

Rola uczelni w procesie innowacyjności produktu lokalnego

Streszczenie

Autor artykułu na przykładzie regionalnej strategii innowacji województwa podlaskiego próbuje ukazać rolę uczelni w procesie innowacyjności produktu lokalnego. Po wyjaśnieniu specyfiki rozwoju lokalnego i produktu lokalnego uwzględniając stan sektora badawczo-rozwojowego ukazuje potencjał szkolnictwa wyższego na Podlasiu. Mimo niskich nakładów na sektor badawczo-rozwojowy i wzrastające inwestycje w infrastrukturę podlaskiego szkolnictwa wyższego następuje powolne ożywienie innowacyjności w środowisku lokalnym. Wnioskiem wypływającym z analizy przedstawionej w artykule jest stwierdzenie, że bez konstruktywnego udziału szkół wyższych na Podlasiu wykreowanie rozwiązań innowacyjnych służących rozwojowi lokalnemu jest niemożliwe.

Wstęp

Proces innowacyjności produktu lokalnego osadzony jest w rozwoju lokalnym. Istotą rozwoju lokalnego jest stworzenie korzystnych warunków do wykorzystania aktywności społeczności lokalnej. Ta aktywność powinna służyć wypracowaniu autentycznego udziału społeczności lokalnych w kreowaniu produktów lokalnych. Może się to dokonać poprzez efektywniejsze wykorzystanie lokalnych zasobów intelektualnych, kulturowych, społecznych i gospodarczych. W realizacji tych zamierzeń należy przełamywać bariery strukturalne tkwiący obecnie w gospodarce lokalnej i świadomości społeczności lokalnej. Należy również dążyć do wykorzystania aktywności społeczności lokalnych i lokalnego potencjału do stymulowania rozwoju innowacji i postępu technicznego¹. To dążenie może dokonywać się w sposób szczególnie intensywny poprzez ośrodki akademickie i ich mecenat w rozwoju innowacyjności lokalnej.

Pobudzenie rozwoju lokalnego jest koniecznym warunkiem ożywienia społeczno-gospodarczego środowiska lokalnego. Szeroko pojęty rozwój lokalny jest procesem

¹ Por. S. Bagdziński, Lokalna polityka gospodarcza, UMK, Toruń 1994, s. 109.

złożonym, ukierunkowanym na wykorzystywanie zasobów ludzkich, potencjału produkcyjnego i usługowego oraz struktur instytucjonalnych².

1. Rozwój lokalny

Paradoksalnie w epoce globalizacji szczególnego znaczenia nabiera lokalność. Jednym z powodów tego stanu jest fakt, iż przedmiotem oddziaływań globalnych jest środowisko lokalne, gdyż w nim znajdują się konsumenci globalnych produktów. Kolejnym powodem wzrastającego znaczenia jest wiązanie lokalizmu z krytyczną analizą społeczeństwa masowego i polityki państwowej, która objawia się poprzez nadmierną ingerencję państwa w sprawy gospodarcze i społeczne. Lokalizm rodzi się więc jako opozycja wobec globalizmu³. Ale mimo wszystko kontekst lokalny ściśle łączy się z globalnym, gdyż lokalizm to nieunikniona konsekwencja procesu globalizacji. Współwystępowanie procesu globalizacji i lokalizmu określane jest przez Z. Baumana globalizacją⁴. To globalizacja wywołuje potrzebę rozwoju lokalnego według reguły „think globally, act locally”⁵.

Częstokroć w prostym wyobrażeniu rozwój lokalny to nowa infrastruktura w lokalnym środowisku, czyli przede wszystkim to inwestycje drogowe, nowe obiekty użyteczności publicznej, nowe kilometry instalacji sieciowych (wodociągowych, kanalizacyjnych, gazowych, telefonicznych itp.). Czasami poszerzenie usług publicznych zalicza się też do rozwoju lokalnego. Rzadko pojawia się myślenie szersze, gdyż w środowiskach lokalnych istnieje przekonanie, że priorytetem działań lokalnych jest zaspokojenie zbiorowych materialnych, a nie indywidualnych potrzeb mieszkańców. Nie można jednak skutecznie realizować zbiorowych potrzeb mieszkańców bez zaspokojenia potrzeb jednostek i małych grup. Rozwój lokalny to w pewien sposób suma tych lokalnych zmian, w wyniku których zwiększa się szansa indywidualnego rozwoju poszczególnych mieszkańców. Te zmiany powinny mieć charakter strukturalny, jakościowy, niepowtarzalny i systemowy, jakim ulega dany rodzaj zjawiska społecznego⁶. Rozwój to swego rodzaju postęp, który jest oceniany pozytywnie z punktu widzenia akceptowanego systemu wartości. Jeżeli stan rzeczywisty

