

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ – ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ НАУЧНОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Крюковский В.А.

УО «Могилевский государственный университет продовольствия»

Известно, что негативные последствия кризисных явлений в экономике заметно усложнили условия проведения научных исследований и разработок, внедрение новых современных технологий в производство. Спрос на результаты научной и научно-технической деятельности сегодня значительно снизился.

За период с 1996 г. в университете выполнено более 130 научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по разработке научно-технической продукции. В то же время необходимо отметить, что использовано на предприятиях не более 20% из них. В этот же период университет получил более 60 патентов Республики Беларусь и 12 патентов России. Использование нашли отдельные патенты. Что же сдерживает продвижение разработок к потребителю?

Во-первых, это недостаточная реклама научных разработок, т.к. издание информационных материалов, изготовление опытных образцов и представление их на выставках требует значительных материальных затрат.

Во-вторых, отсутствие в научном отделе университета подразделения по маркетингу, которое осуществляло бы инновационную деятельность по схеме: анализ научно-технической продукции – формирование – формирование инновационного проекта – содействие реализации проекта.

Одной из важных задач, стоящих перед научным отделом университета, является совершенствование инновационной деятельности, приводящей к появлению на рынке новых, улучшенных технологий и продуктов и их коммерческому использованию.

Необходимым условием реализации такой возможности является проведение комплекса мероприятий, важное место и роль среди которых занимает организация системы трансфера (передачи) технологий, т.е. создание условий для продвижения наукоемких, инновационных продуктов как на внутренний, так и международный рынки. Трансфер технологий - это процесс коммерциализации интеллектуального продукта, который включает следующие этапы работ: поиск технологий и их оценку; организацию охраны интеллектуальной собственности; маркетинг, поиск потенциальных покупателей; развитие технологий и обеспечение потребительских качеств в соответствии с требованиями потребителя; ведение переговоров и коммерческая реализация технологий. В соответствии с решением Министерства образования Республики Беларусь о формировании инновационных структур, в университете создан центр трансфера технологий.

Главное в инновационной политике научного отдела, это формулирование основной цели научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, определение срока их проведения, оценка результатов в виде конкретных практических целей, сокращение сроков внедрения новых продуктов. Инновационная деятельность органически входит в состав маркетинговой деятельности научного отдела.

Планирование маркетинга инноваций является эффективным средством мобилизации научного коллектива и использования научно-производственного потенциала. Очень важно верно очертить сферу инновационной деятельности и четко представить, кто является потенциальным потребителем инноваций, новых технологий и продуктов.

Важным элементом работы центра трансфера технологий является создание базы данных разработок, которая включает два важных раздела: собственные разработки университета и технологические запросы предприятий и организаций. Важной особенностью данной базы является сбор и обобщение информации о технологических запросах предприятий и организаций в новых технологиях. В дальнейшем предполагается ввести третий раздел – новые отечественные и зарубежные технологии.

В университете выполнена работа по формированию базы данных о научных разработках университета. База данных содержит информацию о 86 разработках, выполненных в университете за последние 7 лет и размещена на сайте межвузовского центра маркетинга НИР (<http://www.icm/hy>).

Важной составляющей на этапе превращения продукта в товар является реклама продукта. Эта работа должна начинаться сразу после принятия решения о продвижении конкретной разработки на рынок. Размещение рекламных продуктов целесообразно проводить практически везде, где это доступно технически и по финансовым соображениям. Такими местами могут быть печатные периодические издания, каталоги выставок и ярмарок, труды конференций и семинаров, тематических встреч, сеть Интернет.

Научным отделом разработаны и изданы каталоги разработок и каталог коммерческих предложений ученых университета. По перспективным разработкам изданы информационные материалы и разработаны карты технического уровня, на основании которых планируется разработка инвестиционных предложений. Разработки ученых университета представлялись на республиканских и международных выставках.

Конечной целью трансфера технологий является коммерческое освоение новой продукции и технологий. Это достигается в тех случаях, когда исследования и разработки с самого начала ориентированы на производство и заранее определено соответствие новой продукции спросу рынка и потребностям покупателей.