

Plan Strategiczny

Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Do roku 2025

Cel dokumentu	3
Misja Fundacji	3
Cele Fundacji	3
Priorytety Fundacji do roku 2025	3
Plan działań na najbliższe 3 lata (do 2021 r.)	4
Diagnoza	7
Główne wyzwania	7
Analiza SWOT	7
Analiza otoczenia	8
Analiza porównawcza działalności innych fundacji uniwersyteckich w Polsce	8
Analiza trendów działalności sponsoringowej wśród przedsiębiorstw	9
Analiza zmian otoczenia prawnego w świetle wejścia w życie tzw. <i>Konstytucji dla Nauki</i>	11
Analiza potrzeb Uniwersytetu	12
Zadania strategiczne UAM, w których pożądanym jest wsparcie Fundacji	12
Skala wsparcia Fundacji w relacji do odpowiednich pozycji budżetowych UAM	13
Główne wnioski z wywiadów z członkami Rady Nadzorczej Fundacji UAM	14
Organizacja/dwie marki	14
Relacje z UAM	14
Nauka	15
Komerccjalizacja badań	15
Popularyzacja wiedzy	15
Współpraca regionalna	15
Analiza wewnętrzna	16
Analiza dotychczasowej działalności statutowej i potencjału Fundacji	16
Potencjał PPNT jako przedstawiciela UAM ds. komercjalizacji	20

Cel dokumentu

Niniejszy plan strategiczny określa priorytetowe kierunki działalności Fundacji do roku 2025, które odpowiadają na wyzwania strategiczne, wynikające z aktualnych potrzeb Uniwersytetu oraz trendów w otoczeniu prawnym, gospodarczym i społecznym a także potencjału Fundacji, który może być wykorzystany w odpowiedzi na te wyzwania.

Misja Fundacji

Misją Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu jest: „pomoc i wsparcie dla Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w jego działalności naukowej, badawczej, dydaktycznej, organizacyjnej i społecznej”.¹

Cele Fundacji

Celem Fundacji jest²:

- a) upowszechnianie w kraju i za granicą osiągnięć naukowo-badawczych, dydaktycznych i organizacyjnych UAM lub Fundacji UAM;
- b) wspieranie finansowe i organizacyjne UAM w działalności naukowo-badawczej i dydaktycznej, kulturalnej lub sportowej;
- c) pomoc finansowa i organizacyjna w działaniach inwestycyjnych UAM;
- d) prowadzenie działalności naukowo-badawczej;
- e) kształtowanie postaw przedsiębiorczych i proinnowacyjnych studentów, doktorantów lub pracowników nauki miasta Poznaniu lub regionu;
- f) wspieranie przedsiębiorstw lub jednostek naukowych w transferze technologii, innowacji lub w komercjalizacji wyników prac badawczych;
- g) działalność na rzecz popularyzowania w środowisku lokalnym wiedzy lub przedsiębiorczości.

Priorytety Fundacji do roku 2025

1. Komercjalizacja

Koordinacja i wsparcie komercjalizacji wiedzy i technologii opracowanych na UAM.

2. Doktoranci i Studenci

Wspieranie kształcenia doktorantów poprzez stypendia, współpracę w organizacji szkół doktorskich a także kształcenie studentów wszystkich stopni w praktycznych umiejętnościach kreowania innowacji.

3. Marka/Komunikacja

Wykreowanie uznanej i wiarygodnej marki w środowisku uczelni i partnerów gospodarczych i społecznych.

¹ Misja została zapisana w preambule Statutu Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

² Cele Fundacji zapisane w paragrafie 4. Statutu Fundacji.

Plan działań na najbliższe 3 lata (do 2021 r.)

W celu urzeczywistnienia priorytetów strategicznych przedstawionych powyżej podjęte zostaną działania zestawione poniżej. Plan działań obejmuje okres trzech lat (2019-2021) tj. połowę perspektywy czasowej niniejszego Planu Strategicznego. W 2021 r. odbędzie się przegląd wykonania planu na podstawie którego zostanie opracowany plan działań na kolejne cztery lata.

Lp.	Działanie	Odpowiedzialny	Przewidziane zasoby	Planowany rezultat	Współpraca po stronie UAM
Priorytet 1: Komerccjalizacja					
1.1.	Analiza potencjału komercjalizacji w Uniwersytecie (audyty technologiczne zespołów badawczych, analiza zrealizowanych i realizowanych projektów badawczych pod kątem potencjału komercjalizacyjnego) - 2019	Członek Zarządu Fundacji – odpowiedzialny za komercjalizację i transfer technologii	Zespół Innowacji i Transferu Technologii (ZITT) w ramach Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego prowadzonego przez Fundację	Zidentyfikowanie grup badawczych i projektów badawczych z potencjałem komercjalizacyjnym	Zespół UCITT
1.2.	Opracowanie modelu komercjalizacji wyników badawczych osiągniętych na UAM oraz podpisanie stosownego porozumienia UAM-Fundacja UAM - 2020	jw.	jw.	Opracowany model z procedurami	jw.
1.3.	Wdrożenie modelu komercjalizacji do praktyki w UAM – uczelni badawczej - od 2021 proces ciągły	jw.	jw.	Pierwsze rzeczywiste efekty komercjalizacji (umowy licencyjne, sprzedane patenty, know-how, firmy odpryskowe, spółki celowe)	jw.
1.4.	Analiza potencjalnych zasobów aparaturowych, infrastrukturalnych uczelni, które mogą być źródłem usług badawczych oraz propozycja formuły prawnej współpracy Fundacji z UAM w tym względzie - 2021	Wiceprezes Zarządu Fundacji	Komisja Nauki Fundacji – zespół zadaniowy	Identyfikacja centrów świadczących usługi dla przedsiębiorców	Prorektor ds. nauki i współpracy międzynarodowej, Komisja Rectorska ds. Aparatury

Lp.	Działanie	Odpowiedzialny	Przewidziane zasoby	Planowany rezultat	Współpraca po stronie UAM
Priorytet 2: Doktoranci i studenci					
2.1.	Podpisanie porozumienia UAM-Fundacja dot. kształcenia praktycznych umiejętności kreowania innowacji dla studentów 1, 2 i 3 stopnia - I kwartał 2019	Członek Zarządu Fundacji odpowiedzialny za edukację	Zespół roboczy ds. edukacji w Fundacji	Przejrzyste reguły prowadzenia i rozliczeń finansowych zajęć dydaktycznych	Prorektor ds. kształcenia UAM, Biuro Jakości Kształcenia UAM
2.2.	Prowadzenie zajęć kształcących umiejętności kreowania innowacji i podnoszące kulturę przedsiębiorczości - działanie ciągłe	jw.	Zespół Kreowania Innowacji w Fundacji	Wzrost kompetencji miękkich dotyczących innowacji i przedsiębiorczości	jw.
2.3.	Przygotowanie propozycji treści oferowanych w programie tworzonych Szkół Doktorskich na UAM - II/III kwartał 2019	Członek Zarządu Fundacji odpowiedzialny za edukację	Zespół roboczy ds. edukacji w Fundacji	Propozycje programów modułów dodatkowych w ramach Szkół	Prorektor ds. nauki i współpracy międzynarodowej, Biuro Jakości Kształcenia UAM
2.4.	Prowadzenie letnich szkół dla doktorantów z obszaru kompetencji miękkich oraz aplikowania o środki finansowe na badania - 2-3 cykle tygodniowe, lipiec-wrzesień 2019,2020,2021	Członek Zarządu Fundacji odpowiedzialny za edukację	Zespół roboczy ds. dydaktyki	Podniesienie kompetencji miękkich u 50-75 uczestników Szkół – rocznie	Prorektor ds. nauki i współpracy międzynarodowej
2.5.	Modyfikacja programu stypendialnego Fundacji oraz zatwierdzenie regulaminu przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego - 2019-2020	Zarząd Fundacji	Konsultacje z władzami rektorskimi oraz pracownikami Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego	<ul style="list-style-type: none"> • Konsolidacja programów stypendialnych • Zwiększony wolumen środków • Beneficjenci stypendiów związani z dyscyplinami uprawianymi w Fundacji • Program płatnych staży dla stypendystów 	Władze rektorskie

