

Katarzyna TERLICKA
Sylwia OLCZAK
Politechnika Częstochowska

Znaczenie przedsiębiorczości akademickiej w rozwoju przedsiębiorczości

Synopsis: Celem niniejszego artykułu jest zbadanie wpływu uczestnictwa studentów w inkubatorach przedsiębiorczości na podjęcie oraz prowadzenie działalności gospodarczej. Przedstawiono ocenę postaw przedsiębiorczych wśród młodych osób. Wykorzystano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród trzech wybranych przedsiębiorców, którzy skorzystali z usług Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości działających przy Politechnice Częstochowskiej.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość akademicka, inkubatory przedsiębiorczości.

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość akademicka z roku na rok zyskuje coraz większą popularność. Uczelnie dążą do rozwoju aktywności młodego społeczeństwa, dlatego też chętnie uczestniczą w kreowaniu postaw przedsiębiorczych oraz służą pomocą firmom zaczynającym swoje pierwsze kroki w biznesie. Przy wielu uczelniach działają takie instytucje, jak: uczelniane inkubatory przedsiębiorczości, uczelniane centra transferu technologii, uczelniane biura karier, inkubatory technologiczne oraz uczelniane preinkubatory, które wspierają i pomagają w dziedzinach, w których niejednokrotnie osoby chcące prowadzić własną działalność gospodarczą nie mają wiedzy i doświadczenia, np. w księgowości. Młode osoby po studiach bądź w trakcie studiowania mają potrzebę niezależności finansowej, dlatego też coraz częściej można zauważyć, że próbują własnych sił w tworzeniu samodzielnego biznesu. Taką możliwość dają m.in. akademickie inkubatory przedsiębiorczości.

Celem niniejszego artykułu jest zbadanie wpływu uczestnictwa studentów w inkubatorach przedsiębiorczości na podjęcie oraz prowadzenie działalności gospodarczej. Zostanie także przedstawiona ocena postaw przedsiębiorczych wśród młodych osób. Powyższe cele zostaną zrealizowane z wykorzystaniem

wyników badań ankietowych przeprowadzonych wśród trzech wybranych przedsiębiorców, którzy skorzystali z usług Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości działających przy Politechnice Częstochowskiej.

1. Rola przedsiębiorczości akademickiej na rynku polskim

Można uznać, że przedsiębiorczość leży u podstaw powstawania przedsiębiorstwa, widoczna jest w jego sprawnym, skutecznym i efektywnym zarządzaniu oraz przystosowywaniu się do zmian zachodzących w otoczeniu. Wyrazem ekonomicznym przedsiębiorczości jest zysk i rozwój przedsiębiorstwa ([4], s. 9–10).

Współczesne badania nad fenomenem przedsiębiorczości są prowadzone przez przedstawicieli takich dziedzin nauki, jak: ekonomia, historia gospodarcza, psychologia, socjologia, kulturoznawstwo, nauki prawne i politologia. Szkoła psychologiczna podchodzi do przedsiębiorczości od strony osobowości przedsiębiorcy i cech charakteru sprzyjających osiągnięciu sukcesu lub powodujących porażkę. W ramach ujęcia socjologicznego określa się wpływ otoczenia społecznego na podejmowanie aktywności przedsiębiorczej. Podejście wpływające z nauk ekonomicznych kładzie akcent na określenie roli przedsiębiorcy w rozwoju ekonomicznym całej gospodarki lub pojedynczego przedsiębiorstwa ([3], s. 13). Dla potrzeb artykułu rozwinięte zostanie pojęcie przedsiębiorczości akademickiej, które – podobnie jak pojęcie przedsiębiorczości – jest różnie definiowane. Można wyróżnić dwa ujęcia pojęcia przedsiębiorczości akademickiej. Pierwsze opisuje przedsiębiorczość akademicką jako proces powstawania firm *spin-off* lub *spin-out*, a uczelnie jako oferentów nowych technologii, sprzedawanych wg zasad rynkowych ([5], s. 336–339). W ten sposób przedsiębiorczość akademicką sprowadzamy do procesu komercjalizacji badań naukowych, który pozwala wielokrotnie korzyści czerpane przez naukowca oraz pozostałych partnerów naukowych i biznesowych, czyli odkrywce i uczelnię oraz inwestorów kapitałowych ([1], s. 15–18). Drugie ujęcie opisuje przedsiębiorczość akademicką jako aktywność biznesową osób związanych z uczelnią. Katarzyna Brendzel-Skowera wskazuje na trzy sposoby interpretowania przedsiębiorczości akademickiej:

- wychowywanie i przygotowywanie do aktywności gospodarczej oraz promowanie postaw przedsiębiorczych,
- wspieranie przedsiębiorców, którzy są równocześnie studentami, doktorantami, pracownikami naukowymi,
- wspieranie transferu wiedzy i nowych technologii do gospodarki ([1], s. 15–18).

