzeby rynku. Gwałtownie wzrasta zapotrzebowanie na usługi badawcze, konsultingowe, eksperckie i warsztatowe ze strony praktyki. Dobrze przygotowana oferta powinna uwzględniać usługi, które wzajemnie się uzupełniają, tworząc ciągłość przedsięwzięć służących wzmacnianiu pozycji naukowej i gospodarczej zespołów badawczych na rynku. Najtrudniejszym zadaniem jest wzmacnianie pozycji rynkowej, gdyż wymaga ono od jednostek ogólnouczelnianych opracowania, wspólnie z naukowcami, konkurencyjnych ofert dla potencjalnych grup docelowych na rynku lokalnym, krajowym i międzynarodowym. Do tego dochodzi konieczność wypracowania ścieżek komercjalizacji wyników badań oraz transferu wiedzy z uniwersytetu do gospodarki, które pozwalają na wzrost efektywności współpracy i nawiązywania nowych kontaktów z biznesem. Z dotychczasowych doświadczeń CBiE wynika, że jednostka odpowiada na pojawiające się zapytania ofertowe i realizuje projekty badawcze z praktyką, ale nie można uznać, że ma odpowiednie przygotowanie do komercjalizacji wyników badań. Uniwersytet, chcąc podążać za nowymi pojawiającymi się na rynku szansami wykorzystania nowych zjawisk w życiu naukowym i gospodarczym, musi mieć właściwych partnerów biznesowych, z którymi może przeanalizować sytuację, określić strategię rozwoju, rozwijać nowe usługi i zapoczątkować współpracę z nowymi klientami. Sukces współpracy wielkoobszarowej jest zdeterminowany przez wsparcie, jakie otrzymuje od władz uczelni jednostka ogólnouczelniana. Kierownictwo uniwersytetu powinno mieć na uwadze, że podejmowanie decyzji o wspieraniu biznesu wiąże się jeszcze z inną, nie mniej ważną funkcją, tj. funkcją promocyjną całego środowiska naukowo-uczelnianego. Wzmacnianie i rozwój więzi między nauką a praktyką przy użyciu instrumentów promocji przekłada się bowiem na efektywność współpracy. W obliczu wzrastającego zapotrzebowania na komercjalizację wyników badań i wdrożenia ich do gospodarki, przy dokonaniu odpowiedniej reorganizacji jednostki, zmiany kierunku działalności i wsparciu ze strony władz uczelni, CBiE będzie w stanie zaproponować większe wsparcie otoczeniu biznesowemu, a tym samym efektywniej niż dotąd wykorzystać potencjał naukowo-badawczy uniwersytetu.

Literatura

Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Ekonomia behawioralna finansowania przedsiębiorczości, red. P. Kulawczuk, A. Poszewiecki, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010.

- Bryła P., *Determinanty współpracy uczelni ze sferą biznesu*, „Marketing i Rynek” 2012, nr 7.
- Bryła P., Jurczyk T., Domański T., *Korzyści współpracy uczelni wyższych z otoczeniem gospodarczym – próba typologii*, „Marketing i Rynek” 2013, nr. 4.
- Business – University Collaboration for Research and Innovation*, A Guide for CBI Policy Brief 2000.
- <http://www.cbie.ue.katowice.pl/> [28.07.2013].
- <http://www.sgh.waw.pl/ogolnouczelniarne/bwb> [28.07.2013].
- <http://www.ue.poznan.pl/uczelnia/struktura-organizacyjna/centra-badawcze/centrum-badan-i-eks-pertyz-towaroznawczych/> [28.07.2013].
- http://www.ue.wroc.pl/badania/4852/oferty_wspolpracy_z_praktyka_gospodarcza.html [28.07.2013].
- Innowacyjność 2010*, PARP, Warszawa 2010.
- Koszalka J., *Monitoring zapotrzebowania na usługi i kształtowanie oferty ośrodka innowacji*, PARP, Gdańsk 2011.
- Leksykon marketingu*, red. J. Altkorn, T. Kramer, PWE, Warszawa 1998.
- Lichtarski J., *Teoretyczne i praktyczne problemy integracji gospodarczej przedsiębiorstw*, w: *Współdziałanie gospodarcze przedsiębiorstw*, red. J. Lichtarski, PWE, Warszawa 1992.
- Marketing instytucji naukowych i badawczych*, Wyd. Instytutu Lotnictwa, Warszawa 2010.
- Model współpracy uczelni z otoczeniem biznesowym*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010.
- Model zarządzania publiczną instytucją akademicką*, red. J. Woźnicki, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 1999.
- Payne A., *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997.
- Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 24 maja 2011 r. w sprawie Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Dz.U. nr 112, poz. 656.
- Strategia rozwoju nauki w Polsce do 2015 roku, dokument ramowy opracowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa, czerwiec 2007.
- The Global Competitiveness Report 2012-2013*, World Economic Forum 2012.
- Uczelnie i ich otoczenie. Możliwości i formy współdziałania*, red. B. Minkiewicz, Wyd. SGH, Warszawa 2003.
- Współdziałanie gospodarcze przedsiębiorstw*, red. J. Lichtarski, PWE, Warszawa 1992.

Cooperation of science and business through the example of a university-wide faculty of the University of Economics in Katowice

Abstract. *This article presents a case study of practical experience in the cooperation of science and business through the example of a university-wide faculty of the University of Economics in Katowice. The Research and Expertise Center provides professional research, as well as, expert and consulting services. It draws on the knowledge and experience of the university's academics and researchers to create sustainable forms of cooperation between science and applied experience. Some empirical studies have been done on the basis of experience gained as an employee of an entity participation in the projects. The author shows the problems and the benefits in terms of establishing mutual cooperation.*

Keywords: *research and expert services, university-wide, university, cooperation between science and business*