

Urszula NOWACKA

Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie

Kreowanie przedsiębiorczości intelektualnej

Najtrudniejsze jest tworzenie.

Wszystko inne jest ucieczką przed tworzeniem¹.

Ryszard Kapuściński

Wstęp

Celem artykułu jest ukazanie uwarunkowań związanych z rozwojem przedsiębiorczości intelektualnej, zaprezentowanie wyników badań dotyczących tematu, które stanowią podstawę dla przyszłego rozwoju tej dziedziny. Analizie poddano determinanty wpływające na rozwój przedsiębiorczości intelektualnej, tj. zdolność do tworzenia i absorpcji innowacji technologicznych, wspieranie i upowszechnianie własności przemysłowej, system transferu technologii i komercjalizacji wiedzy oraz budowanie nowoczesnego społeczeństwa opartego na wiedzy. Współczesne życie, tak społeczne, jak i gospodarcze, stawia jednostkom i organizacjom wiele wyzwań, z których większość związana jest z postawami przedsiębiorczymi.

W teorii ekonomii i zarządzania znanych jest bardzo wiele definicji przedsiębiorczości. Według Josepha Schumpetera (por. [15]), „duch przedsiębiorczości przejawia się w ciągłym poszukiwaniu innowacji w całej działalności gospodarczej”. Adam Smith (por. [12]) uważa, że „przedsiębiorczość to umiejętność oszczędzania i mobilizowania kapitału”. Peter F. Drucker (por. [1]) ujmując przedsiębiorczość jako „systematyczną innowację opartą na pojawiających się zmianach i wychodzeniu poza utarte schematy myślenia, jako zdolność do poszukiwania zmian, reagowania na nie i wykorzystania ich jako okazji (szansy) lub ujmując inaczej jako zdolność do innowacji, podejmowania skalkulowanego

¹ R. Kapuściński, *Lapidarium IV*, Czytelnik, Warszawa 2004.

ryzyka, zaprojektowania i doprowadzenia do końca określonego projektu”. Natomiast Józef Penc (por. [9]) słowem przedsiębiorczość określa „kreatywny sposób myślenia i działania, wyczuwanie przyszłości (zwiastunów przemian), odkrywanie nowych szans, twórcze rozwiązywanie problemów, zdolność formułowania szybkich odpowiedzi na wyzwania rynku, co oznacza, że przedsiębiorczość zasadza się na mądrości działania: wiąże się z wiedzą, odwagą i umiejętnością przekształcania pomysłów na dochodowe przedsięwzięcia”.

Wspólną cechą większości poglądów na temat przedsiębiorczości jest odwoływanie się do takich pojęć (atrybutów, kompetencji), jak: innowacyjność, kreatywność, twórczość, otwartość, orientacja na przyszłość, zarządzanie ryzykiem, ekspansywność, inicjatywność, niezależność, asertywność, nieszablonowość, wszechstronność. Przedsiębiorczość, jako element współczesnego zarządzania, kładzie nacisk na określenie czynników kreujących działalność gospodarczą człowieka jako swego rodzaju siłę motoryczną tej działalności (tworzenie biznesu).

Przedsiębiorczość intelektualna

W literaturze akcentuje się w ostatnim czasie – obok przedsiębiorczości strategicznej, akademickiej, innowacyjnej – nurt przedsiębiorczości bazujący na wiedzy, zwłaszcza wiedzy chronionej, zwany przedsiębiorczością intelektualną.

Przedsiębiorczość intelektualna, według Stefana Kwiatkowskiego, polega „na tworzeniu podstaw materialnego bogactwa z niematerialnej wiedzy; bogactwa jednostek, grup społecznych, narodów” (por. [5]). Ta umiejętność wykorzystania wiedzy już istniejącej dla zdobywania innej, umiejętność skutecznego uczenia się, funkcjonowania w nowoczesnym, nasyconym wiedzą społeczeństwie, jest „najlepszą gwarancją wykorzystania potencjału rozwoju, w jaki wyposażyła nas natura” (por. [5]). Przedsiębiorczość intelektualna, bazująca na wiedzy, charakteryzuje się więc wysoką umiejętnością obserwacji otoczenia, dostępem do informacji i jej przetwarzaniem, kreatywnością oraz innowacyjnością (por. [10]).

Według Charlesa R.B. Stowe, celem przedsiębiorcy intelektualnego jest stworzenie takiej organizacji, która uzyska nadzwyczajny wzrost i rentowność, której wartość będzie przekraczała wartość jej materialnych aktywów. Poszukuje on kreatywnych sposobów odpowiedzi na zmieniające się warunki rynkowe i stara się zagwarantować pewną przyszłość firmy (por. [13]).

W ostatnim okresie uległy zmianie warunki funkcjonowania przedsiębiorstw. Słyszymy często o końcu Ery Przemysłowej, w której podstawowym zasobem jest kapitał rzeczowy, jednocześnie wskazuje się na początek nowej ery – Ery Wiedzy. Wiedza, która w coraz większym stopniu wykorzystywana jest na wszystkich poziomach życia gospodarczego i społecznego, na poziomie przedsiębiorstwa traktowana jest jako zasób, który odpowiednio zarządzany i połą-

czony z przedsiębiorczością (tworząc przedsiębiorczość intelektualną) może w znacznym stopniu przyczynić się do osiągnięcia sukcesu.