Lp.	Działanie	Odpowiedzialny	Przewidziane zasoby	Planowany rezultat	Współpraca po stronie UAM
Priorytet 3: Marka/Komunikacja					
3.1.	Spójne, konsekwentne i systematyczne komunikowanie działalności Fundacji i jej efektów na rzecz środowiska UAM - działania ciągłe od 2019	Członek Zarządu Fundacji odpowiedzialny za relacje z UAM	Rzecznik Prasowy Fundacji	Zwiększenie rozpoznawalności marki Fundacji na UAM	Centrum Marketingu UAM
3.2.	Prowadzenie kampanii wizerunkowej na UAM (stałe ekspozycje w postaci bannerów, roll-upów) - działania ciągłe od 2019	jw.	jw.	Zaistnienie marki Fundacji w przestrzeniach UAM	jw.
3.3.	Organizacja 2 wydarzeń rocznie dla społeczności UAM w celu zainicjowania kontaktów w relacji nauka-biznes - od 2020	jw.	Komisja Nauki, Dział Komunikacji i Marketingu oraz Dział Sprzedaży	Zidentyfikowane inicjatywy współpracy z udziałem naukowców UAM	jw.
3.4.	Włączanie się w inicjatywy UAM we wspólnych płaszczyznach działalności - od 2020	jw.	Biuro Organizacji Konferencji	Wzrost liczby wspólnych działań w relacji UAM-Fundacja	Odpowiednie jednostki organizacyjne UAM
3.5.	Wsparcie organizacyjne konferencji naukowych UAM - Działania ciągłe	jw.	Biuro Organizacji Konferencji	Zwiększenie efektywności kosztowej i organizacyjnej konferencji UAM	Dział Nauki UAM
3.6.	Popularyzacja wiedzy i osiągnięć naukowych na terenie Fundacji - od 2020	jw.	Dział Komunikacji i Marketingu oraz Laboratorium Wyobraźni	Wzrost świadomości społeczności Poznania i regionu nt. osiągnięć naukowych UAM	Dział Nauki, Centrum Marketingu UAM

Diagnoza

Główne wyzwania

Plan strategiczny odpowiada na najważniejsze wyzwania wynikające z przeprowadzonych analiz oraz dyskusji pomiędzy przedstawicielami władz uczelni, członkami Rady Nadzorczej oraz Zarządu Fundacji. Wnioski z nich można podsumować w postaci czterech pytań strategicznych:

1. Jak zwiększyć widoczność i skalę efektów rozproszonego wsparcia finansowego Fundacji na rzecz UAM?
2. Jak zwiększyć korzyści Uniwersytetu z kompetencji i renomy Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego prowadzonego przez Fundację?
3. Jak pozyskiwać środki na rozwijanie działalności statutowej, np. nowych programów stypendialnych, w założeniach spójnych z celami statutowymi Fundacji i misją PPNT?
4. Jak wypracować spójny wizerunek Fundacji i Parku?

Analiza SWOT

Diagnoza przeprowadzona dla celów niniejszego planu (opisana w dalszej części dokumentu) pozwoliła na zidentyfikowanie istotnych czynników wewnątrz Fundacji, w relacji z Uniwersytetem oraz w otoczeniu dalszym, które zaliczone zostały do: mocnych stron, słabych stron, szans i zagrożeń.

W dyskusji z interesariuszami – przedstawicielami Rady Nadzorczej dokonano oceny siły wpływu każdego czynnika na organizację, przewidywanej tendencji dla czynnika w perspektywie czasowej niniejszego planu oraz wagi czynnika dla strategii. Zawężało to pole analizy do trzech najbardziej istotnych czynników w 4 powyższych kategoriach. Następnie ocenione zostały zależności pomiędzy czynnikami w macierzy SWOT (co ilustruje tabela poniżej).

		Szanse			Zagrożenia		
		Wiele działań zaplanowanych w Strategii UAM, do których Fundacja ma odpowiednie kompetencje i może być pomocna	Porozumienie o współpracy pomiędzy Fundacją UAM a Uniwersytetem wytycza kierunki współpracy, które w świetle planowanej zmiany organizacyjnej uczelni otwiera nowe możliwości	Możliwość aplikowania w szerokiej gamie konkursów o środki zewnętrzne	Zwiększające się tendencje w dużych przedsiębiorstwach do planowania strategicznego wydatków na sponsoring i łączenia ze strategiami CSR - trudność w uzyskiwaniu finansowania ad hoc	Rosnąca konkurencja w działalności usług badawczych i Data Center będących podstawą przychodów Fundacji	Trudności z dostępem do informacji o technologii/wiedzy na UAM, które można komercjalizować, stosunkowo niskie zainteresowanie usługami Fundacji ze strony naukowców UAM
Mocne strony	Stabilne zyski z działalności gospodarczej, pozwalające na finansowanie większości działań statutowych ze środków własnych						
	Długoletnie tradycje programów stypendialnych - dobre rozpoznanie problematyki prawnej i podatkowej, potencjał do budowania zaufania potencjalnych darczyńców	x		x	x		
	Znaczący majątek (teren przy ul. Rubież, budynki, laboratoria) i dywersyfikacja źródeł przychodów		x				
Słabe strony	Słaba rozpoznawalność marki i działalności Fundacji w środowisku UAM, nieporozumienia związane z wielością marek (UAM, FUAM, PPNT)		x				
	Rozproszenie działalności statutowej utrudniające kreowanie spójnego wizerunku Fundacji, jako wspierającej naukę, innowacje i przedsiębiorczość						
	Niekorzystna relacja efektu promocyjnego w stosunku do zaangażowania personelu wielu wydarzeń prowadzonych w ramach działalności statutowej (np. Verba Sacra, Wykłady na Zamku)						

Tabela 1. Relacje pomiędzy najistotniejszymi czynnikami SWOT

Mocna strona w postaci tradycji programów stypendialnych może posłużyć do wykorzystania szansy większego włączenia się Fundacji w realizację strategii UAM. Ponadto, dzięki tej mocnej stronie, Fundacja może również wykorzystać szansę, jaką są możliwości aplikowania o dofinansowanie w ramach różnych programów bądź też współpracy z przedsiębiorstwami poprzez wpisanie się w ich politykę CSR, aby rozszerzyć ofertę stypendiów.

Zasoby materialne i kadrowe, jakie posiada Fundacja, wzmacniają szansę na pełną realizację postanowień Porozumienia Fundacji z UAM. Ta sama mocna strona powinna również posłużyć do zniwelowania zagrożenia związanego z trudnościami w dostępie do informacji o wiedzy i technologii na UAM.

Z kolei w zniwelowaniu problemów wynikających ze słabej rozpoznawalności marki powinno pomóc pełne wdrożenie postanowień Porozumienia Fundacji z UAM, także w świetle planowanej zmiany organizacyjnej uczelni.

Najbardziej istotne znaczenie dla działalności Fundacji na rzecz Uniwersytetu ma wypracowanie modelu współpracy w trzech obszarach: komercjalizacji, wsparcia uczelni w budowaniu kompetencji miękkich wśród studentów 1 i 2 stopnia oraz w tworzeniu Szkoły Doktorskiej a także zwiększenia rozpoznawalności stypendiów.

Analiza otoczenia

Analiza porównawcza działalności innych fundacji uniwersyteckich w Polsce

Na posiedzeniu Rady Nadzorczej dnia 4 stycznia 2018 roku przedstawiono pełen raport z badania działalności 14 fundacji działających na rzecz uniwersytetów zrzeszonych w Konferencji Rektorów Uniwersytetów Polskich.