² T. Kowalewski, K. Modzelewska, Ośrodki szkolnictwa wyższego jako podmioty kreowania rozwoju regionalnego w Polsce północno-wschodniej, w: Czynniki rozwoju regionalnego Polski północno-wschodniej, B. Plawgo (red.), tom 1, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku, Białystok 2005, s.342

³ E. Rokicka, Z. Kawka, Społeczność lokalna wobec globalnych wyzwań ekologicznych, „Przegląd socjologiczny” 1998, tom XLVII/2, s.205-215

⁴Zob. Z. Bauman, Globalizacja. Czyli komu globalizacja, a komu lokalizacja, „Studia socjologiczne” 1997, nr3(146), s.53-70

⁵ To znaczy: myśl globalnie, działaj lokalnie

⁶ J. Turowski, Socjologia. Wielkie struktury społeczne, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1994, s.75

bliski jest deklarowanym ideałom, wtedy taki rozwój jest postępowaniem⁷. Według G. Friedmana może on się dokonywać w różnych dziedzinach. Może on dotyczyć postępu technicznego, społecznego, naukowego, ekonomicznego, kulturalnego, moralnego. Ten podział pozwala na dostrzeganie różnych aspektów społecznej rzeczywistości⁸.

Tak, więc rozwój społeczny to nie tylko nowe kilometry ulic, chodników, rurociągów infrastruktury komunalnej, ale także a może i przede wszystkim nowe inwestycje w rozwój intelektualny, kulturowy i społeczny mieszkańców, którzy stają się świadomymi uczestnikami rozwoju lokalnego a pośrednio beneficjentami wytworów globalnych. Są oni w coraz większym stopniu usatysfakcjonowani ze zmian zachodzących w ich życiu, o ile służą ich rozwojowi i usprawnieniu funkcjonowania infrastruktury lokalnej. Użyteczność lokalnych inwestycji wyraża się nie w ilości nowo oddanych dóbr materialnych, ale w satysfakcji ich użytkowników z ich użytkowaniem. Nowa oczyszczalnia ścieków musi przyczyniać się do zwiększania zadowolenia mieszkańców z czystej, zdrowej wody i dbałości o czystość środowiska naturalnego. Jeśli chcemy skalkulować opłacalność takiej inwestycji publicznej, to przy obliczaniu jej ekonomicznej wartości trzeba uwzględnić nie tylko przychód z opłat za wodę, ale też uwzględnić społeczne korzyści. Wypracowanie korzyści osobistych mieszkańców, którzy żyją zdrowiej i czystiej zaoszczędzając swoje zdrowie i czas, wymaga posiadania odpowiedniej świadomości, która pozwala uchronić się przed różnorodnymi zagrożeniami. Podejmowanie właściwych decyzji adekwatnych do postulowanych celów w rozwoju społecznym napotyka szereg trudności, które próbuje się przełamywać opracowując tzw. wskaźniki rozwoju społecznego. Mają one za zadanie zapewnić powiązania pomiędzy praktyką społeczną a teoriami zjawisk społecznych i opisem zjawisk społecznych z ich wartościowaniem. Celem tych wskaźników jest stworzenie trafnego, rzetelnego i czułego narzędzia umożliwiającego dokonanie diagnozy, prognozy, zapewnienie rzetelnej konfrontacji rzeczywistości z akceptowanymi celami i zapewnienie warunków opracowania odpowiednich planów właściwej oceny skuteczności ich realizacji⁹.

W związku z tym istotne jest wsparcie lokalnych i regionalnych centrów kształcenia, które w znaczący sposób wpływają na ekonomiczną i społeczną aktywność lokalną. Tymi centrami kształcenia są liczne szkoły wyższe powstałe w Polsce po 1990 roku. Szkoły wyższe powstałe

⁷ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa 1970, s. 505

⁸ Za: Z. Kowalewski, *Nauki społeczne a rozwój społeczny. Problemy potencjału naukowego i krzewienia kultury naukowej*, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa 1971, s.226-227

⁹ *Studia z teorii i metodologii prognozowania społecznego*, A. Siciński, A. Raźniewski (red.), PWN, Warszawa 1976, s. 267-276

w miejscowościach dotychczas niebędących ośrodkami akademickimi umożliwiającą aktywizację środowisk lokalnych znajdujących się w trudnej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Ich istnienie będzie promować udział i współpracę partnerów lokalnych, zarówno władz publicznych, jak i organizacji i związków społecznych, gospodarczych, organizacji pozarządowych przy rozwiązywaniu problemów rozwojowych. Szereg problemów rozwojowych opiera się na braku strategii promocyjnych produktów lokalnych.

