

Bardzo przepraszam kolegów profesorów, ale musicie się nauczyć sprzedawać...

"Kradzież produktu intelektualnego nie różni się niczym od ukradzenia komuś roweru z balkonu. Pójście na egzamin i ściągnięcie od kolegi wyników, a potem konkurowanie z nim dalej na studiach nie różni się niczym od sytuacji, gdybyśmy wyciągnęli mu z kieszeni pieniądze stanowiące równowartość wielu godzin pracy, którą wykonał, podczas gdy my siedzieliśmy z dziewczyną nad rzeką" – o etyce w zarządzaniu własnością intelektualną, ale również o wyzwaniach stojących przed polskimi profesorami, którzy muszą nauczyć się sprzedawania swoich pomysłów, mówi prof. dr inż. Piotr Moncarz, profesor Stanford University.

– Umiejętnie łączy Pan pracę naukową z działalnością gospodarczą i społeczną. To gra w nieco innej lidze, a jednak zaangażował się Pan w działania na rzecz rozwoju wiedzy o zarządzaniu własnością intelektualną w Polsce. Dlaczego?

Bez ochrony własności intelektualnej nie ma kreowania gospodarki opartej na wiedzy. Nikt nie chce pracować nad czymś, co ma nie w pełni zdefiniowaną formę wartościowania. Badacz, który rozwija wartość intelektualną musi wiedzieć, czy ta wartość po wdrożeniu przyniesie jakieś korzyści jemu i jego instytucji. Żeby to zrozumieć, żeby naukowiec był stymulowany do tworzenia i wdrażania nowych pomysłów, potrzebuje wiedzy z zakresu ochrony własności intelektualnej i zasad transferu technologii. Taka wiedza musi powstać i zostać zaakceptowana – to właśnie nazywamy kulturą zarządzania własnością intelektualną.

– Czy budowanie takiej kultury w Polsce wymaga wielu lat, czy w ogóle jest możliwe na naszym gruncie?

Do pomysłu budowania w Polsce zrębów owej kultury podchodziłem – jeśli nie ze sceptycyzmem to z pewnym chłodem. Wydawało mi się, że to są długie lata pracy. Okazuje się, że Polska jest do tego gotowa!

– Polska, czyli kto?

Z pewnością uczeni. Dwa lata temu, dzięki entuzjazmowi środowiska akademickiego, powstało konsorcjum sześciu uczelni, które stworzą unikalny model studiów. Przedstawiciele tych szkół, dzięki stypendium z ministerstwa nauki przyjechali na warsztaty na Stanford. Wykonana tam ciężka praca nasyciła ich takim entuzjazmem, że w ciągu roku zorganizowali dwie znaczące konferencje i forum międzynarodowe. W tym roku tradycja forum jest kontynuowana i rozwijana – sympozja odbywają się w dwóch miastach. Idea rozszerza się jak ogień w suchym lesie. Polska ma też doskonałą bazę – Urząd Patentowy.

– A jednak patentów jak na lekarstwo. Gdzie zatem jest problem? Środowisko akademickie nie potrafi sprzedać swojego potencjału, czy też strona biznesowa nie interesuje się innowacjami, nie potrafi ich wyszukać i wdrażać, a przede wszystkim nie chce ryzykować dofinansowując badania?

Narażę się moim koleżankom i kolegom, ale zaryzykuję stwierdzenie, że jednak wina jest po stronie akademickiej. Nauka istnieje po to, aby tworzyć wartość intelektualną. Badacz i jego instytucja powinna, jako oferent, postarać się o to, żeby kupujący wiedział, że mają oni coś do sprzedania i zechciał za to zapłacić. Bardzo przepraszam kolegów profesorów, ale muszą się nauczyć sprzedawać.

– Od kogo?

Są to ludzie tak inteligentni, że nauczą się sami. Potrzebują jedynie materiałów. Tworzenie Intellectual Property Management Institute jest w tym kontekście wspaniałym pomysłem. Łączy cele wielu uczelni, pozwalając im sięgnąć do wzorców międzynarodowych – nie tylko bliskiego mi wzorca amerykańskiego, ale również dobrych praktyk europejskich. Wiele jest krajów, gdzie współpraca

między uczelniami a gospodarką jest owocna; w Niemczech na przykład trudno jest spotkać profesora, który nie byłby poważnie obciążony zleceniami dla przemysłu.

Profesor musi pójść i przekonać przedsiębiorcę, że w jego pomysł warto inwestować i rozwinąć go na przykład do poziomu patentu. Potem są trudne negocjacje nad tym, na ile właścicielem praw będzie uczelnia, na ile sam profesor, a na ile instytucja – fabryka, zakład produkcyjny, która zainwestowała w rozwój badań. Podziału wytworzonej wartości intelektualnej też trzeba się nauczyć.

– Czasem trudno osobie operującej na wysokim szczeblu intelektualnym zejść do poziomu "kup pan cegłę"...

Ale to należy rozumieć w szerokim kontekście! To wartość intelektualna, którą sprzedajemy stymuluje ekonomię kraju, dzięki niej są pieniądze na następne badania, kolejne sprawy rozwojowe i wdrożeniowe. Wspaniały pomysł ma Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, które chce dawać pieniądze zaczynowe na badania, ale i na wdrażanie ich wyników. Tworzenie pomysłu zawsze działało na uczelniach, ale finansowanie musi być przewidziane również na doprowadzenie go do takiego poziomu, żeby można go było fizycznie użyć dla celów gospodarczych.

– Czy w momencie kiedy dopiero trzeba budować świadomość znaczenia wartości intelektualnej, nie jest za wcześnie na rozważanie etycznych kwestii związanych z jej ochroną?

Na to nigdy nie jest za wcześnie. Pewien poziom uczciwości można zapewnić przez prawa i biurokratyczne przepisy, ale jest również poziom wynikający z kultury wewnętrznej człowieka. Kradzież produktu intelektualnego nie różni się niczym od ukradzenia komuś roweru z balkonu. Pójście na egzamin i ściągnięcie od kolegi wyników, a potem konkurowanie z nim dalej na studiach nie różni się niczym od wyciągnięcia mu z kieszeni pieniędzy stanowiących równowartość wielu godzin pracy, podczas gdy samemu siedziało się z dziewczyną nad rzeką. To właśnie fundament tej kultury.