Z analizy wynika, że Fundacja UAM jest jedyną fundacją uniwersytecką w kraju, która swoje cele statutowe realizuje w dużej mierze poprzez działalność parku naukowo-technologicznego. Skala i rentowność prowadzonej działalności gospodarczej, rozmach działalności projektowej i niespotykany w przypadku innych fundacji zakres inicjatyw statutowych na rzecz macierzystej Uczelni, plasuje ją w czołówce porównywanych fundacji w Polsce. Zaledwie trzy z badanych fundacji prowadzą w sposób regularny programy stypendialne. Co ciekawe, wszystkie z tych programów mają charakter socjalny, tzn. są skierowane do studentów, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji materialnej.

W analizie zidentyfikowano szereg dobrych praktyk i rekomendacji.

1. Nawiązanie współpracy z partnerem biznesowym lub fundacją korporacyjną, na wzór współpracy Fundacji Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego (FRUG) i Fundacji LOTOS/ Grupy LOTOS.

Proponowany model: nawiązanie współpracy z firmą, która w swoją politykę CSR ma wpisane wsparcie działań popularyzujących naukę, edukację dzieci i młodzieży, wyrównywanie szans w dostępie do wiedzy i edukacji, popularyzację nauk ścisłych itp.

REKOMENDOWANE DZIAŁANIA:

- › Aktywne poszukiwanie sponsora strategicznego.
- › Rozwijanie działalności Laboratorium Wyobraźni i zwiększenie nakładów na promocję marki LW, nagłośnienie działalności i oferty Laboratorium Wyobraźni w mediach.

- › Kontynuacja działań zmierzających do profesjonalizacji i standaryzacji wszystkich programów stypendialnych Fundacji UAM. Wizyta studyjna przedstawicieli FUAM w siedzibie FRUG i skorzystanie z doświadczeń FRUG we współpracy z partnerem korporacyjnym.
2. Rozwijanie oferty Laboratorium Wyobraźni i pogłębianie współpracy z kołami naukowymi UAM. Pole do inspiracji w tym zakresie może stanowić działalność Fundacji Amicus UMC.

REKOMENDOWANE DZIAŁANIA:

- › Wizyta studyjna przedstawicieli FUAM w Fundacji Amicus UMC i wymiana doświadczeń z obszaru popularyzacji wiedzy, jak również współpracy z kołami naukowymi i innych ciekawych form działalności na rzecz społeczności akademickiej.

Wnioski do SWOT

M. Długoletnie tradycje programów stypendialnych - dobre rozpoznanie problematyki prawnej i podatkowej, potencjał do budowania zaufania potencjalnych darczyńców. Brak doświadczeń i wyraźnych sukcesów w działalności fundraisingowej

Sz. Zwiększająca się świadomość problemów pozyskiwania "talentów" (młodych, wykształconych pracowników) przez duże przedsiębiorstwa i konieczności inwestowania w programy staży, praktyk, stypendiów, akceleracji dla start-upów itp.

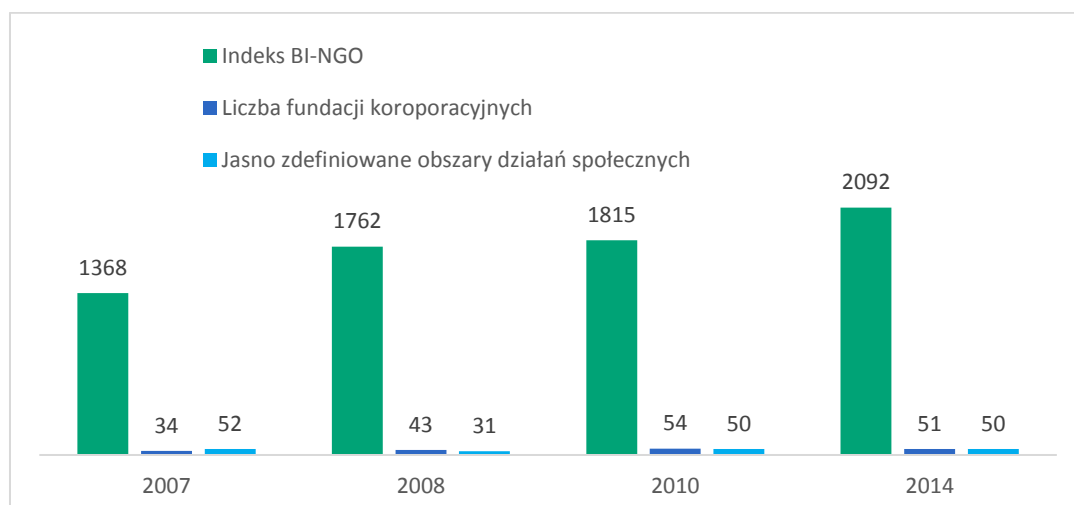
M. Wieloletnie doświadczenie podnoszące wiarygodność instytucji - połączenie tradycji z nowoczesnym działaniem

Analiza trendów działalności sponsoringowej wśród przedsiębiorstw

Ostatnie kilkanaście lat przynosi dynamiczny rozwój działalności niezarobkowej polskich przedsiębiorstw w obszarze odpowiedzialnego biznesu (CSR – *Corporate Social Responsibility*). Badaniem tego rodzaju działalności zajmują się m.in.:

- › Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości;
- › Fundacja CentrumCSR.PL;
- › Francusko-Polska Izba Gospodarcza;
- › Giełda Papierów Wartościowych – w odniesieniu do spółek notowanych na giełdzie;
- › Międzynarodowe firmy konsultingowe.

Wszystkie badania ww. instytucji wykazują od lat stały wzrost zaangażowania przedsiębiorstw w działalność CSR. Dla przykładu, w latach 2007-2011 prowadzono corocznie tzw. Indeks BI-NGO 2010 – badanie na podstawie informacji zawartych na stronach internetowych firm z listy 500 dziennika Rzeczpospolita. Dodatkowy raport opublikowano za rok 2014. Wykazywały one systematyczny wzrost ogólnego indeksu.



Rysunek 1. Zestawienie danych z indeksu BI-NGO 2007-2014

Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie od 2009 r. prowadzi indeks spółek odpowiedzialnych: RESPECT Index. Indeks ten z jednej strony identyfikuje spółki „zarządzane w sposób odpowiedzialny i zrównoważony”, ale też wykazuje atrakcyjność inwestycyjną takich spółek. Indeks jest obliczany w sposób ciągły i publikowany na podobnych zasadach jak pozostałe indeksy giełdowe. W grudniu 2017 roku GPW ogłosiła, że w skład indeksu wchodzi 28 spółek odpowiedzialnych łącznie. Od początku istnienia indeksu czyli od 2009 roku do grudnia 2017 r., zwiększył on swoją wartość o 85 proc. W tym czasie indeks szerokiego rynku WIG wzrósł o 59 proc. a WIG20 zyskał 3,5 proc.³

Raport PARP z 2011 wskazuje na niezbyt wysokie, ale istniejące zaangażowanie przedsiębiorstw w sponsoring naukowy. Świadomość przedsiębiorców z grupy ogólnopolskiej w kontekście sponsoringu naukowego i wynikających z niego korzyści dla firmy jest bardzo niska. Zaledwie co dziesiąta firma współpracuje bądź współpracowała w ostatnich 2 latach z jednostką naukową, akademicką lub ośrodkiem badawczo-rozwojowym. Co dwudziesta z firm z próby ogólnopolskiej sponsoruje bądź sponsorowała w ostatnich 2 latach poprzez granty, stypendia studenckie, doktoranckie, czy naukowe działalność badawczo-rozwojową, mającą na celu opracowanie innowacyjnych produktów/technologii. Wśród beneficjentów [Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka] świadomość obopólnych korzyści wynikających ze współpracy pomiędzy światem biznesu i nauki jest znacznie wyższa – 62% firm deklaruje, że w minionych 2 latach współpracowało lub współpracuje z jednostką naukową, akademicką czy ośrodkiem B+R. Co czwarta z firm wsparła działalność badawczo-rozwojową w minionych 2 latach⁴.