Kreowanie przedsiębiorczości intelektualnej w firmie można utożsamiać z kreowaniem wartości dodanej, rozumianym jako bezpośrednia konwersja innowacji w zysk. Nie ulega wątpliwości, iż każda działalność gospodarcza pozwalająca zwiększyć przychody lub zredukować koszty stanowi ciekawą alternatywę budującą wartość dodaną.

Jak słusznie zauważył S. Kwiatkowski, w najbardziej rozwiniętych gospodarkach świata obserwuje się przesuwanie zainteresowania od produkcji materialnej do usług, od szeroko rozumianej obróbki dóbr materialnych, ku szeroko rozumianej obróbce informacji. Ciągłe odkrywana zmienność, wielowymiarowość, niemożliwość kategoryzacji, zacieranie się granic pomiędzy organizacją a jej otoczeniem, między tym, co materialne i niematerialne, ciągłe eksperymentowanie i kwestionowanie obowiązujących norm i zasad, nieuchronnie „popycha najbardziej aktywnych przedsiębiorców w stronę przedsiębiorczości intelektualnej” (por. [5]).

Przedsiębiorczość intelektualna jako zjawisko może wystąpić wyłącznie w sytuacji synergii świata nauki, biznesu i administracji, która umożliwi rozwój miejsc pracy o wysokiej wartości dodanej.

W Polsce przeprowadzono interesujące badania dotyczące przedsiębiorczości intelektualnej, w tym cech przedsiębiorców intelektualnych. S. Kwiatkowski, B. Johannison, T. Dangridge wspólnie prowadzili badania w tym zakresie od 1995 roku. Dowiodły one m.in., że cechą charakterystyczną przedsiębiorców intelektualnych jest sposób ich uczenia się.

Analiza doprowadziła do wyodrębnienia trzech różnych grup osób, które prowadzą działalność gospodarczą (uwidoczniono ww. grupy na rys. 1), są to:

- *small business* – podstawowa forma prowadzenia działalności o małej skali, niewymagająca kapitału intelektualnego, cechująca się pojedynczą pętlą uczenia się (charakteryzująca się m.in. dostosowaniem do otoczenia, powtarzaniem zachowań innych, brakiem wykorzystania zachodzących zmian);
- Przedsiębiorcy – podejmujący działalność i ryzyko na większą skalę, wprowadzający innowacje, cechujący się podwójną pętlą uczenia się (charakteryzują się m.in. wykorzystywaniem możliwości stworzonych przez otoczenie, wykonywaniem zadań często w niekonwencjonalny sposób);
- Przedsiębiorcy intelektualni – cechujący się ponad podwójną pętlą uczenia się (charakteryzują się m.in. uczeniem się poza wszelkimi ograniczeniami) (por. [5]).

Badania, które przeprowadził Stefan Kwiatkowski razem ze swoimi studentami w roku 1997–1998 wśród osób prowadzących działalność gospodarczą, dotyczyły następujących elementów:

- słowa i symbole charakteryzujące przedsiębiorcę,
- słowa i symbole charakteryzujące intelektualistę,

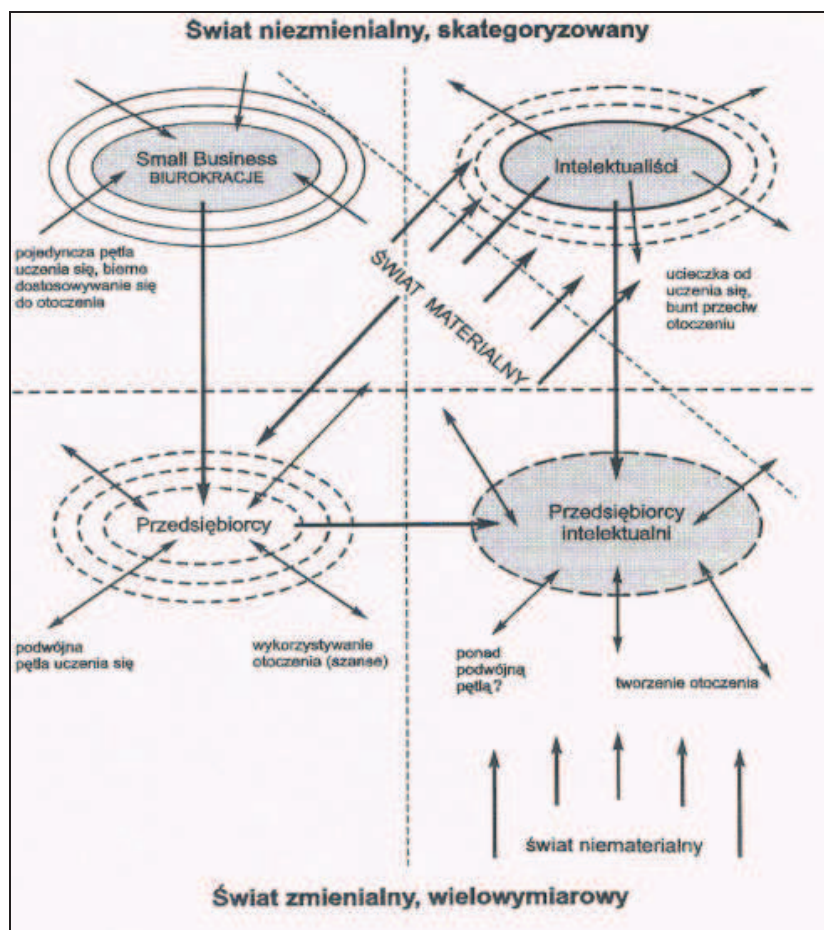
- czy można mówić o nakładaniu się na siebie lub przynajmniej o przecinaniu się świata intelektualisty i świata przedsiębiorcy?
- z czego musisz zrezygnować jako przedsiębiorca?
- co zyskujesz, będąc przedsiębiorcą?
- twój największy sukces, największa porażka,
- jakie są Twoje cele osobiste?
- co by się stało, gdyby twoja firma upadła?
- czy możesz wymienić współtwórców Twojego sukcesu?
- od kogo nauczyłeś się najwięcej?