Według powyższej teorii przedsiębiorczość akademicką można sprowadzić do dążenia uczelni i innych instytucji naukowych do współpracy z biznesem oraz chęci pobudzenia postaw przedsiębiorczych wśród własnych pracowników naukowych, studentów i doktorantów.

2. Wpływ inkubatorów przedsiębiorczości na postawy przedsiębiorcze

Inkubatory przedsiębiorczości pojawiły się w latach 90. w Stanach Zjednoczonych, natomiast w Polsce pierwszy inkubator powstał w 2000 roku [3]. Od tego czasu pojawiły się takie organizacje, jak: uczelniane inkubatory przedsiębiorczości, uczelniane centra transferu technologii, uczelniane biura karier, inkubatory technologiczne oraz uczelniane preinkubatory.

Uczelniane inkubatory przedsiębiorczości zajmują się wspieraniem małych firm poprzez zapewnienie na korzystnych warunkach powierzchni przeznaczonej na działalność gospodarczą, a także służą pomocą w kwestiach doradczych, finansowych, ekonomicznych, prawnych, organizacyjnych, technologicznych, patentowych. Stwarzają klimat sprzyjający rozwojowi i realizacji przedsięwzięć innowacyjnych. Umożliwiają współpracę z instytucjami naukowymi.

Uczelniane centra transferu technologii tworzą jednostki doradcze, informacyjne, szkoleniowe, które nie działają dla zysku. Ich celem jest rozwój potencjału naukowo-innowacyjnego, współpraca uczelni z prywatnymi przedsiębiorstwami, rozwój przedsiębiorczości, rozpoznawanie możliwości innowacyjnych firm. Uczelniane centra realizują programy wsparcia transferu technologii.

Uczelniane biura karier są tworzone na uczelniach, a ich zadaniem jest przygotowanie studentów do poszukiwania pracy na rynku. Organizują one różne kursy, szkolenia, a także współpracują z lokalnymi firmami, aby uczestniczyły na Targach Pracy przygotowywanych przez uczelnię.

Inkubatory technologiczne wraz z instytucjami naukowo-badawczymi pomagają w założeniu i usamodzielnieniu się na rynku małej firmy innowacyjno-technologicznej ([5], s. 336–339).

Uczelniane preinkubatory działają w ramach fundacji Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości (AIP), której celem jest wspieranie i rozwój przedsiębiorczości wśród młodych osób. W całym kraju prosperują 34 inkubatory, które tworzone są przy największych uczelniach [6]. Wsparcie przez AIP polega przede wszystkim na udzieleniu pomocy w zakładaniu i rozwoju firm, które mają pomysł na innowacyjny biznes. AIP wspiera tzw. startupy w zakresie porad prawnych, księgowości, finansów, funduszy europejskich, promocji firmy, usług o wysokim potencjale rynkowo-technologicznym. Początkujący przedsiębiorcy w ten sposób oszczędzają pieniądze i skupiają się na rozwoju własnej firmy ([1], s. 15–18). Współpraca z AIP pozwala na prowadzenie działalności gospodarczej przy minimalnym ryzyku [7].