Raport ewaluacyjny PARP programu promującego zaangażowanie w CSR jako czynnika wzrostu gospodarczego w regionach wskazuje na korzyści jakie osiągają przedsiębiorstwa z CSR, zwłaszcza w obszarze badań i innowacyjności. „Dzięki działaniom zrealizowanym w obszarze CSR, 52% przedsiębiorstw wprowadziło nowe produkty (towary lub usługi), 46% przedsiębiorstw rozwinęło nowe obszary działalności, 57% firm pozyskało nowych klientów, a w 22% przedsiębiorstw odnotowano zmniejszenie kosztów działalności.”⁵

Wnioski do SWOT

Sz. Rosnąca skłonność dużych przedsiębiorstw do prowadzenia planowanej działalności CSR, funkcjonowanie fundacji korporacyjnych zasilanych pieniędzmi dużych przedsiębiorstw

Sz. Wzrastające wydatki na B+R w przedsiębiorstwach, w tym zlecenia badawcze dla instytucji sektora nauki

Z. Zwiększające się tendencje w dużych przedsiębiorstwach do planowania strategicznego wydatków na sponsoring i łączenia z strategiami CSR - trudność w uzyskiwaniu finansowania ad hoc

³ Por. informacje GPW <http://respectindex.pl/>

⁴ Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2011, s. 198.

⁵ Ewaluacja programu „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Raport Końcowy, Polska Agencja Rozwoju przedsiębiorczości, Warszawa 2015, s.4.

Analiza zmian otoczenia prawnego w świetle wejścia w życie tzw. *Konstytucji dla Nauki*

1 października 2018 r. weszło w życie nowe Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce zwane też „Konstytucją dla Nauki”⁶; tworzy ono nowy, istotny element otoczenia prawnego dla działalności Fundacji i współpracy z Uniwersytetem.

Analiza zapisów ustawy pozwala sformułować pewne szanse i zagrożenia dla perspektywy działań Fundacji.

1. Pracownicy Fundacji, posiadający kompetencje i doświadczenie mogą prowadzić zajęcia na uczelni. Z drugiej strony Fundacja jako „inna instytucja naukowa” może być partnerem uczelni w procesie dydaktycznym (na podstawie pisemnej umowy). Jest to szansa i pozostaje pytanie czy ma to stanowić perspektywiczny kierunek rozwoju dla Fundacji ?!
2. Fundacja może finansować stypendia studentom i doktorantom, ale jedynie za wyniki w nauce i sporcie. Ponadto konieczne jest zatwierdzenie przez ministra zasad ich przyznawania. Powszechne stypendia dla doktorantów i nowa organizacja studiów doktoranckich zmieniają również podejście władz uczelni do stypendiów Fundacji. Jednocześnie Fundacja może współpracować z uczelnią w kształceniu doktorantów. Pozostaje zagrożenie w stosunku do obecnego programu stypendialnego i konieczność zmiany w polityce stypendialnej Fundacji. I szansa na udział w realizacji szkół doktorskich.
3. Uczelnię czeka prawdopodobnie duża zmiana organizacyjna (nowa struktura, nowe wydziały, nowe umiejscowienie wydziałów w strukturze). To wpłynie na dotychczasowe, obowiązujące zapisy regulaminów i będzie wymagało ich dostosowania do nowej sytuacji (2019).
4. Uczelnia może tworzyć spółki kapitałowe wspólnie z innymi podmiotami (czyli np. z Fundacją) w celu zarządzania infrastrukturą badawczą. Jest to szansa na nowy kierunek współpracy. Czy obie strony chcą wykorzystać taką szansę?
5. Fundacja może być nadal „inną” jednostką naukową, jakkolwiek bez dotacji statutowej. Jest to zagrożenie dla działalności badawczej Fundacji w perspektywie po 2020 roku.
6. Uczelnia może wejść w federację z inną uczelnią/uczelniami.
W takiej sytuacji zasadniczej zmianie ulegnie statut Fundacji jak i jej działalność. Jest to z jednej strony zagrożenie a z drugiej szansa dla Fundacji.
7. W nowym ustroju uczelnia w znacznie większym stopniu będzie zależna od decyzji silnie umocowanego Rektora. Osobowość, plany i ambicje Rektora uczelni w kadencji 2020-2024 będą bardziej decydowały o działalności i postrzeganiu Fundacji niż dotychczasowe aspekty historyczne czy zwyczajowe.
Jest to zagrożenie dla Fundacji, które można przekuć w szansę.
8. Wypracowane i podpisane porozumienie pomiędzy Fundacją UAM a Uniwersytetem nadal wytycza kierunki współpracy, które w świetle zmieniającego się prawa wymagają jedynie nieznacznych korekt i poprawek.
W takim rozumieniu nie ma zagrożeń dla w/w współdziałania.

⁶ Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, (Dz.U. 2018, poz. 1668).

Wnioski do SWOT

Sz. Planowane w "Konstytucji dla Nauki" zapisy umożliwiające Fundacji uczestniczenie w procesie dydaktycznym

Sz. Pojawiająca się w projekcie "Konstytucji dla Nauki" możliwość udziału Fundacji w realizacji szkół doktorskich

Sz. Planowana w "Konstytucji dla Nauki" możliwość tworzenia spółek kapitałowych uczelni z innymi podmiotami (czyli np. z Fundacją) w celu zarządzania infrastrukturą badawczą

Z. Planowana "Konstytucja dla Nauki" daje możliwość Fundacji utrzymania statusu "innej jednostki naukowej", jakkolwiek bez dotacji statutowej

Z. Zapisy w projekcie "Konstytucji dla Nauki" zawężające możliwości finansowania stypendiów dla studentów i doktorantów jedynie za wyniki w nauce i sporcie, jednakże po zatwierdzeniu przez ministra zasad ich przyznawania

Z. Uczelnię czeka prawdopodobnie duża zmiana organizacyjna (nowa struktura, nowe wydziały, nowe umiejscowienie wydziałów w strukturze), co musi pociągnąć zmiany w regulaminach i dokumentach o współpracy z Fundacją

Sz. Porozumienie o współpracy pomiędzy Fundacją UAM a Uniwersytetem wytycza kierunki współpracy, które w świetle planowanej zmiany organizacyjnej uczelni otwiera nowe możliwości współpracy

Analiza potrzeb Uniwersytetu

Zadania strategiczne UAM, w których pożądanym jest wsparcie Fundacji

Na podstawie analizy Kart Strategicznych Strategii Rozwoju Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu na lata 2009-2019 oraz Zarządzenia nr 199/2017/2018 Rektora Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu z dnia 11 kwietnia 2018 roku w sprawie określenia priorytetowych celów strategicznych, wsparcie Fundacji UAM w działalności uczelni może obejmować nowe obszary wynikające z założeń celów operacyjnych:

3.1.2.2. *Opracowanie i realizacja interdyscyplinarnego projektu: „Aktywizacja kampusu Morasko” – propozycja budowania koncepcji miejsca, uwzględniającej m.in. sytuowanie na Morasku wydarzeń artystycznych, popularno-naukowych, kulturalnych, sportowo-rekreacyjnych, które podnoszą społeczną atrakcyjność tego miejsca.*

3.3.1.2. *Promocja i zapewnienie ochrony patentowej (w kraju i zagranicą)*

3.3.2.4. *Opracowanie programu wsparcia spin-offów (firm odpryskowych) na Uczelni (fundusz specjalny) i jego realizacja*

3.3.3.3. *Rozwijanie wolontariatu studenckiego w jednostkach zewnętrznych*

3.6.1. *Wspieranie zespołów badawczych integrujących przedstawicieli środowiska naukowego Poznania*

Cel priorytetowy 2.2. Wdrożenie strategii promocji nauki i wyników badań naukowych i jej powiązanie z promocją UAM

Cel priorytetowy 4.3. Zwiększenie współpracy z lokalną administracją, gospodarką i biznesem w zakresie badań naukowych

Cel priorytetowy 4.4. Poszerzanie dostępu do zasobów uniwersyteckich dzięki digitalizacji zbiorów naukowych, dydaktycznych i związanych z kulturą.