Z badań wynikało, iż większość badanych dostrzegła istnienie takiego zjawiska, jak przedsiębiorczość intelektualna. Aż $\frac{2}{3}$ osób uważało siebie za przedsiębiorcę intelektualnego. W grupie tej znaleźli się wszyscy ci, którzy mieli wykształcenie ponad wyższe oraz 70% osób z wykształceniem wyższym. Ponieważ uzyskane rezultaty nie były zadowalające dla S. Kwiatkowskiego, przeprowadzono nowe badania, przypisując respondentów do różnych grup: do przedsiębiorców intelektualnych, do przedsiębiorców „tradycyjnych” oraz do grupy *small business*.

Różnice, które zaobserwowano w tych trzech grupach, dotyczyły przede wszystkim: motywacji do prowadzenia przedsiębiorstwa, formy prawnej firmy, dominujących zasobów przedsiębiorcy, produktów wytwarzanych przez firmy oraz zasięgu geograficznego (por. [5]).

Kształtowanie się przedsiębiorczości intelektualnej dokonuje się w zasadzie dwoma, niepozostającymi bez wzajemnego związku, nurtami. Jednym jest podejmowanie działalności przedsiębiorczej przez intelektualistów, drugim – intelektualizacja samej przedsiębiorczości. Pierwszy z nurtów wynika z przemian politycznych, gospodarczych i społecznych, które spowodowały niewątpliwie wzrost atrakcyjności kariery przedsiębiorcy oraz spadek zainteresowania karierą naukową. Drugi zaś wynika ze wzrostu roli wiedzy w społeczeństwie XXI wieku.

Schematycznie proces ten przedstawia rys. 1.



Rys. 1. Kształtowanie się przedsiębiorczości intelektualnej

Źródło: [5].

Ponieważ świat niezmienny, skategoryzowany powoli zanika, zawsze istnieje ryzyko w każdej przedsiębiorczości. Sposób uczenia się przedsiębiorcy intelektualnego przebiega ponad wszelkimi ograniczeniami (ponad pętlami), które znane są tradycyjnemu przedsiębiorcy. Ogromna ilość ograniczeń, z którymi spotyka się przedsiębiorca, utrudnia, jeżeli nie przekreśla, niezależność. Z drugiej strony, brak ograniczeń uniemożliwia działanie na większą skalę, w dłuższym czasie. Oznacza to, że działanie przedsiębiorcy intelektualnego obarczone jest ogromnym ryzykiem (por. [5]). Intuicyjnie można powiedzieć, że przedsiębiorca intelektualny to człowiek posiadający wiedzę zróżnicowaną i głęboką, charakteryzujący się krytyczną postawą wobec otoczenia i oczywiście niezależny. Badania prowadzone przez S. Kwitkowskiego, B. Johannisona, T. Dangridgea, polegające między innymi na przeprowadzeniu wywiadów z przedsiębior-

cami, których badacze ci uznali za przedsiębiorców intelektualnych (intelektualistów podejmujących działalność gospodarczą), dały interesujące wyniki. Mimo iż badani przez nich przedsiębiorcy byli różni, pochodzili z różnych środowisk, prowadzili zupełnie różną działalność gospodarczą, to jednak posiadali oni pewne cechy wspólne.

Z badań tych wyłania się obraz przedsiębiorcy intelektualnego, który to charakteryzuje się następującymi cechami:

- porusza się jednocześnie w wielu środowiskach, sferach, światach. Różnorodność powiązań, związanych z możliwością wpływu, a nawet władzy (wiedza i kontakty wzajemnie na siebie oddziałują i powodują ich rozwój);
- integruje proces zbierania i przetwarzania informacji oraz jej selekcjonowania z procesem wyboru wariantów działania (dzięki swojej wiedzy, wyobraźni i zdolności do abstrakcyjnego myślenia);
- posiada szerokie horyzonty poznawcze i wykorzystuje je w procesie identyfikowania, operacjonalizowania i wykorzystywania szans (charakteryzuje go swoboda poruszania się w czasie i przestrzeni, w sferach refleksji i czynu);
- posiada umiejętność takiego zdefiniowania sytuacji, przekonstrowania założeń, warunków gry, jakie toczy z otoczeniem, by każda z wybranych możliwości działania dawała satysfakcjonujące go rezultaty;
- postrzega swoją rolę pełnią w przedsiębiorstwie jako intelektualne wyzwanie, jako przygodę dostarczającą często intelektualnej satysfakcji;
- przywiązuje dużą wagę do kwestii etycznych i rozwoju (także intelektualnego) swoich pracowników, często demonstruje osobistą identyfikację z firmą (por. [5]).