2. Produkt lokalny

Najczęściej produktem lokalnym bywa dobro, usługa lub pomysł mający zaspokoić potrzeby konsumenta zarówno lokalnego jak i zewnętrznego¹⁰. Produktem lokalnym może też być każdy obiekt wymiany oraz wszystko, co może być oferowane na rynku lokalnym i poza lokalnym. Szerzej patrząc na produkt możemy przyjąć za P. Kotlerem, że produktem może być zarówno dobro materialne, usługa, jak też osoby, miejsce, organizacja bądź idea¹¹, z którymi utożsamiają się mieszkańcy lokalnego środowiska i czynią z nich własny atrybut. Tego typu produkt wytwarzany jest na ogół w sposób niemasowy i przyjazny dla środowiska, z surowców lokalnie dostępnych. Staje się on atrybutem lokalnej społeczności poprzez wykorzystanie jego specyficznego i unikalnego charakteru. Jest on wytwarzany poprzez angażowanie mieszkańców pochodzących z tego środowiska i pośrednio sprzyja postawom kreatywnym.

Produkt lokalny jest przez samych mieszkańców danego terenu uważany za tradycyjny i pospolity, a osoby z zewnątrz postrzegają go za specyficzny i niepowtarzalny¹². Stąd też wynikają trudności związane z promocją produktów lokalnych. Produkt lokalny jest nierozzerwalnie związany z miejscem swego powstawania. Do celów marketingu i promocji w przypadku produktów lokalnych wykorzystuje się więc miejsce pochodzenia jako podstawę budowania jego korzystnego wizerunku i źródło rekomendacji. Pozytywne wrażenia z pobytu w regionie oraz przekonanie o wartości regionu może skłonić odbiorcę do zainteresowania się produktem.

¹⁰ K. Przybyłowski, S.W. Hartley, R. A. Kerin, W. Rudelius, Marketing, Dom Wydawniczy ABC Sp. z o.o., Warszawa 1998, s. 14

¹¹ Por. P. Kotler, Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Wydawnictwo FELGERGSJA, Warszawa 1999, s.400

¹² Por. Marketingowe testowanie produktów, S. Sudoła, J. Szymczak, M. Haffer (red.), PWE, Warszawa 2000, s.59-60

Przykładem produktu lokalnego mogą być lokalne potrawy przyrządzane w każdym domu, a poza nim zupełnie nieznane lub zapomniane. Wszelkie lokalne smakołyki, opowiadki i pamiątki, sposoby ich wytwarzania, związane z nimi wzory zachowań i styl życia stanowią mogą osobliwy niepowtarzalny wizerunek środowiska lokalnego.

Wytworzenie produktu lokalnego nie jest problemem, ale wykreowanie go poza własnym środowiskiem przysparza szereg trudności. Absolwenci szkół wyższych są w stanie te trudności pokonać, dzięki swojemu wykształceniu. Tymi trudnościami są¹³:

- Nieistotne cechy różnicujące. Cecha różnicująca jest to najistotniejszy czynnik sukcesu produktu nowego, jakim jest także produkt lokalny w poza lokalnym środowisku, który jest w stanie pokonać konkurencję. Cechy wyróżniające powinny się składać z unikalnych korzyści dla klienta. W przypadku województwa podlaskiego mogą nim być miejsca wypoczynku na Suwalszczyźnie czy Jeziorach Augustowskich bądź unikalne pamiątki „tygla etnicznego, kulturowego, i religijnego”¹⁴. Tak jak każdy region także i Podlasie posiada swoje unikalne ciasto z jajek, jakim jest „sękacz”.
- Niedokładna definicja rynku i produktu przed opracowaniem nowego lokalnego produktu. W idealnej sytuacji innowacyjny produkt wymaga precyzyjnego określenia rynku docelowego, uwzględnienia specyficznych potrzeb, wymagań i preferencji klientów oraz zbadanie roli, jaką będzie spełniał produkt i analizowanie jego cyklu życia. Bez określenia tych czynników prace badawcze pochłoną ogromne kwoty a ich efektem będzie projekt niewyraźnie zdefiniowanego produktu, który może trafić na fikcyjny rynek. Stąd też istotne jest właściwe funkcjonowanie ośrodków badawczo-rozwojowych i środki, którymi się one posługują. W 2001 roku nabyto aparaturę naukowo-badawczą o wartości 38,5 mln zł, co usytuowało województwo podlaskie na 3 miejscu w kraju pod względem wartości nowo nabytej aparatury¹⁵.
- Zbyt mała atrakcyjność rynku. Często przy poszukiwaniu idealnych nisz rynkowych rynek docelowy okazuje się zbyt mały i zbyt konkurencyjny, aby pokryć wydatki na badania i rozwój, produkcję oraz marketing. Aby zminimalizować bariery