Wnioski do SWOT

Sz. Wiele działań zaplanowanych w Strategii UAM, do których Fundacja ma odpowiednie kompetencje i może być pomocna np. 3.3.1.2. Promocja i zapewnienie ochrony patentowej (w kraju i zagranicą); 3.3.2.4. Opracowanie programu wsparcia spin-offów (firm odpryskowych) na Uczelni (fundusz specjalny) i jego realizacja; Cel priorytetowy 4.3. Zwiększenie współpracy z lokalną administracją, gospodarką i biznesem w zakresie badań naukowych

Skala wsparcia Fundacji w relacji do odpowiednich pozycji budżetowych UAM

Sprawozdania z działalności statutowej Fundacji wykazują rokrocznie wartość tej działalności w wolumenie ok. 2 mln złotych. Można uznać za uprawnione zestawianie działalności statutowej Fundacji z przychodami uczelni o tyle, że jako wsparcie na rzecz Uniwersytetu stanowi ono swoisty dodatkowy wkład w „budżet” uczelni. Skala tego wkładu w całości przychodów uczelni jest niewielka (ok. 0,3%). Dlatego też do tego porównania konieczne jest zestawianie poszczególnych rodzajów wydatków na działalność statutową do odpowiadających im funduszy lub pozycji budżetowych uczelni. Tak sporządzone porównanie wyraźnie wskazuje na potencjał oddziaływania programów stypendialnych Fundacji dla doktorantów.

Niestety nie są dostępne porównywalne dane na temat funduszy Uniwersytetu analogicznych merytorycznie do finansowanych corocznie działań poprzez tzw. Fund_Akcję.

Poniższa tabela zestawia również skalę przychodów pochodzących ze współpracy z biznesem, która wykazuje specjalizację Fundacji w tej dziedzinie. Specjalizację taką umożliwiają kompetencje i doświadczenie prowadzonego przez Fundację Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego.

Rodzaj pozycji finansowej	Okres	UAM [tys. zł]	Fundacja [tys. zł]	Relacja Fundacja/UAM w %
Przychody uczelni	Suma 2015-2017	2 104 230⁷	5 947⁸	0,3%
	2017	701 296	1 873	0,3%
	2016	701 686	2 216	0,3%
	2015	701 248	1 858	0,3%
Stypendia dla studentów i doktorantów	Suma 2015-2017	93 4859	1 625	0,3%
	2017	28 698	519	1,8%
	2016	31 585	521	1,6%
	2015	33 202	585	1,8%
Stypendia dla doktorantów	Suma 2015-2017	6 230¹⁰	924	14,8%
	2017	2 084	271	13%
	2016	2 073	295	14%
	2015	2 073	358	17%
Przychody ze współpracy nauka-biznes	Suma 2015-2017	18 527¹¹	35 097¹²	189,4%
	2017	8 885	12 142	137%
	2016	4 051	11 313	279%
	2015	5 591	11 642	208%

Tabela 2. Porównanie pozycji sprawozdań finansowych UAM z odpowiadającymi im pozycjami sprawozdań z działalności Fundacji w latach 2015-2017

⁷ Źródło: Roczne sprawozdania UAM do GUS: F-01/s, Sprawozdanie o przychodach, kosztach i wyniku finansowym szkół wyższych, poz. I.01, <https://bip.amu.edu.pl/sprawozdania-finansowe>

⁸ Po stronie Fundacji wartość działalności statutowej na rzecz uczelni

⁹ Roczne sprawozdania UAM do GUS..., pozycja II. 12+13+14+15+17+51.

¹⁰ Roczne sprawozdania UAM do GUS ...: pozycja II.17.

¹¹ Sprzedaż pozostałych prac i usług badawczych i rozwojowych w: Roczne sprawozdania UAM do GUS... pozycja I.21.

¹² Sprzedaż usług badawczych i specjalistycznych PPNT Fundacji

Wnioski do SWOT

- M.** Stabilne zyski z działalności gospodarczej, pozwalające na finansowanie większości działań statutowych ze środków własnych
- M.** Umiejętności i doświadczenie w sprzedaży usług badawczych
- S.** Relacja wolumenu działalności statutowej względem budżetu Uczelni na poziomie 0,3%
- Z.** Trudność w rozpoznawaniu potrzeb na uniwersytecie, które mają skalę odpowiadającą możliwościom Fundacji i jednocześnie duży potencjał oddziaływania na UAM. Brak dostępu do materiałów i danych w tym zakresie, zbyt wysokie koszty zbierania danych pierwotnych w tak dużej organizacji zewnętrznej

Główne wnioski z wywiadów z członkami Rady Nadzorczej Fundacji UAM

Na przełomie 2017 i 2018 roku przeprowadzone zostały wywiady indywidualne z 9 członkami Rady Nadzorczej Fundacji, w tym Kolegium Rektorskiego uczelni. Tematem rozmów była identyfikacja potrzeb uczelni, pożądaných kierunków działalności Fundacji oraz wykorzystania dorobku Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego prowadzonego przez Fundację. Przeprowadzone wywiady były też ważnym elementem procesu wzajemnego zrozumienia oczekiwań i możliwości w kontekście przygotowywanego Planu. Najważniejsze wnioski najlepiej ilustrują wypowiedzi respondentów. Poniżej cytujemy oryginalne wypowiedzi, które zostały sformułowane w odpowiedzi na pytania postawione w wywiadach:

‘Rozwój Fundacji poprzez rozwój działalności Parku, gdyż przyszłość Fundacji to przyszłość Parku.’

‘Budżet Fundacji zawsze będzie kroplą w porównaniu do budżetu całej uczelni, dlatego oddziaływanie na UAM poprzez pieniądze nie przyniesie większego sukcesu. Pytanie osób z UAM o wydatki, które mogłyby zmienić znacząco sytuację, wydaje się mało rozwojowe. Fundacja powinna w pierwszej kolejności ustalić dla siebie priorytetowe działania, które przełożą się na wzmocnienie wizerunku Fundacji na uczelni. Fundacja/Park może zostać ważnym partnerem dla UAM, kiedy poprowadzi w taki sposób działania wizerunkowe, że będzie ważnym, cenionym przez innych (firmy, urzędy, inne uczelnie, inne parki itp.) graczem w dziedzinie innowacji w Wielkopolsce. Wówczas jest szansa, że UAM również będzie lepiej postrzegał Fundację. Podsumowując, drogą nie jest oddziaływanie na UAM poprzez pieniądze, lecz poprzez wspólne wartościowe działania dla całego regionu np. na rzecz komercjalizacji wiedzy. W momencie gdy Fundacja poprzez Park wzmocni swoją pozycję w regionie, wzmocni ją również na UAM.’

Organizacja/dwie marki

1. Słowo fundacja kojarzy się przeciętnemu obywatelowi z działalnością charytatywną, a nie z innowacjami i nowoczesnymi technologiami. Firmy zazwyczaj nie komunikują swojej formy prawnej tj. sp. z o.o. czy S.A. Łączenie w odbiorze społecznym obu marek jest zbyt karkołomnym przedsięwzięciem, gdyż ludzka percepcja jest bardzo ograniczona, a w obecnych czasach mniej znaczy więcej.
2. Warto zastanowić się na rozdzieleniu FUAM od PPNT.
3. Rozdzielenie (perspektywicznie) PPNT od Fundacji i połączenie PPNT z CZT (podobne obszary i modele działalności) - nowa jednostka badań aplikacyjnych i transferu technologii dla całego UAM.

Relacje z UAM

4. Należy bardziej promować Fundację i Park wewnątrz UAM.
5. Wspólne przedsięwzięcia UAM-FUAM.
6. Umiędzynarodowienie UAM oraz wzrost mobilności doktorantów.