Elementami napędowymi nowoczesnej gospodarki są według większości ekonomistów ludzie kreatywni, innowacyjni i przedsiębiorczy. Źródłem, na którym bazuje przedsiębiorca intelektualny, obok szerokiej wiedzy, jaką posiada, jest właśnie jego kreatywność i innowacyjność.

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości intelektualnej

W ostatnim czasie obserwuje się wzrost świadomości w zakresie roli, jaką odgrywa przedsiębiorczość intelektualna (w tym innowacyjność) zarówno w świecie nauki, jak i w świecie biznesu. Wpływ na to mają niewątpliwie takie czynniki, jak: wzrost konkurencji w obydwu sferach działalności, istotnie zmieniające się warunki funkcjonowania tak przedsiębiorstw, jak i uczelni wyższych, ośrodków naukowych, możliwość pozyskiwania i wykorzystywania funduszy unijnych (szczególnie w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz Innowacyjna Gospodarka), otwarcie na GPW systemu NewConnect (por. [7]), rządowe i regionalne programy strategiczne, globalizacja, oraz różnego rodzaju szkolenia i akcje medialne.

Przedsiębiorczość intelektualna uwidacznia się w pierwszej kolejności jako **zdolność do tworzenia i absorpcji innowacji technologicznych**. Zdaniem Petera F. Druckera (por. [1]), innowacja jest narzędziem przedsiębiorczości. Innowacyjność zwykle rozumiana jest jako proces obejmujący działania związane z przekształcaniem idei (pomysłu) w nowy produkt, usługę lub nową technologię oraz ich wdrożenie (także działania związane z doskonaleniem i rozwijaniem istniejących produktów, usług lub technologii). Kreowanie innowacyjności w przedsiębiorstwie wymaga przede wszystkim inicjowania kontaktów między nauką i biznesem, wdrożenia dobrze opracowanej strategii zarządzania prawami autorskimi i własnością przemysłową oraz zapewnienia finansowania absorpcji i dyfuzji innowacji.

Miarą innowacyjności jest zdolność i motywacja przedsiębiorców do stałego poszukiwania i wykorzystywania w działalności przedsiębiorstwa wyników prac badawczych, pomysłów i wynalazków. Warunkiem koniecznym do wprowadzania innowacyjności w przedsiębiorstwie jest więc podniesienie poziomu technologicznego gospodarki poprzez inwestycje w badania i rozwój oraz zapewnienie ochrony patentowej. Zagwarantuje to uzyskanie korzyści z dotychczasowych inwestycji w badania i rozwój oraz w działalność wynalazczą. Skuteczna ochrona własności przemysłowej odgrywa niewątpliwie znaczącą rolę w komercyjnym wdrażaniu pomysłów (idei). Konieczne wydaje się zatem ułatwienie i przyspieszenie procedury uzyskiwania praw wyłącznych na przedmioty własności przemysłowej, w tym w szczególności patentów na wynalazki, praw ochronnych na wzory użytkowe i znaki towarowe oraz praw z rejestracji wzorów przemysłowych (por. [10]).

Wspieranie i upowszechnianie własności przemysłowej powinno stać się dla przedsiębiorców (i naukowców) zachętą do podejmowania działań innowacyjnych i twórczych. Polacy nadal przywiązują zbyt małą uwagę do ochrony własności intelektualnej z powodu braku wiedzy, jak wykorzystać wspomnianą ochronę w budowaniu strategii rozwoju firmy. Często nie dostrzega się zagrożeń wynikających z braku ochrony, która jest jednym z najważniejszych czynników tworzenia przewagi konkurencyjnej. *Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie egzekwowania praw własności intelektualnej* (por. [2]) stanowi m.in., że „[...] ochrona własności intelektualnej jest podstawowym elementem sukcesu rynku wewnętrznego. Ochrona własności intelektualnej ma znaczenie nie tylko dla promocji innowacyjności i kreatywności, ale również dla rozwoju zatrudnienia i poprawy konkurencyjności [...]. Ochrona własności intelektualnej ma umożliwić wynalazcy lub twórcy uzyskanie prawnie uzasadnionych korzyści ze swego wynalazku lub dzieła. Powinna też umożliwić jak najszersze rozpowszechnienie dzieł, idei i nowego know-how. Jednocześnie nie może ograniczać wolności słowa, swobodnego przepływu informacji, ani ochrony danych osobowych, z ochroną danych w Internecie włącznie”.

Jednym z warunków koniecznych umożliwiających konkurencję jest właśnie fakt, że można tworzyć, produkować, chronić i komercjalizować prawa własności intelektualnej (obecnie proces komercjalizacji wymaga około trzech lat, począwszy od powstania prototypu do uruchomienia produkcji w skali przemysłowej, co oczywiście jest niekorzystne dla twórców).

Skuteczne zarządzanie własnością intelektualną jest więc niezwykle istotne, ponieważ może mieć decydujący wpływ na konkurencyjność i przewagę strategiczną na rynku. Dlatego tak ważne jest opracowanie regulaminów ochrony własności intelektualnej, które ujedynolą zasady skutecznej ochrony oraz osiągania dzięki niej korzyści ekonomicznych, sposoby zarządzania nią, a także zasady postępowania w kwestiach spornych w tym zakresie (por. [8]).

