

Prywatny sponsoring nauki, edukacji i kultury. Dlaczego nie w Polsce?

Narzekania na niedostateczne finansowanie nauki, edukacji i kultury są u nas tak powszechne i nieustanne, że aż monotonne. Są swego rodzaju rytualnym zaklęciem powtarzającym przez zainteresowane środowiska: naukowe, kulturalne i edukacyjne. Skutki tych narzekań są raczej mizerne, a ich oddźwięk społeczny słaby. Powszechnie uważa się, że środowiska te po prostu zabiegają o pieniądze dla siebie. Podstawową przyczyną znikomej skuteczności tych zabiegów jest przyjmowane powszechnie założenie, że jedynym źródłem zwiększenia nakładów może być budżet Państwa. Wiadomo zaś, że jest on w olbrzymiej mierze „usztyniony” poprzez utrwalone ustawowo stałe i nienaruszalne, a zarazem rosnące zobowiązania np. na renty, emerytury, opiekę zdrowotną i inne świadczenia socjalne. Część „ruchoma” budżetu, podlegająca dyskrecjonalnym decyzjom Rządu i Parlamentu w trakcie dorocznego opracowywania budżetu, kształtowana jest w istocie w procesie przetargu politycznego. Środowiska nauki, edukacji i kultury uczestniczą w nim w sposób słabo zorganizowany i mało skuteczny, a wydaje się mało prawdopodobne żeby miało się to wkrótce zmienić. W tej sytuacji, w średnim okresie (5-7 lat), szczytem marzeń wydaje się wzrost nakładów na naukę, edukację i kulturę równy wzrostowi PKB. Taki przyrost nie wprowadzi nas nawet do grupy europejskich „średniaków” w dziedzinie nauki, edukacji czy kultury i nie zapewni naszej gospodarce i naszym przedsiębiorstwom wystarczających przewag konkurencyjnych opartych na wiedzy.

Jedynymi realnymi źródłami poprawy tej sytuacji są fundusze Unii Europejskiej i środki prywatne pochodzące od przedsiębiorstw lub gospodarstw domowych. Zwłaszcza to drugie – prywatne – źródło finansowania zasługuje na szczególną uwagę, ponieważ środki UE rozdzielane są przede wszystkim w trybie konkursów. Wymagają więc odpowiedniego potencjału „na starcie”, a nasze instytucje naukowe, edukacyjne i kulturalne często nim nie dysponują, właśnie ze względu na niski od dziesięcioleci poziom finansowania. Działają więc swego rodzaju „błędne koło ubóstwa”.

Środki prywatne mogą być pozyskiwane dwójako: albo z rynku w formie sprzedaży przedsiębiorstwom i odbiorcom prywatnym produktów naukowych, usług edukacyjnych lub kulturalnych, albo też w formie sponsoringu, subwencji, dotacji, darowizny itp. W miarę wzrostu zamożności społeczeństwa i rozwoju przedsiębiorstw urynkowanie nauki, edukacji i kultury (czyli pozyskiwanie przychodów z rynku) będzie odgrywało coraz większą rolę, umożliwiając stopniowo doganianie Europy. Oczywiście pod warunkiem, że finansowanie z budżetu będzie także wzrastało i „socialistyczne przesady” rodem z XIX wieku nie spowodują zmian legislacyjnych hamujących procesy komercjalizacji.

W oparciu o doświadczenia krajów bardziej rozwiniętych (a zwłaszcza USA) można sądzić, że to właśnie komercjalizacja zwiększy skłonność do sponsoringu i dobroczynności na rzecz instytucji naukowych, edukacyjnych i kulturalnych. Nabywcy produktów i usług tych instytucji mogą bowiem „dofinansować” je, o ile uznają to za racjonalne, czyli dojdą do wniosku, że skutecznie podniosą w ten sposób jakość i atrakcyjność ich produktów oraz poprawią relacje realizowanej wartości do płaconej ceny. Warunkiem jest więc przekonanie, że dodatkowe „miękkie” dofinansowanie może doprowadzić „skokowo” do znacznego krańcowego przyrostu wartości. Może to być swego rodzaju „dopalacz” wspomagający przepływ środków finansowych



Andrzej K. Koźmiński:
– *Podstawą finansowania nauki, edukacji i kultury muszą być pieniądze z budżetu i z rynku. Sponsoring może zapewnić co najwyżej „krem na ciastku”, niekiedy bardzo smaczny....*

fot. Wiesław Mażul

(dokończenie - str. 3)