7. Fundacja powinna skupić się na promowaniu najlepszych np. poprzez utworzenie funduszu na wsparcie geniuszy.
8. Kontynuacja i rozwój programu FUND_AKCJA.
9. Stypendia powinny być ściśle związane z działalnością PPNT i można wręcz ustanowić stypendia dedykowane dla „specjalisty”, który rozwiąże problem będący przedmiotem badań/zlecenia realizowanego w PPNT, lub rozwinie nową specjalizację. Może zasadnym byłoby rozdzielanie takiego wsparcia na dwa strumienie: stypendia dla najwybitniejszych i spektakularne staże w PPNT (3-6 miesięcy a może dłuższe) dobrze płatne, w ramach których uzdolnieni studenci (doktoranci) realizują badania lub biorą udział w projektach z PPNT.
10. Większy wolumen świadczeń dla UAM (programy rozwojowe), wsparcie UAM w obszarze badawczym (granty na granty dla młodych pracowników UAM; małe granty badawcze).
11. Księgarnie należy zamknąć lub zamienić na inną formułę, np. kluby promocji książki naukowej.
12. Dyskusyjne jest dalsze wspieranie Stowarzyszenia Absolwentów. Bardziej zasadne byłoby wsparcie dla Biura Karier.

Nauka

13. Usługi badawczo-rozwojowe w zakresie rozwijania nowych technologii w różnych dziedzinach, współpraca z innymi instytucjami, w tym z różnymi uczelniami.
14. Rozwój centrów badawczych

Przedsiębiorczość w PPNT

15. Wspieranie przedsiębiorczości: zajęcia ze studentami; program rozwoju młodych talentów.
16. Synergia ze stypendystami FUAM.

Komercjalizacja badań

17. Wspieranie transferu technologii i wdrożeń.
18. Pełnienie roli CTT dla UAM.
19. Wsparcie procesu ochrony własności intelektualnej (ochrony patentowej).
20. Szukanie inwestorów do funduszu załóżkowego PPNT.

Popularyzacja wiedzy

21. Wzmocnienie działań popularyzujących wiedzę – ściślejsza współpraca między Laboratorium Wyobraźni a Kolorowym Uniwersytetem.

Współpraca regionalna

22. Zainicjowanie sieci różnych instytucji otoczenia biznesu w Wielkopolsce w celu zwiększenia ich rozpoznawalności i promocji portfolio usług. Może PPNT jako najstarszy Park w Polsce stałby się animatorem wielkopolskiego ekosystemu innowacji?

Powyższe stwierdzenia stanowią autorskie wypowiedzi członków Rady Nadzorczej i nie są oficjalnym stanowiskiem autorów tekstu niniejszego Planu.

Wnioski do SWOT

M. Organizacja laboratorium C14 jako modelowy przykład współpracy w prowadzeniu działalności gospodarczej z wykorzystaniem sprzętu laboratoryjnego będącego własnością UAM

S. Słaba rozpoznawalność marki i działalności Fundacji w środowisku UAM, nieporozumienia związane z wielością marek (UAM, FUAM, PPNT)

S. Niekorzystna relacja efektu promocyjnego w stosunku do zaangażowania personelu wielu wydarzeń prowadzonych w ramach działalności statutowej (np. Verba Sacra, Wykłady na Zamku) angażujących personel Fundacji, które dają niewielki efekt wizerunkowy dla Fundacji, czasem nawet dla UAM

M. Elastyczność organizacyjna i forma prawna fundacji pozwalająca na różnorodność działań i reagowanie na nietypowe potrzeby uczelni

Analiza wewnętrzna

Analiza dotychczasowej działalności statutowej i potencjału Fundacji

Działalność statutowa Fundacji na rzecz UAM jest bardzo szeroka i rozproszona. Obejmuje zarówno programy stypendialne (naukowe, sportowe i socjalne), jak i wsparcie różnorodnych inicjatyw społeczności akademickiej, a także projekty popularyzujące wiedzę (Uniwersyteckie Wkłady na Zamku, Poznański Festiwal Nauki i Sztuki), czy kulturę i sztukę (Festiwal Sztuki Słowa Verba Sacra, Nagroda Literacka im. Adama Mickiewicza). Pomimo bardzo szerokiej grupy beneficjentów, marka Fundacji jest słaba i mało rozpoznawalna, a wiele realizowanych działań kojarzonych jest z Uniwersytetem, a nie z Fundacją (istnieje wręcz przekonanie, że to Uniwersytet wspiera Fundację, a nie odwrotnie). Działania promocyjne wymagają intensyfikacji. Zasadne wydaje się budowanie marki, która będzie kojarzona z finansowaniem jasno sprofilowanych przedsięwzięć (takich jak stypendia dla najzdolniejszych, popularyzacja wiedzy, wspieranie przedsiębiorczości i komercjalizacji wiedzy).

Analizie zostały poddane kluczowe działania statutowe Fundacji UAM, tj. te realizowane cyklicznie i związane z przepływami finansowymi pomiędzy FUAM a UAM. Podstawą opracowania były roczne sprawozdania działalności statutowej Fundacji za lata 2015, 2016, 2017.

Stypendia

Najstarszym programem stypendialnym, realizowanym przez Fundację UAM nieprzerwanie od 1999 roku są „Stypendia im. dr Jana Kulczyka” (dawniej „Stypendia im. Rodziny Kulczyków”). Dzięki darowiźnie przekazanej Fundacji UAM przez Państwa Kulczyk, Fundacja od blisko 20 lat wspiera finansowo wyjątkowo zdolnych studentów i doktorantów. Za rekrutację stypendystów odpowiada Uniwersytet im. A. Mickiewicza. Począwszy od roku 2015 program stypendialnym realizowany jest we współpracy z Kulczyk Foundation.

W ramach tego programu stypendialnego w latach 1999-2017 Fundacja UAM wypłaciła stypendia w łącznej wysokości 1 811 900,00 a w analizowanym okresie, tj. w latach 2015-2017 w wysokości 243 900,00 zł. Z programu stypendialnego skorzystało już w sumie 164 stypendystów (w okresie 1999-2017).

Z inicjatywy śp. Jana Kulczyka, począwszy od roku 2014 Fundacja UAM, początkowo we współpracy z Kulczyk Holding, obecnie wspólnie z Kulczyk Foundation, wspiera studentów UAM pochodzących z Ukrainy. Wypłaca im jednorazowe stypendia w wysokości 3 000 zł. Środki na ten cel pochodzą z darowizn przekazywanych Fundacji UAM przez Kulczyk Foundation. Dotychczas z tej formy wsparcia skorzystało 200 studentów z Ukrainy, w badanym okresie: 150 studentów.

Bardzo istotnym programem stypendialnym, finansowanym w 100% ze środków pochodzących z prowadzonej przez Fundację UAM działalności gospodarczej, są „Stypendia dla Doktorantów UAM”. Program realizowany jest od 2008 roku. Skorzystało z niego dotychczas 165 doktorantów UAM, którym Fundacja UAM przyznała stypendia w łącznej wysokości 2 328 000,00 zł, a w analizowanym okresie, tj. w latach 2015-2017 w kwocie 676 500,00 zł.

Finansowanie inicjatyw uczelnianych

Ponadto, od początku swego istnienia, Fundacja UAM wspiera finansowo inicjatywy przedstawicieli środowiska akademickiego, którzy zwracają się do Fundacji z licznymi prośbami o dofinansowanie m.in. publikacji naukowych, organizacji konferencji, sympozjów, zjazdów, uroczystości jubileuszowych oraz udziału w tego typu wydarzeniach, działalności kół naukowych i organizacji studenckich, inicjatyw służących popularyzacji wiedzy i upowszechnianiu osiągnięć Uniwersytetu. Skala tego wsparcia na przestrzeni 25 letniej historii Fundacji UAM jest trudna do oszacowania, niemniej jak wynika ze sprawozdań finansowych Fundacji, w latach 2015-2017 opiewała ona na kwotę blisko 700 000,00 zł, tj. niemal 200 000,00 zł rocznie.