Do podstawowych komponentów zarządzania własnością intelektualną w przedsiębiorstwie zalicza się (por. [4]):

- rozwój własności intelektualnej, w tym: planowanie i implementację, sprzyjające środowisko i motywację ludzi,
- analizę rynku (czuwanie), w tym: możliwości, konkurencję, naruszenia,
- ochronę praw własności intelektualnej, w tym: ochronę prawną, tajemnicę handlową, rygorystyczny system pomiaru,
- wymianę własności intelektualnej: osiągnięcia i sprzedaż, spin-offs, wspólne jednostki B+R.

Skuteczne zarządzanie własnością intelektualną umożliwi uprawnionemu uzyskiwanie prawnie uzasadnionych korzyści z wynalazku lub utworu oraz pozwoli na najszersze upowszechnianie dzieł, idei i nowego know-how.

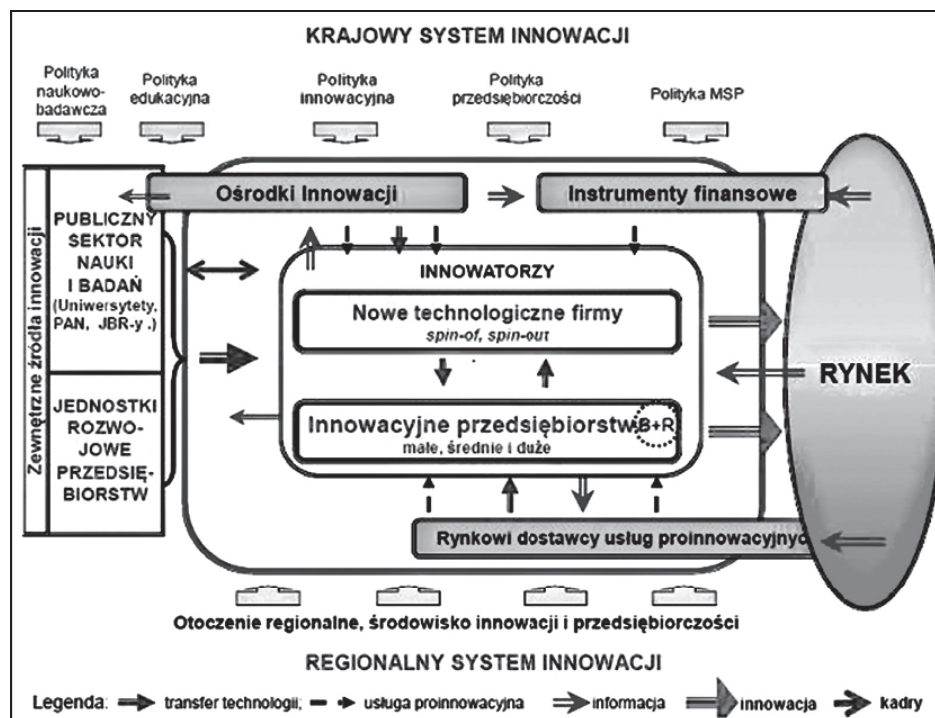
Innowacyjne zdolności przekształcania wiedzy w nowe produkty, technologie i usługi oraz przewyższanie luki informacyjnej między nauką i biznesem stanowią najważniejsze wyzwanie dla **nowoczesnego transferu technologii i komercjalizacji wiedzy**.

System transferu technologii i komercjalizacji wiedzy obejmuje podmioty i mechanizmy, które umożliwiają przekształcanie wiedzy w nowe wyroby, usługi, technologie oraz rozwiązania organizacyjne; składają się nań:

- Instytucje sfery nauki i badań (instytuty naukowe, uczelnie, centra badawcze, działy rozwojowe przedsiębiorstw, samodzielne laboratoria), które tworzą nową wiedzę, kreują pomysły, idee, rozwiązania itp.;
- Innowatorzy (innowacyjni przedsiębiorcy), którzy przekształcają wiedzę, idee, rozwiązania w nowe wyroby, usługi i technologie.
- Ośrodki innowacji (parki i inkubatory technologiczne, centra transferu technologii, akademickie inkubatory przedsiębiorczości), które wspierają procesy technologiczne poprzez różnego typu formy pomocy i usługi proinnowacyjne;
- Wyspecjalizowane fundusze finansowania innowacji (fundusze kapitału zaangażowanego, venture capital, anioły biznesu), które oferują specjalne narzędzia finansowania ryzyka wynikającego ze specyfiki procesów innowacyjnych;

— Rynkowi dostawcy usług doradczych, szkoleniowych i informacyjnych, którzy na komercyjnych zasadach oferują pomoc w realizacji procesów transferu i komercjalizacji technologii (por. [11]).

Z powyższego wynika, że zdolności innowacyjne zależą nie tylko od przedsiębiorstwa, ale również od sieciowo zorganizowanej kooperacji z udziałem nauki, administracji i biznesu, ujętej w system transferu technologii i komercjalizacji wiedzy, który przedstawia poniższy rysunek.