¹³ Por. K. Przybyłowski, op.cit., s. 268-271

¹⁴ Na Podlasiu współwystępują i współdziałają ze sobą katolicy, prawosławni, muzułmanie. A etnicznie ten region zamieszkują obok Polaków, Białorusini, Rosjanie, Niemcy, potomkowie Tatarów, Litwini, Żydzi.

¹⁵ Diagnoza stanu innowacyjności województwa podlaskiego, T. Truskolaski (red.) Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2004, s. 14

poszukiwania i wdrażania nowych produktów lokalnych oraz poprawić konkurencyjność i innowacyjność województwa podlaskiego wybrano w ramach RSI (Regionalnej Strategii Innowacji) województwa podlaskiego następujące propozycje projektów pilotażowych: utworzenie wirtualnego inkubatora rzemiosła, podlaskie parki przemysłowe (Czarna Białostocka, Zambrów), klastry na Podlasiu, bazy danych zapotrzebowania na prace naukowo-badawcze, utworzenie Podlaskiej Agencji Rozwoju Innowacyjności, inkubatory przedsiębiorczości przy uczelniach, innowacyjne fundusze pożyczkowe, poszerzenie oferty szkoleniowo-doradczej¹⁶.

- Niska jakość najważniejszych cech produktu, niska jakość jednego z dwóch kluczowych elementów może udaremnić sprzedaż produktu nawet, wtedy gdy ogólna jakość produktu jest wysoka.
- Niewłaściwy czas wprowadzania na rynek. Dobra koordynacja w czasie stanowi ważki problem do rozwiązania w przypadku produktów podatnych na zmiany mody, gustów konsumentów.
- Brak ekonomicznego dostępu do rynku. Należy pamiętać, że nie tylko jeden region czy kraj zabiega o konsumenta i w związku z tym środki na skuteczną promocję nie mogą być jednorazowe i zbyt małe.

3. B+R a innowacyjność w województwie podlaskim¹⁷

Województwo Podlaskie należy do grupy województw o najniższej liczbie podmiotów gospodarczych. Statystyki wskazują dodatkowo zmniejszenie się ogólnej liczby zarówno małych i średnich przedsiębiorstw, co powoduje osłabienie potencjału gospodarczego. Dodatkowo na Podlasiu zaobserwować można niską koncentrację dużych firm, znikomy wskaźnik eksportu sektora MŚP i importu krajowego¹⁸. Mimo tych negatywnych faktów do najszybciej rozwijających się firm na Podlasiu należą przedsiębiorstwa z następującego sektora¹⁹:

- sektora produkcji artykułów spożywczych (firma „Mispol” z Suwałk, OSM Hajnówka, OSM Piątnica, OSM „Mlekwita” w Grajewie);

¹⁶ Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podlaskiego, Samorząd Województwa Podlaskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2004, s.59-62

¹⁷ Poniższy paragraf w obszerniejszej wersji został już opublikowany we własnym artykule: T. Kowalewski, K. Wałkuska, Zależność nakładów B+R na innowacyjność podlaskich przedsiębiorstw, „Ekonomia i zarządzanie” 2005, zeszyt 10, s. 243-249

¹⁸ Analiza potencjału ekonomicznego i innowacyjnego oraz identyfikacji potrzeb technologicznych w województwach: warmińsko-mazurskim, podlaskim oraz lubelskim, praca zbiorowa pod red M. Górzeńskiego, Wydawnictwo CASE-Doradcy sp. z o.o., Warszawa 2004, s. 46.

¹⁹ Tamże, s. 48.

- sektora usług w zakresie informatyki (Computerland Serwis w Białymstoku oraz Centrum Informatyki Zeto w Białymstoku);
- sektora produkcji mebli (firma „Malow” z Suwałk);
- sektora produkcji sprzętu elektronicznego (Philips DAP Industries Poland);
- sektora produkcji i budowy jachtów i łodzi motorowych (Balt –Yacht);
- sektora produkcji maszyn i urządzeń dla przemysłu budowlanego („Jazon”).