Mając na uwadze znaczącą wartość finansową tego wsparcia i konieczność systemowego zarządzania tym strumieniem pieniędzy kierowanym przez Fundację do Uniwersytetu, zmierzającym do obiektywnego wyboru najlepszych projektów, w 2016 roku Zarząd Fundacji podjął decyzję o dystrybuowaniu środków w drodze konkursu wniosków. Pierwszy konkurs pn. Fund_Akcja został ogłoszony w 2017 roku. W ramach dwóch edycji (2017, 2018) Fundacja dofinansowała 41 projektów, przeznaczając na ich wsparcie kwotę 237 400,00 zł.

Darowizny celowe

Niezależnie od ww. programów stypendialnych/programów wsparcia, realizowanych w drodze konkursów wniosków, Fundacja UAM, kierując się swoją misją i celami statutowymi, wspiera Uniwersytet, przyznając darowizny celowe, zwykle na prośbę Władz Rektorskich UAM. Jak wynika ze sprawozdań za lata 2015-2017, strumień tych środków jest porównywalny z budżetem programu Fund_Akcja i wynosi ok. 100 000,00 zł rocznie.

Wszystkie ww. programy, realizowane w sposób ciągły i systematyczny przez Fundację UAM prezentuje poniższa tabela. Zestawienie to nie uwzględnia kosztów osobowych ponoszonych przez Fundację UAM w związku z realizacją wymienionych przedsięwzięć. Przedmiotem niniejszej analizy nie są również projekty współfinansowane ze środków publicznych, takie jak Poznański Festiwal Nauki i Sztuki, Verba Sacra, czy Uniwersyteckie Wykłady na Zamku.

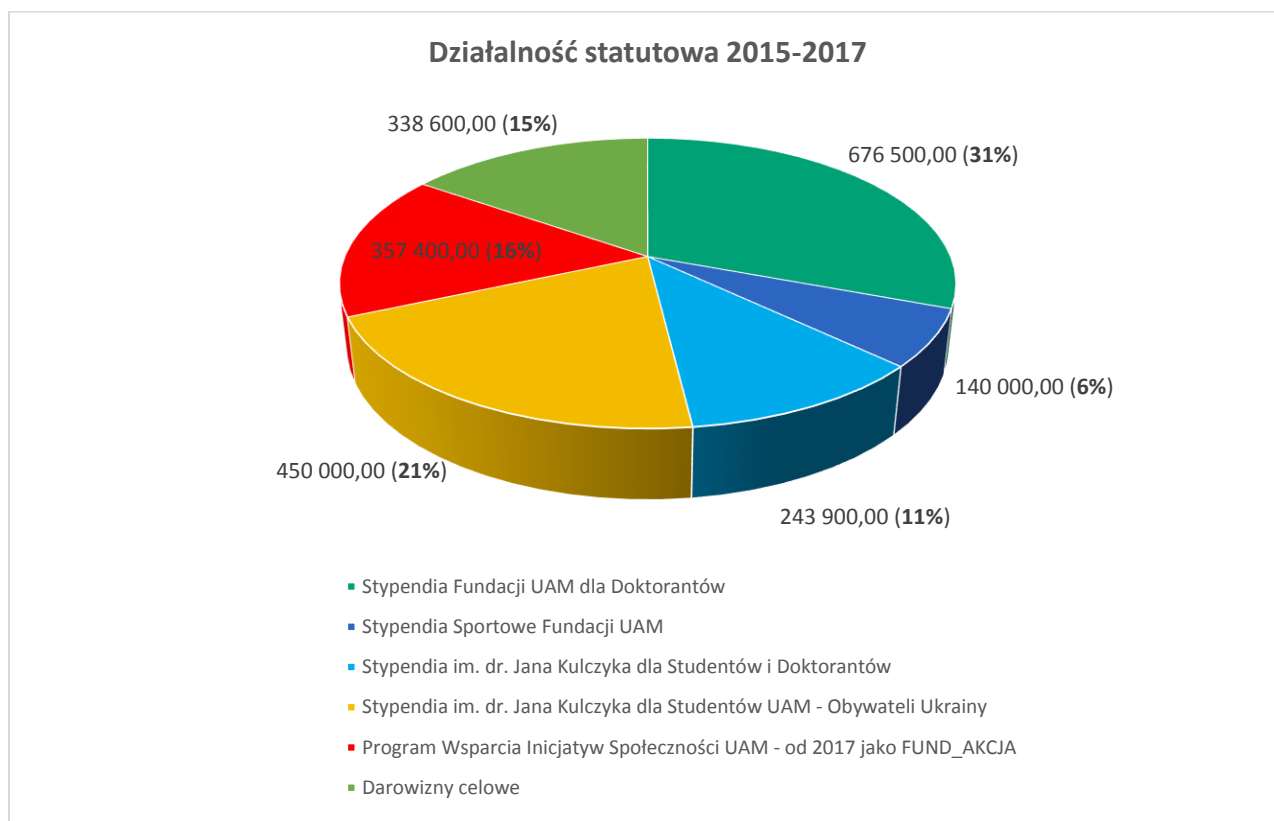
Nazwa programu	Od kiedy realizowany	Do kogo skierowany	Źródło finansowania	Wartość wypłaconych stypendiów w latach 2015-2017	Łączna wartość przyznanych stypendiów	Zasady przyznawania
Stypendia Fundacji UAM dla Doktorantów UAM	2008	Doktoranci UAM	Zysk z działalności gospodarczej Fundacji UAM	676 500	2 328 000	Zasady przyznawania stypendiów naukowych Fundacji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Stypendia Sportowe Fundacji UAM	2008	Studenci i Doktoranci UAM, reprezentujący UAM w zawodach sportowych	Zysk z działalności gospodarczej Fundacji UAM	140 000	450 000	Regulamin przyznawania stypendiów sportowych przez Fundację UAM
Stypendia im. dr. Jana Kulczyka dla Studentów i Doktorantów w UAM	1999	Studenci i doktoranci UAM	Darowizna (Jan i Grażyna Kulczyk)	243 900	1 955 900	Regulamin przyznawania stypendiów im. dr. Jana Kulczyka
Stypendia im. dr. Jana Kulczyka dla Studentów UAM- Obywateli Ukrainy	2014	Studenci UAM będący obywatelami Ukrainy	Darowizna Kulczyk Foundation	450 000	600 000	Zasady przyznawania stypendium im. dr. Jana Kulczyka dla studentów Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu – obywateli Ukrainy
Program wsparcia inicjatyw społeczność i UAM- od 2017 jako FUND_AKCJA	1999	Studenci, doktoranci, pracownicy naukowi, organizacje studenckie, koła naukowe itp.	Zysk z działalności gospodarczej Fundacji UAM	357 400	b/d	Regulamin Programu wsparcia inicjatyw społeczności Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu FUND_AKCJA
Darowizny celowe	1990	Społeczność UAM	Zysk z działalności gospodarczej Fundacji UAM	338 600	b/d	brak
Suma				2 206 400		

Tabela 3 Stałe programy Fundacji na rzecz Uniwersytetu w latach 2015-2017

Poniższy wykres prezentuje wartość środków, przeznaczonych przez Fundację w latach 2015-2017 na ww. programy, realizowane w ramach działalności statutowej.

Rysunek 2 Udział różnych rodzajów wydatków w całości działalności statutowej Fundacji



Jak wynika z powyższych zestawień, Fundacja UAM w latach 2015-2017, tylko w ramach programów stypendialnych, programów wsparcia i darowizn celowych, przekazała na rzecz UAM kwotę 3 125 000,00 zł. Niestety rozpoznawalność marki Fundacji UAM na Uniwersytecie i świadomość społeczności UAM n/t skali tego wsparcia wciąż są niewystarczające.