Rys. 2. System transferu technologii i komercjalizacji wiedzy

Źródło: [11], s. 14.

W ramach systemu transferu technologii i komercjalizacji konstruowany jest cały kompleks działań, instytucji i usług, mający charakter dynamicznej platformy współpracy podmiotów generujących popyt i podaż na wiedzę oraz nowe pomysły biznesowe. Coraz częściej obserwujemy pojawianie się instrumentów zachęcających wyżej wymienionych uczestników systemu do współpracy. Przykładem może być to, że niektóre mechanizmy finansowania badań naukowych zakładają udział przedsiębiorstw komercyjnych, ponadto przedsiębiorstwa mają z tytułu współpracy w tym zakresie z ośrodkami naukowymi różnego rodzaju ulgi i odpisy podatkowe. Duży wpływ ma więc polityka gospodarcza oraz instytucje centralne i regionalne tworzące warunki i programy pomocowe. Szczegół-

nie regiony stają się jedną z najistotniejszych płaszczyzn, po pierwsze – sprzyjających procesom kreowania, absorpcji i dyfuzji innowacji i po drugie – stymulujących przedsiębiorczość intelektualną (por. [11]).

Budowa nowoczesnej gospodarki bazuje na zdolnościach innowacyjnych zależnych nie tylko od przedsiębiorstwa, jako głównego elementu systemu (podejmującego działania na rzecz rynkowej weryfikacji nowych pomysłów, idei i rozwiązań), lecz w coraz większym stopniu od sieciowo zorganizowanej kooperacji sfery nauki, biznesu i administracji.

Należy zauważyć, iż współpraca różnych środowisk, w tym szczególnie naukowych i biznesowych, jest trudna do zorganizowania ze względu na zainteresowania, priorytety, diametralnie odmienne cechy osobowości naukowca i przedsiębiorcy. Naukowiec skoncentrowany jest zwykle na poznawaniu świata, eksperymentach, badaniach, odkrywaniu nieznanego, a w konsekwencji na tworzeniu wiedzy. Efektem jego pracy jest potwierdzenie tezy naukowej, rozwój warsztatu badawczego, prestiż naukowy, publikacje w czasopismach naukowych, a rzadko – uzyskiwanie korzyści finansowych. Przedsiębiorca pragnie osiągnąć zysk, walczy o klienta, rynki, szuka stale sposobów na prześcignięcie konkurencji. To oczywiście osłabia procesy komunikacji między nimi. Przedsiębiorcy w małym zakresie zgłaszają zapotrzebowanie na badania naukowe, natomiast naukowcy prowadząc procesy badawcze, nie szukają pomysłów, będących podstawą hipotez badawczych w rzeczywistych przedsiębiorstwach (zbyt często są to badania czysto teoretyczne, podstawowe, niemające praktycznego zastosowania, nauka dla nauki). Podkreślić należy niskie zaufanie przedsiębiorców do wiedzy wytwarzanej przez naukowców na uczelniach wyższych i obawy przed skuteczną współpracą z ośrodkami naukowymi (por. [11]). Poza tym środowiska te niewiele wiedzą o wzajemnej ofercie i potrzebach drugiej strony.

Przedsiębiorczość intelektualna bazuje niewątpliwie na wiedzy. Miejscem tworzenia i upowszechniania wiedzy są uczelnie wyższe i bez ich udziału nie jest możliwe kształtowanie nowoczesnego społeczeństwa, w którym przedsiębiorczość intelektualna będzie mogła stać się gwarantem sukcesu gospodarczego.

Budowanie nowoczesnego społeczeństwa opartego na wiedzy wymaga rzetelnej reformy modelu kształcenia, w tym oparcia kształcenia na samodzielnym zdobywaniu informacji, krytycznym ich przetwarzaniu, identyfikowaniu problemów i szukaniu indywidualnych sposobów ich rozwiązywania. Należy również wprowadzić takie zmiany programowe i organizacyjne, które wymuszą odejście od nauczania ściśle dziedzinowego, zawodowego, w stylu faktograficznym, na rzecz modelu, który łączy kształcenie dziedzinowe (analityczno-krytyczne) i zawodowe (praktyczne) z dostosowaniem szerokiego spektrum kompetencji kluczowych. Kompetencje definiowane są jako połączenie wiedzy, umiejętności i postaw odpowiednio do sytuacji. Kompetencje kluczowe to te, których wszystkie osoby potrzebują do samorealizacji i rozwoju osobistego, bycia aktywnym, integracji społecznej i zatrudnienia. Wśród ośmiu kompetencji kluczo-

