

Część czwarta i ostatnia skrótu wystąpienia Autora na VI Konferencji Krakowskiej w czerwcu 2013 roku (część pierwsza tego skrótu – patrz: „PAUza Akademicka” 252; część druga: 255; część trzecia: 256). Pełna wersja tego artykułu została opublikowana w kwartalniku „Nauka” (nr 4/2013).

Co stymuluje innowacje – czego Polska jeszcze nie zrobiła? (IV)

Jako suplement do listy postulatów, o których pisałem w częściach II i III tego artykułu („PAUza Akademicka” 255, 256), chciałbym przedstawić i zakwestionować kilka mitów, jakie często słyszymy z ust niektórych polityków czy ekspertów. Obalenie tych kilku mitów jest konieczne, by inwestycje mające na celu poprawę innowacyjności w Polsce, miały szansę powodzenia.

1. Uniwersytet powinien być przedsiębiorczy. Funkcjonujący w Polsce system finansowania oraz uwarunkowania prawne wyższych uczelni nie dają szans, by w znaczący sposób zarabiały one na swoich wdrożeniach bądź na realizowaniu badań naukowych na zlecenie biznesu. Uniwersytet powinien przede wszystkim uczyć myślenia i kreatywności przyszłych innowacyjnych pracowników gospodarki. Zadanie wprowadzenia na rynek nowych innowacyjnych produktów należy jednak do przemysłu. W tym kontekście inkubatory biznesu, centra transferu technologii i parki naukowe działające przy uniwersytetach są potrzebne – ale w pierwszej kolejności po to, by pobudzać proinnowacyjne postawy przyszłych absolwentów uczelni. Jeśli ich infrastruktura po kilku latach ciężkiej pracy będzie w stanie się utrzymać to i tak będzie wielki sukces! Nie możemy, choćby ze względu na ograniczenia finansowe, bezkrytycznie przyjmować wzorców z uniwersytetów takich jak Cambridge czy Stanford, wokół których powstają setki firm współpracujących z nimi i korzystających z ich naukowego potencjału.

2. Wprowadzanie innowacyjnych produktów i technologii jest dla firm jedyną drogą rozwoju. Praktyka wskazuje, że sukces wprowadzania innowacyjnych produktów na rynek zależy od wielkości firm, które je wytwarzają. Z książki Jima Collins'a *Od dobrego do wielkiego* dowiadujemy się, że nowe innowacyjne technologie służą do zwiększenia tempa rozwoju dużych firm, jednak nie inicjują samego ich rozwoju. 80% dyrektorów globalnych firm nie wymieniło innowacyjnych technologii wśród najważniejszych elementów rozwoju firm. Wielkie przedsiębiorstwa unikają modnych technologii i owczego pędu za nimi. Z kolei w przypadku mniejszych firm, zaproponowanie nowego innowacyjnego produktu jest czasami jedyną szansą uzyskania przez nie przewagi konkurencyjnej. W przypadku sukcesu, firmy takie są zazwyczaj kupowane przez firmy globalne.

3. Dobre to, co sprawdzone. Zarówno po stronie nauki, jak i w sektorze biznesu, nie jesteśmy przygotowani do ponoszenia ryzyka. System grantowy, oparty na ocenie *peer review*, do pewnego stopnia hamuje innowacyjność. Recenzenci, obawiając się ryzyka, pozytywnie oceniają ten projekt, który w ich mniemaniu

na pewno doprowadzi do sukcesu. Po stronie firm także obserwujemy niechęć do ryzyka, co jest jednak w ich przypadku uzasadnione – w grę wchodzi tu własne, ciężko zarobione pieniądze. Musimy zmienić ten sposób myślenia i dopuszczać do świadomości fakt, że niektóre projekty nie zakończą się sukcesem. Żeby doprowadzić nowy pomysł do sukcesu, trzeba niekiedy ponieść po drodze kilka porażek, a błędne tropy są wpisane w badania naukowe. Dobrze byłoby, gdyby takie myślenie było też obecne w działaniach organów kontrolnych, takich jak np. Najwyższa Izba Kontroli.

4. Skoro im się udało – zróbmy tak samo! Problem naśladownictwa jest istotnym hamulcem innowacyjności. Postawę taką odziedziczyliśmy częściowo po poprzednim ustroju, w którym uruchomienie technologii opracowanej gdzie indziej było premiowane i uznawane za sukces. Konieczna jest zmiana takiego sposobu myślenia. Powinniśmy wspierać te firmy lub zespoły naukowe, które wprowadzają oryginalne produkty i które mają szansę uzyskać przewagę na globalnym rynku. Wtedy, zamiast gonić konkurencję, stworzymy własną niszę dla nowych innowacyjnych rozwiązań.

Na zakończenie chciałbym jeszcze raz podkreślić: aby znacząco wpłynąć na rozwój naszej gospodarki, a w konsekwencji – całego kraju, nie możemy sobie pozwolić na wykorzystanie ostatniego dużego unijnego dofinansowania na doraźne cele i pozorne doganianie lepszych od nas (w rozumieniu przenoszenia na nasz grunt opracowanych gdzie indziej rozwiązań i technologii). Szansą na poprawę naszej innowacyjności są długofalowe inwestycje w kluczowe obszary warunkujące jej poziom: edukację opartą na kreatywności, w nauki inicjowane przez ciekawość poznawczą oraz w zachęty dla biznesu niwelujące ryzyko inwestycji w badania naukowe.

Pod hasłem „liczy się gospodarka, głupcze!” Bill Clinton w 1992 roku wygrał wybory prezydenckie w USA. Bardzo życzyłbym sobie, aby każdy z nas, ilekroć używa produktów stworzonych dzięki badaniom naukowym podjętym z potrzeby poznania otaczającego nas świata (a należą do nich m.in. telefony komórkowe, system GPS czy baterie litowe w naszych komputerach) powiedział sobie po cichu: „liczy się nauka, głupcze!”

Wszystkim politykom, którzy uważają, że państwo powinno finansować jedynie badania, które dadzą się zastosować w praktyce, dedykuję tę, podobno autentyczną anegdotę: ponad 150 lat temu brytyjski minister skarbu William Gladstone, zwiedzając laboratorium Michaela Faradaya, zapytał go o praktyczne korzyści z elektryczności. Faraday miał na to odpowiedzieć „Nie wiem, ale pewnego dnia będzie pan mógł ściągać z tego podatki”.

MACIEJ ŻYLICZ

Prezes Fundacji na rzecz Nauki Polskiej

Bibliografia

Global 500, ranking sporządzany przez „The Financial Times”; <http://www.ft.com/indepth/ft500>
Grabski M.W. (2013), *Nauka dla zysku, zysk dla nauki*, „Polityka”, nr 41, s. 61–63.
Żylicz M. (2013), *Święty Graal innowacyjności*, „Rzeczpospolita”, 11.10.

(koniec)