

Biznes jako interesariusz uczelni

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

dr hab. Jan Fazlagić, prof. nzw. UEP



- Biznes jako **interesariusz** uczelni =

Definicja:

***Interesariusz** to podmiot (osoba fizyczna lub prawna), która może wpływać na działania firmy lub instytucji oraz pozostaje pod wpływem efektów tych działań*

Modne bzdury

- Traktuje o nadużywaniu, zwykle opartym na ignorancji, sformułowań zaczerpniętych z języka nauk ścisłych, głównie matematyki i fizyki, przez filozofów i humanistów.
- Autorzy przeprowadzają analizę wielu tekstów i pokazują, że intelektualiści powołujący się na teorie z nauk ścisłych wykazują się często wątpliwą erudycją, żeby oczarować czytelnika.
- Książka broni także metody naukowej przed swobodnym i relatywistycznym traktowaniem jej, jako jeszcze jednej formy *dyskursu*, *narracji* czy *społecznego konstruktu*



Fakty

- Zadania uczelni będą coraz szersze: zacieśnianie współpracy uczelni i biznesu to jeden z priorytetów MNiSZW a także trend światowy
- Mamy już pozytywne przykłady (PESA Bydgoszcz, Polpharma, SCEUP)
- Polska w rankingu Global Innovation Index zajmuje 42. miejsce ogółem i 66. pod względem współpracy uczelni i biznesu
- <http://archiwum.rp.pl/artykul/1233743-Nauka-i-firmy-maja-inne-cele.html>

Głos krytyki

- *Dzisiaj mamy 40% społeczeństwa z dyplomami "wyższych uczelni". Z większością nie ma o czym rozmawiać. To po prostu żenada. Kiedy ja startowałem do dyplomu, ludzi wykształconych było 17%. Zwykle byli to fachowcy. Kiedy zdawałem na studia, na mój elitarny wtedy wydział było 11 kandydatów na jedno miejsce.*

- *Zanika potrzeba uczenia się czegokolwiek na pamięć, analizowania zdarzeń, konieczność poszukiwania fundamentalnych źródeł wiedzy i fundamentalnych praw rządzących światem.*
- *Pytanie "dlaczego?", które jest fundamentem rozwoju intelektualnego zamieniło się na pytanie "jak?"*

W jaki sposób uczelnie mogą skorzystać ze współpracy z biznesem? (1)

- Podnoszenie kompetencji naukowych nauczycieli akademickich poprzez ich udział w projektach badawczych
- Podnoszenie kompetencji społecznych, które nie są rozwijane w kulturze organizacyjnej uczelni (np. posługiwanie się prostym językiem pozbawionym żargonu naukowego i intelektualnego przerostu formy nad treścią; niskokontekstowa komunikacja i in.)
- Obniżenie progu komunikacyjnego (power-distance) – ułatwia komunikację ze studentami (mówienie ex-katedra)
- Dodatkowe źródło (nieformalnych) recenzji – informacji zwrotnej w procesie rozwoju naukowego

W jaki sposób uczelnie mogą skorzystać ze współpracy z biznesem? (2)

- Zwiększenie poczucia sensu własnej pracy wśród naukowców – czynnik motywacyjny, przeciwdziałający wypaleniu zawodowemu
- Wykorzystanie współpracy z biznesem jako formy zewnętrznej weryfikacji szeroko rozumianej, ogólnej wartości intelektualnej (w uczelniach może dochodzić do osłabienia rzetelności procesu selekcji – weryfikacja zewnętrzna może naprawić tę słabość wewnątrz uczelni).
- Współpraca z biznesem wymusza wychodzenie poza wąską dziedzinę, nisze naukową i angażowanie szerszego spektrum wiedzy

Bariery

- Brak edukacji na poziomie studiów III st. w zakresie współpracy z biznesem
- Brak możliwości zdobycia kompetencji do współpracy z biznesem przez starszych nauczycieli akademickich (niechęć wobec ujawnienia swoich deficytów kompetencyjnych motywuje do ogólnego ignorowania znaczenia problemu na poziomie uczelni)
- Kompetencje dotyczące współpracy z biznesem nie są eksponowane w konkursach na stanowiska kierownicze w nauce (kierownicy katedr, dziekani itp.)
- „Dziedzictwo szlacheckie” – współpraca z biznesem traktowana jako swego rodzaju degradacja statusu społecznego naukowca
- Działalność naukowa w zasadzie jest pozbawiona „instytucji porażki” (nie licząc kwestii awansowych)

JAN FAZLAGIĆ



KREATYWNI w biznesie

WYDAWCA
poltext



Dr hab. Jan Fazlagić, prof. nzw. UEP
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Fazlagic.pl

Jan.fazlagic@ue.poznan.pl