wych (obok porozumiewania się w języku ojczystym, porozumiewania się w językach obcych, kompetencji matematycznych i podstawowych kompetencji naukowo-technicznych, kompetencji informatycznych, umiejętności uczenia się, kompetencji społecznych i obywatelskich oraz świadomości i ekspresji kulturalnej) wymienia się inicjatywność i przedsiębiorczość. Także wprowadzenie Krajowych Ram Kwalifikacji do systemu szkolnictwa wyższego ukierunkowuje system kształcenia na efekty procesu kształcenia odnoszące się do trzech elementów: wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Nabywanie kompetencji społecznych budować ma tym samym kapitał społeczny charakteryzujący się komunikatywnością, kreatywnością, mobilnością, współpracą z innymi, odpowiedzialnością za wspólnotę lokalną, odpowiedzialnością za podejmowane decyzje. Uczestnicy procesu kształcenia stawać się mają często liderami i inicjatorami działań w swoim środowisku prywatnym, zawodowym i społecznym. Większego znaczenia nabiera również polityka prowadzona na rzecz uczenia się innego niż formalne (edukacja pozaformalna i nieformalna). Kompetencje i kwalifikacje ważne dla rozwoju gospodarki i społeczeństwa muszą być stale odnawiane, tak aby sprostać wyzwaniom zmieniającej się techniki i technologii, globalizacji procesów gospodarczych i warunków społecznych. Tak więc uczenie się inne niż formalne – w różnych miejscach, w różny sposób i przez całe życie, dla uzyskania wyższych kompetencji i kwalifikacji – staje się również kluczem do skutecznego funkcjonowania w nowoczesnym społeczeństwie (por. [14]).

Kształtowanie wśród młodego pokolenia cech przedsiębiorcy intelektualnego wymaga również rozwoju nowoczesnych metod nauczania opartych na kooperacji, kreatywności i komunikacji. Aby to osiągnąć, należy odejść od zajęć prowadzonych w systemie wykładowym na rzecz zajęć w małych grupach oraz rozwijać i upowszechniać metody nauczania, takie jak: metody warsztatowe, gry symulacyjne, zadania projektowe, a także wykorzystywać – tak często, jak tylko się da – działania zespołowe. Istotne jest również wspieranie metod nauczania rozwijających kompetencje medialne, umożliwiające korzystanie z zasobów cyfrowych, np. z informacji patentowej będącej źródłem wiedzy o najnowszych rozwiązaniach technicznych. Niestety, działania na rzecz kształtowania wymienionych kompetencji i postaw na uczelniach wyższych mają często jedynie deklaracyjny charakter.

Trzeba również rozważyć możliwość udziału osób spoza grona nauczycieli akademickich (przedsiębiorców) w procesie dydaktycznym, co niewątpliwie pozwoli powiązać działalność dydaktyczną z potrzebami rynku pracy oraz potrzebami regionalnymi, dotyczącymi prowadzenia oryginalnych badań i prac rozwojowych. Współpraca z przedsiębiorcami, którzy osiągają sukcesy rynkowe, dotyczyć powinna również praktyk zawodowych i staży. Należy też realizować działania zmierzające do aktywnego wsparcia przez uczelnie przedsiębiorczości akademickiej oraz procesu tworzenia akademickich firm odpryskowych (*spin-off* i *spin-out*).

Z punktu widzenia przedsiębiorczości intelektualnej duże znaczenie ma również znajomość przez studentów (także naukowców) zagadnień związanych z ochroną własności intelektualnej, w tym przede wszystkim własności przemysłowej (poprzez instrumenty formalne tzn. ochronę patentową, know-how oraz metody nieformalne), która wydaje się niezbędna do kształtowania właściwych postaw studentów wobec dochodzenia, egzekwowania i korzystania z praw własności intelektualnej w ich dorosłym życiu, które właśnie rozpoczynają, będąc u progu kariery zawodowej (por. [6]).

Wnioski

Uaktywnienie elementu napędowego nowoczesnej gospodarki, jakim jest przedsiębiorczość intelektualna, wymaga niewątpliwie propagowania w społeczeństwie postaw proaktywnych.

W uczelniach wyższych zwraca się coraz większą uwagę na współpracę ze sferą biznesu, chociaż często przedsiębiorczość uczelni skierowana jest na rozwój usług dydaktycznych, a badania naukowe, współpraca z gospodarką, transfer i komercjalizacja wiedzy mają charakter drugoplanowy. Jedną z przyczyn są niewątpliwie niskie nakłady budżetowe na naukę oraz nadal zbyt małe zainteresowanie pracami badawczymi ze strony firm. Niezbędne jest więc zwiększenie nakładów na działalność B+R ze środków budżetowych i pozabudżetowych, w tym szczególnie pochodzących od przedsiębiorstw. Uczelnie powinny w większym stopniu występować jako realizatorzy zamawianych przez firmy projektów badawczych, jako partnerzy (ekspertcy) wspierający różnego rodzaju przedsięwzięcia innowacyjne oraz jako współnicy w przedsięwzięciach gospodarczych (udział w spółkach *spin-off*, *spin-out*). Należy również wzmocnić rolę uczelnianych ośrodków innowacji (centra transferu technologii, akademickie inkubatory przedsiębiorczości), które są bardzo ważnym elementem działającym na styku nauki i biznesu. Współpraca z ludźmi biznesu powinna dotyczyć także procesu kształcenia studentów (zajęcia prowadzone przez ekspertów, praktyki, staże). Ponadto w procesie kształcenia na uczelniach wyższych należy położyć nacisk na kompetencje i umiejętności kluczowe, takie jak: innowacyjność, kreatywność, umiejętność podejmowania decyzji, działania zespołowe i projektowe, korzystanie z praw własności intelektualnej, umiejętności medialne (w tym informatyczne) i uczenie się przez całe życie (por. [11]).