Zaplecze badawczo-rozwojowe stanowi o potencjale innowacyjnym danego regionu. W Województwie Podlaskim jednostek, które prowadzą działalność B+R jest 19, w tym 12 ulokowanych jest w sektorze przedsiębiorstw²⁰, co daje ostatnie miejsce w kraju. W sposób ciągły z kolei zajmuje się pracami badawczo – rozwojowymi zaledwie 5% przedsiębiorstw, tj. 40% wszystkich firma prowadzących w ogóle działalność B+R²¹.

W 2003 roku na Podlasiu w sferze B+R zatrudnionych było ogółem 2.307 osób, w tym zaledwie 2,64% - w przemyśle. 86,34% zatrudnienia stanowili pracownicy naukowo-badawczy, zaś w sektorze przedsiębiorstw prawie połowę mniej (49,1% - zob. tabela 4)²². Należy w tym miejscu zaznaczyć, iż zatrudnienie w sektorze B+R w 2003 roku w województwie podlaskim stanowiło zaledwie 1,83% ogółu zatrudnienia w Polsce. Z pewnością nie jest to zjawisko korzystne, bowiem może to oznaczać zbyt dużą koncentrację na badaniach podstawowych, kosztem badań stosowanych i rozwojowych²³.

Tabela 1. Zatrudnieni w działalności badawczej i rozwojowej w 2003 roku w województwie podlaskim

Wyszczególnienie	Zatrudnieni ogółem w B+R	w tym: zatrudnieni w przemyśle
OGÓŁEM, w tym:	2.307	61
- pracownicy B+R	1.992	30
- technicy i pracownicy równorzędni	196	28
- pozostały personel	119	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS zawartych na <http://www.stat.gov.pl>, dane z dnia 20 lutego 2005 r.

²⁰ Dane na koniec 2003 roku, www.stat.gov.pl, dane z dnia 21 lutego 2005 r.

²¹ M. Kondratiuk-Nierodzińska, J. Grabowiecki, Regionalna Strategia Innowacji (RSI-Podlasie). Wstępna analiza w zakresie innowacyjności Województwa Podlaskiego, Uniwersytet Białostocki, Białystok 2004, s. 35.

²² Obliczenia własne na podstawie danych GUS zawartych na <http://www.stat.gov.pl>, dane z dnia 20.02.2005.

²³ M. Kondratiuk-Nierodzińska, J. Grabowiecki, op. cit., s. 36.

Województwo Podlaskie charakteryzuje się również niskim poziomem nakładów na działalność B+R. W 2002 roku wyniosły jedynie 38,0 mln, co stanowiło zaledwie 0,8% ogółu nakładów na działalność B+R w Polsce w tym czasie. Dla porównania nakłady na B+R na Mazowszu w 2001 roku wyniosły około 44% wydatków krajowych, zaś w Małopolsce, które jest na 2 miejscu w kraju – 9,5%²⁴.

Tabela 2. Struktura nakładów* na działalność B+R w województwie podlaskim w 2003 roku (ceny bieżące)

Nakłady wg źródeł finansowania	Z budżetu	Podmioty gospodarcze	Placówki naukowe PAN i JBR-y	Organizacje międzynarodowe i instytucje zagraniczne
Polska	62,7%	23,5%	5,9%	4,6%
Województwo Podlaskie	64,2%	14,9%	5,7%	5,9%

* bez amortyzacji środków trwałych

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS zawartych na <http://www.stat.gov.pl>, dane z dnia 20 lutego 2005 r.

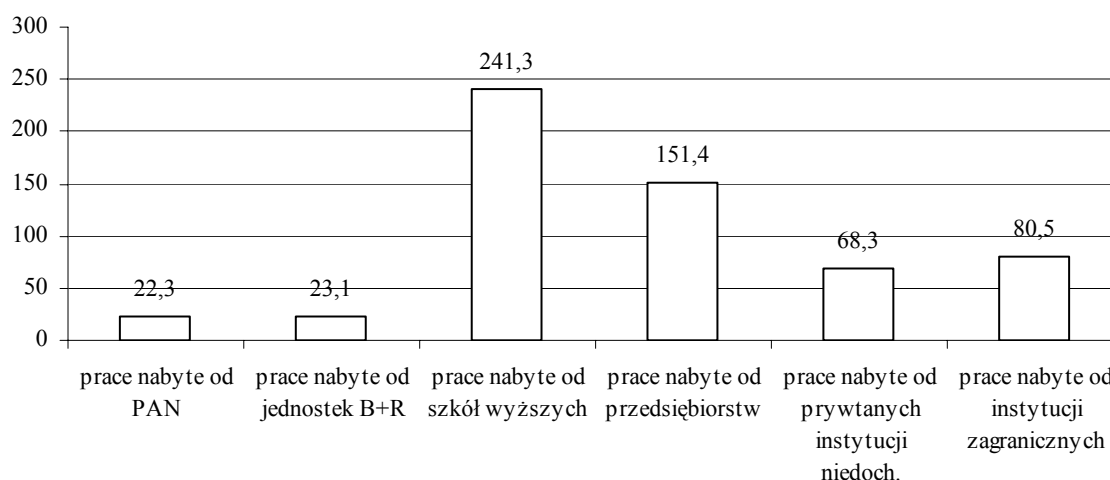
Na niski poziom innowacyjności Podlasia wskazują również wskaźniki nakładów inwestycyjnych, które wynoszą 1.813 zł (15 miejsce w kraju) oraz nakładów na działalność badawczo-rozwojową wynoszących na Podlasiu 32 zł (13 miejsce w kraju) w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Uwagę zwraca bardzo niski udział ponoszonych nakładów na działalność B+R przez podmioty gospodarcze, który wynosi jedynie 9%, podczas gdy udział środków budżetowych wynosi aż 79%. Analogiczne wskaźniki dla Polski wynoszą odpowiednio 22,7% i 61,1%²⁵.