Prowadzenie działalności gospodarczej odbywa się pod osobowością prawną fundacji, czyli osoba ta nie musi załatwiać całej biurokracji związanej z założeniem firmy, ponadto nie opłaca składek ZUS, gdyż nie ma jej w rejestrze. AIP zapewnia również pomoc, a także naukę, związaną z obsługą procedur księgowych. Przedsiębiorca znajdujący się pod opieką AIP może liczyć na poradę

prawną dotyczącą prowadzenia działalności. Dla każdej z firm inkubatory przydzielają indywidualne konta bankowe, na które wpływają dochody wytworzone przez dane przedsiębiorstwo. AIP pomaga również w sferze promocji o zasięgu lokalnym bądź ogólnopolskim oraz w udostępnieniu przestrzeni biurowej czy sal dydaktycznych w celu przeprowadzenia rekrutacji, szkoleń, spotkań o charakterze biznesowym, a także spotkań z klientami, dostawcami itp. Kolejną formą pomocy, jaką oferują inkubatory, to pozyskiwanie funduszy na różne inwestycje, które planuje dana firma. AIP posiadają pakiet Benefits4Business, którego celem jest rozszerzanie portfela rabatów i dodatkowych świadczeń dla przedsiębiorców działających przy wsparciu inkubatorów ([1], s. 15–18).

3. Grupa badawcza

Do przeprowadzenia badań niezbędnych do stworzenia artykułu wybrano trzy przedsiębiorstwa, które skorzystały ze wsparcia AIP działającego przy Politechnice Częstochowskiej. Te przedsiębiorstwa to firma Animek, Maldik Media oraz ComputerSpeed.

Firma Animek powstała w 2010 roku przy wsparciu Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości mieszczącego się na Politechnice Częstochowskiej. Firma od kilku lat zajmuje się organizowaniem imprez dla dorosłych i dla dzieci, np. oprawą artystyczną ceremonii ślubnych i wesel, przyjęć urodzinowych dla dzieci, itd. Atrakcje oferowane dla najmłodszych przez firmę Animek to przede wszystkim: malowanie twarzy, modelowanie balonów, zabawy z chustą. Natomiast atrakcje dla dorosłych to: występ artystów na szczudłach, akrobaci, osoby wykonujące kolorowe bańki mydlane, puszczanie balonów wypełnionych helem [8].

Firma Maldik Media także działa przy pomocy fundacji AIP od 2008 roku. Działalność gospodarcza prowadzona jest na rynku ogólnopolskim i polega na tworzeniu portali internetowych czy redagowaniu czasopism. Od niedawna firma zajmuje się także produkcją artykułów poligraficznych oraz gadżetów dla firm. Maldik Media zarządza ponadto treścią serwisów internetowych, przy dużych imprezach obsługuje biuro prasowe, a także zajmuje się planowaniem kampanii reklamowych [9].

Firma ComputerSpeed, tak jak wcześniejsze przedsiębiorstwa, działa przy wsparciu AIP. Na rynku istnieje od 5 lat i działa na terenie Częstochowy i okolic. ComputerSpeed zajmuje się obsługą informatyczną firm i klientów indywidualnych. Usługi, które oferuje firma, to przede wszystkim naprawy i modernizacje sprzętu komputerowego: komputerów stacjonarnych, laptopów, monitorów, instalacje i konfiguracje sieci, instalacje oprogramowania, archiwizacja i przenoszenie danych, czyszczenie komputerów techniczne i systemowe, strony www, zabezpieczenia komputerów, usuwanie wirusów i złośliwego oprogramowania [10].

4. Wyniki przeprowadzonych badań

Do analizy i oceny znaczenia przedsiębiorczości akademickiej w rozwoju przedsiębiorczości wykorzystano wśród badanych ankietę z pytaniami zamkniętymi, otwartymi oraz półotwartymi.

Pierwsze pytanie brzmiało: „Co skłoniło Pana/ią do skorzystania z Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości?”. Dla szefa Maldik Media była to atrakcyjna oferta AIP oraz chęć spróbowania swoich sił w biznesie. Natomiast dla prezesa ComputerSpeed była to chęć przetestowania działalności. Właścicielka firmy Animek wskazała na kilka korzyści, które skłoniły ją do podjęcia współpracy; były to przede wszystkim niskie koszty prowadzenia działalności przez okres preinkubacji, możliwość pozyskania pierwszych klientów oraz utrzymanie bazy klientów po okresie preinkubacji. Można zaobserwować, że respondenci zauważyli potencjał i bezpieczeństwo, jakie daje współpraca z AIP, i to ich skłoniło do podjęcia współpracy.

Kolejne pytanie dotyczyło przebiegu współpracy z AIP. Wszyscy właściciele firm stwierdzili, że działania te przebiegały bardzo dobrze. Można wywnioskować, że zarówno jedna, jak i druga strona nie miały żadnych problemów z porozumieniem się na różnych płaszczyznach. Być może było to spowodowane tym, iż AIP działa na zasadzie partnerstwa i nie narzuca swoich metod osobom, które chcą samodzielnie decydować o losach firmy.