Trzeba zauważyć, iż uczelnie wyższe są obecnie w trakcie opracowywania lub dopracowywania uczelnianych regulaminów związanych z ochroną własności intelektualnej oraz podziałem korzyści z komercjalizacji wiedzy, co niewątpliwie wpłynie na wzrost świadomości i wiedzy pracowników naukowych o mechanizmach transferu technologii oraz prawie ochrony własności intelektualnej i zachęci ich jednocześnie do zwiększenia zaangażowania w naukę i działalność B+R.

Zauważa się istotny brak specjalistów z zakresu prowadzenia procesów komercjalizacji technologii oraz brak oferty edukacyjnej z tego zakresu (postuluje się stworzenie nowej, proinnowacyjnej grupy zawodowej – brokerów technologii) (por. [11]).

Wykreowanie przedsiębiorczości intelektualnej wpłynie w przyszłości na: rozwój zasobów ludzkich, pobudzenie zachowań innowacyjnych oraz pozyskiwanie funduszy unijnych (przewiduje się że na nowy okres 2014–2020 nastąpi wzrost środków finansowych na badania naukowe, rozwój innowacyjności, transfer technologii i komercjalizację wiedzy). Przedsiębiorczość intelektualna oparta na wiedzy, traktowanej jako ważny zasób (oczywiście odpowiednio zarządzany), może w znacznym stopniu przyczynić się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, stać się warunkiem zrównoważonego rozwoju gospodarczego w skali krajowej, regionalnej, a dla Polski stanowi jednocześnie szansę zmniejszenia dystansu rozwojowego w sferze ekonomii oraz innowacyjności w stosunku do gospodarek lepiej rozwiniętych.

Istotnymi sposobami wygrywania gry konkurencyjnej są: rozpoczęcie uczenia się zanim nowe umiejętności będą potrzebne, sporządzanie kompetentnych prognoz oraz inwestowanie w przewidywaną przyszłość. Nabywanie niezbędnych do tego zasobów intelektualnych jest podstawową strategią w gospodarce opartej na wiedzy (por. [3]). Dlatego właśnie tak dużego znaczenia nabiera konieczność kreowania w społeczeństwie przedsiębiorczości intelektualnej.

Literatura

- [1] Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość, Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- [2] *Dyrektywa 2004/48/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie egzekwowania praw własności intelektualnej*, www.prawo.vagla.pl/node/5320 [stan z: 16.06.2011].
- [3] Edvinsson L., *Zarządzanie kapitałem intelektualnym*, [w:] *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Biznes*, t. 5, red. K. Szczepaniak, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- [4] Kasprzycki D., Matczewski A., Okoń-Horodyńska E., duVall M., Wisła R., *Zarządzanie własnością intelektualną w przedsiębiorstwie – regulaminy korzystania z wyników prac intelektualnych powstałych w przedsiębiorstwie*, opracowanie sporządzone na zamówienie Ministerstwa Gospodarki, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- [5] Kwiatkowski S., *Przedsiębiorczość intelektualna*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- [6] Nowacka U., *Aspekty kształcenia studentów w zakresie ochrony własności intelektualnej*, „Kształcenie Zawodowe: Pedagogika i Psychologia, Rocznik

- Polsko-Ukraiński”, t. 11, red. T. Lewowicki, J. Wilsz, I. Ziaziun, N. Nyczkało, Wyd. Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, Kijów – Częstochowa 2009.
- [7] Nowacka U., *Szansa rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw poprzez wejście na rynek NewConnect*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 540: *Ekonomiczne problemy usług* nr 35 (*Nowoczesne przedsiębiorstwo*), Wyd. Print Group Daniel Krzanowski, Szczecin 2009.
- [8] Nowacka U., *Strategia zarządzania własnością intelektualną w przedsiębiorstwie*, [w:] *Przedsiębiorstwo XXI wieku. Szanse i zagrożenia*, red. M. Kozaczek, Wyd. Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu, Stalowa Wola 2010.
- [9] Penc J., *Przedsiębiorczość firm*, „ORGMASZ”, nr 1: *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa*, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle, Warszawa 2002.
- [10] *Przedsiębiorczość intelektualna i technologiczna XXI wieku*, red. M. Bąk, P. Kulawczuk, Krajowa Izba Gospodarcza, Warszawa 2009.
- [11] Matusiak K.B., Guliński J., *Rekomendacje zmian w polskim systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy*, red. K.B. Matusiak, J. Guliński, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010, publikacja dostępna w wersji elektronicznej na Portalu Innowacji – www.pi.gov.pl.
- [12] Smith A., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, PWN, Warszawa 1954.
- [13] Stowe Ch.R.B., *Intellectual Entrepreneurshi – The Conversion of Intellectual Capital into Financial Capital*, [w:] *Knowledge Cafe for Intellectual Product and Intellectual Capital*, red. S. Kwiatkowski, Ch.R.B. Stowe, Wyd. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Warszawa 2001.
- [14] *Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego*, Wyd. MKiDN, http://ks.mkidn.gov.pl/pages/mk_posts/cel-1.-kszaltowanie-postaw-sprzyjajacych-kooperacji-kreat... [stan z: 16.06.2011].
- [15] Szumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.

Summary

Creating of the intellectual entrepreneurship

The article presents the requirements which must be met with the aim of intellectual development. We analysed the ability to create and absorb innovation technology, creating the conditions for modern commercialization making people's awareness bigger and promoting innovation grounds in the society and spreading the idea of industrial ownership.