Zwiększanie rozpoznawalności działalności statutowej Fundacji

Konsekwentne wprowadzanie przez Zarząd Fundacji trybów konkursowych, aktualizacja regulaminów programów stypendialnych, wprowadzenie elektronicznego naboru wniosków sprawiło, że programy Fundacji są coraz lepiej rozpoznawalne. Bardzo ważny krok w tym kierunku stanowiło ustanowienie przez Zarząd Fundacji w 2016 roku konkursu Fund_Akcja, który dzięki szerokiej akcji promocyjnej i informacyjnej wśród społeczności akademickiej został bardzo dobrze przyjęty i kojarzony z Fundacją. Dodatkową wartością tego programu jest zaangażowanie jego laureatów w inne działania Fundacji i Parku, np. Piknik z Wyobraźnią, czy też poprzez inicjowanie współpracy z Laboratorium Wyobraźni. Do sukcesu tego programu z pewnością przyczyniło się zaangażowanie władz kanclerskich UAM w rozliczanie przyznanego dofinansowania.

Innym przykładem mocnej marki Fundacji są Stypendia Fundacji UAM dla Doktorantów, program od 10 lat kompleksowo realizowany przez Fundację UAM, począwszy od etapu rekrutacji, przez wyłonienie laureatów (we współpracy z przedstawicielami Władz Rektorskich UAM) aż po wypłatę stypendiów. Niewątpliwie potencjał do doskonalenia należy w tym przypadku upatrywać w budowaniu długofalowej relacji z laureatami. O braku takich relacji świadczy znikoma obecność laureatów, zaproszonych w maju 2016 r. na spotkanie ze stypendystami. Dużym krokiem w kierunku budowania marki Fundacji jako fundatora stypendiów było zorganizowanie uroczystości wręczenia stypendiów w 2017 roku, po raz

pierwszy w historii, na terenie PPNT. Spotkało się to z bardzo pozytywnym odbiorem ze strony stypendystów, którzy byli zaskoczeni szerokim spektrum działalności Fundacji i Parku.

Potencjał do doskonalenia w zakresie budowania wizerunku Fundacji i uświadamiania społeczności akademickiej, roli Fundacji w realizacji programów stypendialnych, dostrzega się w przypadku stypendiów im. dr. Jana Kulczyka. Współpraca z fundacją korporacyjną o bardzo silnej marce i ugruntowanej pozycji, jaką jest Kulczyk Foundation stanowi zarówno szansę, jak i zagrożenie. Szansą jest niewątpliwie duża wartość wizerunkowa w postaci współpracy z tak rozpoznawalną i dobrze kojarzoną fundacją. Natomiast zagrożeniem jest marginalizowanie roli Fundacji UAM w procesie realizacji programu stypendialnego u boku tak „silnego gracza”. Celem Fundacji UAM powinno być uczynienie z programów stypendialnych im. dr. Jana Kulczyka wzorcowych programów realizowanych wspólnie przez trzy instytucje: FUAM, UAM i Kulczyk Foundation.

Wnioski do SWOT

M. Możliwość finansowania inicjatyw oddolnych na UAM, w zakresie popularyzacji wiedzy, upowszechniania wyników badań, współpracy nauki i biznesu, inicjatyw kulturalnych w postaci Fund_Akcji, która uzupełnia lukę finansową, a jednolity program ułatwia promocję

S. Brak długotrwałych relacji z laureatami programów stypendialnych

S. Rozproszenie działalności statutowej (wiele działań, celów dofinansowania) utrudniające kreowanie spójnego wizerunku Fundacji, jako wspierającej naukę, innowacje i przedsiębiorczość

M. Wiele wydatków statutowych jest motywowanych uniknięciem borykania się z problemami biurokratycznymi przez UAM

S. Brak doświadczeń i wyraźnych sukcesów w działalności fundraisingowej

Potencjał PPNT jako przedstawiciela UAM ds. komercjalizacji

Poznański Park Naukowo-Technologiczny jako biznesowe ramię Fundacji specjalizuje się we wspieraniu rozwoju biznesu opartego na wiedzy, w tym komercjalizacji wyników badań. Fundacja posiada ogromny potencjał wiedzy i narzędzi niezbędnych do „obróbki” wypracowanych wyników badań, by sprawnie przygotować je do wdrożenia. Obróbka polega między innymi na poddaniu zespołów badawczych audytom naukowym w celu stwierdzenia, jakim potencjałem wdrożeniowym zespoły dysponują: nad czym pracują, co mają w swym portfolio własności intelektualnej, na jakim etapie ochrony są i w jakich aspektach wskazane byłoby wsparcie eksperckie/rynkowe. Zespół PPNT w oparciu o światowe bazy patentowe i rynkowe przygotowuje analizy potencjału wdrożeniowego oraz wspiera w kreśleniu strategii ochrony patentowej. Dokonuje wyceny własności intelektualnej, dając rzetelne podstawy do negocjacji warunków biznesowych potencjalnych transakcji. W ten sposób dokonuje racjonalizacji wydatków związanych ze zgłoszeniem i utrzymaniem ochrony wyników badań, pozwalając jednocześnie na zwiększenie szans komercjalizacji.

Zespoły PPNT dysponują narzędziami i wiedzą niezbędną do wspierania procesu urynkowania wyników badań, które przeszły pozytywnie analizę szans i potencjału wdrożeniowego. Fundacja dysponuje bazą konsultantów w Europie, którzy pomagają wyszukiwać podmioty potencjalnie zainteresowane technologiami z Polski, wspierają procesy negocjacji i domykania umów współpracy. Oferuje aktywne działania promujące rozwiązania na wszelkiego rodzaju imprezach targowych i branżowych.

W oparciu o wyżej wspomniane narzędzia i wypracowany model komercjalizacji, PPNT od kilku lat aktywnie wspiera podmioty naukowe, w tym UAM, Uniwersytet Przyrodniczy, IWNiRZ, Instytut Technologii Drewna i inne w procesach urynkowania wyników badań. W latach 2013 – 2018 Fundacja zrealizowała następujące zlecenia::

- › wsparcie IWNiRZ w opracowaniu regulaminu własności intelektualnej i wdrożeniu zasad komercjalizacji - 2013;
- › wsparcie ITD w ocenie potencjału wdrożeniowego 35 technologii, opracowanie zapytań rynkowych i wstępnych analiz potencjału wdrożeniowego – 2017;
- › ok. 40 analiz potencjału wdrożeniowego i proponowanych ścieżek komercjalizacji dla technologii pochodzących z UEP i IWNiRZ – 2014;
- › ok. 60 wycen technologii pochodzących z UP, UEP, IWNiRZ, FUAM – 2013-2017;
- › ok. 120 analiz potencjału wdrożeniowego; 60 pogłębionych analiz patentowych – na rzecz technologii pochodzących z PP, UEP, UP i UAM – 2013-2015;
- › wsparcie w podpisaniu 8 umów licencyjnych UP – 2015;
- › doprowadzenie do podpisania 6 umów licencyjnych FUAM – 2015-2018;
- › negocjacje wdrożenia kolejnych 4 technologii – 2018.

PPNT z całym swym zapleczem doświadczenia, personelu i narzędzi mógłby stanowić biznesowe ramię UCiTT i pełnić rolę rynkowego doradcy/eksperta w ocenie potencjału wdrożeniowego wyników badań powstałych na UAM. Posiada potencjał do reprezentowania UAM w rozmowach z biznesem, docierania do przemysłu i analizowania potencjału rynkowego innowacyjnych rozwiązań, również dysponuje dostępem do płatnych baz rynkowych i patentowych, na podstawie których może dokonywać analiz i poszukiwań na rzecz technologii UAM.

Wnioski do SWOT

M. Zespół ekspertów, narzędzia i doświadczenia niezbędne do wspierania procesu komercjalizacji wyników badań

S. Rozpoznawalna i ceniona marka w środowiskach związanych z komercjalizacją wiedzy (ministerstwa i agencje rządowe, inwestorzy, inne instytucje w zakresie transferu technologii)

Z. Trudności z dostępem do informacji o technologii/wiedzy na UAM, które można komercjalizować. Ograniczona współpraca przy audytach potencjału komercjalizacyjnego w zespołach badawczych, stosunkowo niskie zainteresowanie usługami Fundacji ze strony naukowców UAM

PPNT

Fundacja Uniwersytetu
im. Adama Mickiewicza

1
2017