Na następne pytanie dwoje badanych odpowiedziało, że współpraca z AIP dała im możliwość rozwoju firmy, natomiast jeden z przedsiębiorców miał problemy z odniesieniem się do tej kwestii. Właściciele dostrzegają korzyści wpływające z tej sytuacji, dlatego też zdają sobie sprawę, jak ważna jest dla nich ta współpraca.

W pytaniu dotyczącym korzyści ze współpracy z AIP przedsiębiorcy wskazywali przede wszystkim zmianę postrzegania własnej firmy oraz w przypadku Malik Media możliwość rozwoju firmy i uzyskane kontakty biznesowe. Zróżnicowanie bierze się przede wszystkim ze specyfiki każdej branży, w której działają poszczególne przedsiębiorstwa.

Odpowiedzi na kolejne pytanie były zróżnicowane. Ankietowani mieli określić, w jakim stopniu AIP przyczyniło się do sukcesu ich firmy. Właściciele firm zaznaczyli następujące odpowiedzi: Animek: w małym stopniu, Maldik Media – w dużym stopniu, ComputerSpeed – według niego firma nie osiągnęła jeszcze sukcesu. Taka ocena może być spowodowana różnym podejściem, zrozumieniem pojęcia „sukcesu” dla każdego z ankietowanych. Być może dla niektórych jest to ich prywatna zasługa, natomiast inni doceniają fakt, iż dzięki AIP tak dobrze prosperuje jego działalność.

W następnym pytaniu respondenci mieli określić, w jakim stopniu oceniają pomoc AIP. Tutaj także były podzielone zdania w tej kwestii. 33,3% uważa, że w małym stopniu, 33,3% w średnim stopniu, 33,3% w dużym stopniu. Można

zauważyć, że niektórzy mieli większe oczekiwania względem AIP, że ta pomoc będzie być może bardziej przydatna, z szerszą ofertą wsparcia w różnych dziedzinach.

Kolejne pytanie dotyczyło elementów współpracy z AIP, które przedsiębiorcy uznali za najistotniejsze. Wszyscy przedsiębiorcy wskazali na księgowość. Z udostępnienia powierzchni biurowej skorzystali Malik Media oraz ComputerSpeed. W przypadku Malik Media była to jeszcze obsługa prawna i doradztwo.

Następne pytanie poruszało kwestię: Czy współpraca z Fundacją AIP wpłynęła na postrzeganie przez Pana/ią przedsiębiorczości? W tym przypadku respondenci nie mieli klarownej odpowiedzi – 100% zaznaczyło, iż „trudno im powiedzieć”. Świadczyć to może o tym, że znaczenie słowa „przedsiębiorczości” można różnie interpretować i jest ono tak powszechnie i stale używane, że wiele osób, w tym ankietowani, nie zastanawia się nad jej istotą, gdyż jest to dla nich zbyt oczywiste.

Na pytanie: „Czy doświadczenie jakie zdobył/a Pan/i dzięki AIP wpłynęło na Pana/ią postawę przedsiębiorczą w perspektywie długoterminowej?” 66,6% ankietowanych stwierdziło, że nie miało na to żadnego wpływu, natomiast 33,3% zaznaczyło odpowiedź – trudno powiedzieć. Wywnioskować można, iż właściciele firm od początku mieli jasno sprecyzowane cele oraz klarowną postawę przedsiębiorczą. Wiedzieli, co chcą robić i co osiągnąć poprzez własny biznes.

Zdaniem właściciela Animka oraz ComputerSpeed trudno określić im było, czy poradziliby sobie na rynku bez pomocy AIP, natomiast właściciel Maldik Media stwierdził, że nie miałby możliwości przetrwania na rynku.

Z kolejnego pytania można było dowiedzieć się, czy prowadzone przedsiębiorstwo jest pierwszą działalnością prowadzoną przez te osoby. Okazało się, że dla wszystkich respondentów jest to pierwsza firma założona przez nich przy wsparciu AIP. Można zauważyć, że ankietowani świadomie podjęli taką decyzję, gdyż pomoc w różnych kwestiach ze strony AIP dawała im przede wszystkim bezpieczeństwo, a także przekonanie, że ich działalność przetrwa na rynku i będzie się rozwijać.

