

ПАРТНЕРСТВО НА ШЛЯХУ ДО ІННОВАЦІЙ

Михайлов В.М., д-р техн. наук, проф.

Іванніков П.В., канд. техн. наук

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Для економічного та соціального розвитку держави необхідне ефективне використання науково-технічного потенціалу. Результативність роботи інтелектуальних центрів, якими переважно є університети, значною мірою оцінюється практичною затребуваністю отриманих результатів, підтвердженням чого є комерціалізація результатів прикладних досліджень і науково-технічних розробок шляхом установалення госпдоговірних відносин та ліцензування.

Чинним законодавством надано можливість університетам створювати інноваційні структури, що розробляють і впроваджують інноваційну продукцію. Це є досить вагомим аргументом для стимулювання комерціалізації результатів науково-технічної діяльності.

Повний цикл різних стадій інноваційних процесів – від виконання науково-технічних розробок та набуття прав інтелектуальної власності до впровадження їх у виробничий процес та реалізації продукції споживачеві – є занадто складним, тому не всі університети з різних причин самостійно здатні успішно реалізувати всі фази складного інноваційного циклу.

Важливим недоліком сучасного стану є те, що наука та бізнес існують у різних сферах, які майже не перетинаються, тому численні технології часто розробляються без урахування потреб ринку і не мають перспектив для комерціалізації.

За таких обставин важливим етапом бізнес-процесу залишається пошук ліцензіатів усіма доступними способами, серед яких найбільш реальним і надійним є налагодження на взаємовигідній основі тісного партнерства з підприємствами приватного сектору за широким спектром діяльності, а саме в науково-технічній та освітній сферах, підвищення кваліфікації працівників та ін. Саме підприємці, здатні виводити новий продукт на ринок, можуть дозволити собі фінансові ризики та виявляють зацікавленість у впровадженні винаходів, якщо вбачають у цьому економічний інтерес.

Із метою отримання конкурентоспроможних розробок управлінські методи роботи слід спрямовувати на побудову партнерських взаємовідносин із виробництвом за традиційною схемою: вивчення виробничих потреб – генерування наукової ідеї – науково-технічна розробка – виробнича реалізація – комерційний

результат. На відміну від перших трьох етапів, які належать до основних завдань науковців, останні два є найбільш складними в реалізації й потребують застосування різноманітних форм роботи, спрямованих на встановлення тісних зв'язків із виробництвом.

Виробничу апробацію науково-технічних розробок простіше здійснити в умовах малих підприємств, оскільки вони є мобільнішими щодо технічного переоснащення, налагодження виробництва потребує менших капіталовкладень. Натомість такі підприємства здебільшого дуже обережно ставляться до пропозиції придбання виключної ліцензії на використання об'єкта інтелектуальної власності через загрозу певних ризиків, пов'язаних із правильністю оцінки вартості розробки, невизначеністю попиту на продукцію, тривалим терміном окупності, фінансовою нестабільністю та ін.

За таких умов на початковому етапі взаємодії розробників науково-технічної продукції з підприємством малого бізнесу найбільш вдалими рішенням слід вважати оформлення невиключної ліцензії, яка, як правило, має меншу вартість, що, з одного боку, задовольняє ліцензіата, а з іншого – не виключає можливості подальшого використання університетом об'єкта права інтелектуальної власності. Такі підходи сприяють підвищенню якісного рівня практичної апробації науково-технічної розробки та дозволяють оцінити реальні перспективи подальшої взаємодії з цим підприємством щодо її просування на ринок.

Із метою встановлення зв'язків із підприємствами та комерціалізації науково-технічних розробок особливої значущості набуває робота з рекламування. Крім загальноприйнятих форм організації роботи (запрошення представників бізнесу для участі в наукових конференціях, семінарах, круглих столах; представлення дослідних зразків продукції на виставках різного рівня тощо), потрібно активно використовувати різні інтернет-інструменти, такі як веб-сайт, соціальні мережі, інформаційні розсилання, реклама в Інтернеті, інтернет-конференції, мережа трансферу технологій, що сприяє популяризації здобутків учених серед зацікавлених осіб.

Таким чином, розширення партнерства з підприємствами різних форм власності харчової та переробної промисловості, торгівлі, закладами ресторанного господарства дасть змогу підвищувати результативність наукових досліджень шляхом розширення виробничої бази для якісного рівня практичної апробації науково-технічних розробок, що сприятиме створенню конкурентоспроможної науково-технічної продукції та її комерціалізації в складних умовах ринкових відносин.