Analizując nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach to w województwie podlaskim ukształtowały się one zaledwie na poziomie 5,91 mln zł (wykres 1).

²⁴ Tamże, s. 37.

²⁵ Tamże, s. 48.

Wykres 1. Struktura nakładów zewnętrznych na działalność B+R (w tys. zł) w podlaskich przedsiębiorstwach w 2003 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS zawartych na <http://www.stat.gov.pl>, dane z dnia 20 lutego 2005 r.

Inwestowanie w działalność badawczo-rozwojową stanowi innowacje w przedsiębiorstwach, stanowiąc tym samym ważną siłę napędową jego funkcjonowania oraz jest motorem postępu i bycia konkurencyjnym na lokalnym rynku. Innowacje nie zależą wyłącznie od indywidualnego działania firm, uniwersytetów i instytutów badawczych, lecz głównie od ich współpracy. Podlaski samorząd terytorialny, rząd, podlaskie środowisko akademickie i sektor przemysłu muszą tworzyć system powiązań, by wzmocnić innowacyjność gospodarki w województwie podlaskim. Następstwem tego będzie wzrost konkurencyjności Podlasia.

4. Potencjał podlaskich uczelni

Począwszy od roku akademickiego 1991/1992 do 2000/2001 liczba studentów w województwie uległa czterokrotnemu wzrostowi. W roku akademickim 2000/2001 kształciło się w województwie podlaskim 2,8% ogółu studentów w Polsce²⁶. Mimo wszystko liczba studiujących na podlaskich uczelniach w porównaniu ze studiującymi w innych województwach jest stosunkowo niska. W województwach takich jak mazowieckie, śląskie, wielkopolskie, małopolskie czy dolnośląskie kształcą się prawie trzykrotnie więcej studentów. W porównywalnym do województwa podlaskiego województwie podkarpackim kształcą się

²⁶ R. Horodeński, C. Sadowska-Snarska, Województwo podlaskie u progu XXI wieku, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Białystok 2001, s. 163.

prawie połowa więcej studentów. Świadczyć to może o tym, że maturzyści i osoby starsze podejmujące decyzje o studiach niejednokrotnie preferują studia w innych bardziej prestiżowych polskich uczelniach, przypisując dyplomom innych niż podlaskie uczelnie większe znaczenie²⁷. Szczegółowy rozkład studiujących na podlaskich uczelniach przedstawia poniższe zestawienie.

Tabela 4. Studenci szkół wyższych według województw i szkół (łącznie z cudzoziemcami) stan w dniu 30 XI 2005 roku

Nazwa lub typ uczelni	Liczba studentów
Uniwersytet w Białymstoku	13 248
Politechnika Białostocka	13 706
Akademia Medyczna w Białymstoku	3 707
Wyższe Szkoły Niepubliczne (z wyłączeniem Wyższych Szkół Zawodowych)	19 548
Wyższe Szkoły Zawodowe (publiczne i niepubliczne)	3 097
PODLASKIE – ogólna liczba studentów	53306

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Szkoły wyższe i ich finanse 2005, GUS, Warszawa 2006, s.73

Czynnikiem rozwoju szkolnictwa wyższego na Podlasiu jest także istnienie bazy naukowo-dydaktycznej, która ciągle ulega modernizacji i przebudowie (np. budowa nowoczesnej infrastruktury Wydziału Elektrycznego Politechniki Białostockiej, Biblioteka Uniwersytecka czy projekt budowy nowoczesnego kampusu Uniwersytetu w Białymstoku) i utworzeniu filii UwB w Wilnie²⁸.