Ostatnie pytanie dotyczyło rodzaju wsparcia, z jakiego skorzystali. Przedsiębiorstwo Animek oraz ComputerSpeed działali w ramach preinkubacji, natomiast Maldik Media uczestniczyło w działaniach inkubacyjnych, czyli przedsiębiorstwo było już otwarte przed przystąpieniem do współpracy z AIP.

Podsumowanie

Przedsiębiorczość może być różnie rozumiana, ma różne ujęcia i podejścia, nie jest terminem łatwym do interpretacji, potwierdza to odpowiedź respondentów na pytanie dotyczące rozumienia tego terminu. W artykule podjęto próbę

odpowiedzi na pytanie: jaki wpływ miało uczestnictwo wybranych przedsiębiorców w AIP na ich postawy przedsiębiorcze. Można stwierdzić że wszyscy przedsiębiorcy są zadowoleni ze współpracy z AIP, ponieważ wskazywali na bardzo dobrą współpracę, uznali, że współpraca ta dała możliwość rozwoju firmy. Przedsiębiorcy wskazywali na pozytywne elementy współpracy typu księgowość, obsługa prawna, doradztwo oraz udostępnianie powierzchni biurowych. Kolejnym celem była ocena postaw przedsiębiorczych wśród młodych osób. Wszyscy przedsiębiorcy mieszczą się w przedziale wiekowym 18–30, co może świadczyć o tym, że młode społeczeństwo ma wiele chęci i wykazuje duże zaangażowanie w tworzeniu pozytywnych postaw przedsiębiorczych poprzez prowadzenie, rozwijanie swoich firm na rynku. Przedsiębiorcy wskazują, że postrzeganie przez nich pojęcia przedsiębiorczości pozostaje nieokreślone, tylko właścicielka Animek zmieniła swoje postrzeganie przedsiębiorczości poprzez zmianę rozumowania prowadzenia własnej działalności gospodarczej oraz kwestię zatrudnienia i kosztów zatrudnienia. W niektórych kwestiach wszyscy właściciele firm mieli bardzo podobne zdania, natomiast w innych odpowiedziach były dość zróżnicowane. To też może świadczyć, jak bardzo odmienne podejście mają osoby na postrzeganie prowadzenia własnej działalności gospodarczej, zarządzania nią oraz próby rozwoju jej. Można stwierdzić, że współpraca z AIP w znacznym stopniu przyczyniła się do rozwoju działalności, ponieważ wszystkie firmy od momentu rozpoczęcia współpracy nadal istnieją na rynku. W przypadku firmy Animek są to 3 lata, Maldik Media i ComputerSpeed istnieją na rynku już 5 lat.

Literatura

- [1] Brendzel-Skowera K., *Rozwój przedsiębiorczości akademickiej w Politechnice Częstochowskiej*, [w:] J. Łukomska-Szarek (red.), *V międzywydziałowe seminarium kół naukowych Politechniki Częstochowskiej. Materiały konferencyjne*, Częstochowa 2012.
- [2] Cymuta M., *Katalizatory przedsiębiorczości*, „Businessman Magazine” 2001, nr 5.
- [3] Gawel A., *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2007.
- [4] Pacewicz I., Moszczyławska J., *Przedsiębiorczość*, Wyd. Oświatowe FOSZE, Rzeszów 2007.
- [5] Sieniewska B., Ziolo K., *Współpraca międzyuczelniana w transferze wiedzy do biznesu*, [w:] L. Kiełtyka (red.), *Rozwój i doskonalenie funkcjonowania przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2010.
- [6] http://www.aipczechochowa.pl/aip_czechochowa.html
- [7] <http://www.aipczechochowa.pl/inkubatory.html>

[8] <http://www.animek.com.pl/>

[9] <http://www.maldik-media.pl/index.php>

[10] <http://www.computerspeed.czest.pl/>

The Importance of the Academic Entrepreneurship in the Business Development

Summary: In the article one presented the evaluation of influence on students who participated in the entrepreneurship incubator on the type of business activity that they decide to undertake. What is more the author evaluated the business attitudes among the young people. One presented the results of the research obtained thanks to the surveys made among the owners of three companies.

Keywords: academic entrepreneurship, entrepreneurship incubators.