Uczelnie województwa podlaskiego zdobywają coraz większe znaczenie nie tylko poprzez modernizowaną bazę szkolnictwa wyższego, zarówno państwowego jak i niepaństwowego, ale również poprzez istniejące ponad i między uczelniane instytucje wspomagające funkcjonowanie uczelni, tj. Centrum Innowacji i Transferu Technologii (CITT) na Politechnice Białostockiej, które pełni funkcje ośrodka uczelniano-przemysłowego, prowadzącego działalność usługową, badawczą, doradczą, szkoleniową,

²⁷ J. Moczydłowska, Szkolnictwo wyższe jako czynnik rozwoju Polski północno-wschodniej, w: Czynniki rozwoju regionalnego Polski północno-wschodniej, B. Plawgo (red.), tom 1, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku, Białystok 2005, s.362

²⁸ Przemówienie J.M. Rektora U w B podczas inauguracji roku akademickiego 2006/2007 w Białymstoku <http://www.uwb.edu.pl/> z dnia 4.10.06

promocyjną i organizacyjną, w zakresie transferu technologii i przedsiębiorczości. W ramach CITT działa Punkt Kontaktowy Programów Unii Europejskiej, powołany w 2003 roku, którego zadaniem jest wspieranie uczestnictwa w Programach Ramowych Unii Europejskiej i nawiązywanie współpracy z organami samorządów lokalnych i przedsiębiorcami w celu podnoszenia konkurencyjności regionu podlaskiego w obszarze przedsiębiorczości, badań i rozwoju technologicznego²⁹. Istnienie tego typu instytucji może w przyszłości przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności akademickiej Podlasia o ile efekty ich działania będą rozpoznawalne w środowisku lokalnym i w makrootoczeniu i będą sprzyjać promocji produktów lokalnych³⁰.

5. Innowacyjny mecenat uczelniany

Konsorcjum Park Naukowo-Technologiczny Polska-Wschód, którego założycielami byli: Urząd Miasta Suwałki, Uniwersytet w Białymstoku, Politechnika Warszawska, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Państwowy Instytut Geologiczny w Warszawie, Instytut Łączności w Warszawie oraz Polsko-Litewska Izba Gospodarcza Rynków Wschodnich, z Suwałk. Park Naukowo-Technologiczny Polska-Wschód w Suwałkach Spółka z o.o. istnieje od czerwca 2004 roku i jest przykładem szerokiego współdziałania gdzie szkoły wyższe odgrywają kluczową rolę. Głównym zadaniem konsorcjum jest rozwijanie nowoczesnych technologii w północno-wschodniej Polsce. Ważnym celem konsorcjum jest współpraca naukowców z biznesem³¹.

Podejmowane są także działania nad utworzeniem Parku Naukowo – Technologicznego w sąsiedztwie modernizowanego lotniska Krywlany w Białymstoku. W lipcu 2006 roku w tej sprawie został podpisany list intencyjny przez przedstawiciela Zarządu Województwa Podlaskiego, Prezydenta Białegostoku, Prezesa Podlaskiej Fundacji Rozwoju Regionalnego, przedstawicieli państwowych białostockich uczelni: Akademii Medycznej, Uniwersytetu w Białymstoku i Politechniki Białostockiej³². Jest to inspirujący przykład współdziałania białostockich uczelni, które wspólnie mogą dokonać więcej w promowaniu lokalnych produktów.

²⁹ www.citt.pb.edu.pl z dnia 26.09.06

³⁰ T. Kowalewski, Problemy marketingu szkół wyższych w Białymstoku, w: Instrumenty i informacje marketingowe, D. Dąbrowski (red.), Politechnika Gdańska, Gdańsk 2006, s.36-38

³¹ <http://www.paiz.gov.pl/> z dnia 26.09.06

³² <http://www.wrotapodlasia.pl/pl/wiadomosci/region/nowe+technologie+nowe+inwestycje.htm> z dnia 26.09.06

Zakończenie

Funkcje uczelni to nie tylko działalność dydaktyczno-naukowa, ale także uczelnia pełni ważną rolę w procesie innowacyjności produktu lokalnego pobudzając w ten sposób środowisko lokalne do rozwoju.

W celu pobudzenia rozwoju lokalnego szkoły wyższe powinny w większym stopniu współdziałać ze środowiskiem lokalnym a szczególnie poprzez rozwój sektora B+R wspomagać lokalną przedsiębiorczość. Rozwój lokalny odgrywa ważną rolę, nie tylko w walce konkurencyjnej produktów (zarówno na rynku wewnętrznym, jak i międzynarodowym), ale także wpływa na podniesienie poziomu i jakości życia³³. Nowe możliwości, przed jakimi stoją analizowane uczelnie podlaskie tworzą możliwości przyspieszonego wzrostu rozwoju lokalnego o ile innowacyjność produktów lokalnych będzie przyciągała konsumentów i inwestorów także spoza środowiska lokalnego.

Bibliografia

1. Analiza potencjału ekonomicznego i innowacyjnego oraz identyfikacji potrzeb technologicznych w województwach: warmińsko-mazurskim, podlaskim oraz lubelskim, M. Górzeński (red.), Wydawnictwo CASE-Doradcy sp. z o.o., Warszawa 2004
2. Bagdziński S., Lokalna polityka gospodarcza, UMK, Toruń 1994.
3. Bauman Z., Glokalizacja. Czyli komu globalizacja, a komu lokalizacja, „Studia socjologiczne” 1997, nr3(146), s.53-70
4. Diagnoza stanu innowacyjności województwa podlaskiego, T. Truskolaski (red.) Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2004
5. Horodeński R., Sadowska-Snarska C., Województwo podlaskie u progu XXI wieku, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Białystok 2001
6. Kondratiuk-Nierodzińska M., Grabowiecki J., Regionalna Strategia Innowacji (RSI-Podlasie). Wstępna analiza w zakresie innowacyjności Województwa Podlaskiego, Uniwersytet w Białymstoku, Białystok 2004
7. Kotler P., Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Wydawnictwo FELGERGSJA, Warszawa 1999

³³ Rozwój potencjału naukowo-badawczego warunkiem skutecznego budowania w Polsce gospodarki opartej na wiedzy, http://kbn.icm.edu.pl/analizy/20040518_tezy.html z dnia 30.12.06

8. Kowalewski T., Modzelewska K., Ośrodki szkolnictwa wyższego jako podmioty kreowania rozwoju regionalnego w Polsce północno-wschodniej, w: Czynniki rozwoju regionalnego Polski północno-wschodniej, B. Plawgo (red.), tom 1, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku, Białystok 2005, s.339-352
9. Kowalewski T., Problemy marketingu szkół wyższych w Białymstoku, w: Instrumenty i informacje marketingowe, D. Dąbrowski (red.), Politechnika Gdańska, Gdańsk 2006, s.33-40
10. Kowalewski T., Wałkuska K., Zależność nakładów B+R na innowacyjność podlaskich przedsiębiorstw, „Ekonomia i zarządzanie” 2005, zeszyt 10, s. 235-2256
11. Kowalewski Z., Nauki społeczne a rozwój społeczny. Problemy potencjału naukowego i krzewienia kultury naukowej, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa 1971
12. Marketingowe testowanie produktów, S. Sudoła, J. Szymczak, M. Haffer (red.), PWE, Warszawa 2000
13. Moczydłowska J., Szkolnictwo wyższe jako czynnik rozwoju Polski północno-wschodniej, w: Czynniki rozwoju regionalnego Polski północno-wschodniej, B. Plawgo (red.), tom 1, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku, Białystok 2005, s.353-366
14. Przemówienie J.M. Rektora U w B podczas inauguracji roku akademickiego 2006/2007 w Białymstoku, www.uwb.edu.pl/ z dnia 4.10.06
15. Przybyłowski K., Hartley S.W., Kerin R. A, Rudelius W., Marketing, Dom Wydawniczy ABC Sp. z o.o., Warszawa 1998
16. Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podlaskiego, Samorząd Województwa Podlaskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2004
17. Rokicka E., Kawka Z., Społeczność lokalna wobec globalnych wyzwań ekologicznych, „Przegląd socjologiczny” 1998, tom XLVII/2, s.204-235
18. Rozwój potencjału naukowo-badawczego warunkiem skutecznego budowania w Polsce gospodarki opartej na wiedzy, http://kbn.icm.edu.pl/analizy/20040518_tezy.html z dnia 30.12.06
19. Studia z teorii i metodologii prognozowania społecznego, A. Siciński, A. Raźniewski (red.), PWN, Warszawa 1976
20. Szczepański J., Elementarne pojęcia socjologii, PWN, Warszawa 1970
21. Turowski J., Socjologia. Wielkie struktury społeczne, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1994

22. www.citt.pb.edu.pl z dnia 26.09.06
23. www.paiz.gov.pl/ z dnia 26.09.06
24. www.stat.gov.pl, dane z dnia 21 lutego 2005 r.
25. www.wrotapodlasia.pl/pl/wiadomosci/region/ z dnia 26.09.06