

№ 27–28 липень 2016

Ніколайчук І.

Чотири кроки до інновації

Міністерство освіти і науки та група компаній GrowthUp розпочали реалізацію спільної навчально-практичної програми «Чотири кроки до інновації». Виконання програми передбачено Угодою про партнерство з питань комерціалізації результатів науково-технічної діяльності, що її підписали МОН і ТОВ «Бейвью Інновейшнз» – представник проекту GrowthUp+ в Україні ([Світ](#)).

Метою програми є сприяння підвищенню рівня знань науковців із планування та побудови проектів у сфері технологічного бізнесу, пошуку потенційних інвесторів для здійснення науково-технологічних розробок вищих навчальних закладів та подальшої їх комерціалізації і трансферу технологій. Учасниками програми можуть бути наукові та науково-педагогічні працівники, аспіранти та студенти вищів зі сфери управління МОН. Сама ж програма складається з чотирьох етапів: лекційні заняття, відбір команд за проектами, методична підтримка R&D в рамках проекту, підтримка комерціалізації проекту.

Під час першого етапу програми фахівці GrowthUp провели дводенне навчання з питань технологічного бізнесу та комерціалізації результатів науково-технічної діяльності. Відкриваючи захід, заступник міністра освіти і науки України, доктор фізико-математичних наук М. Стріха зауважив, що успішного досвіду в царині комерціалізації розробок у нас вкрай мало. Серед двох десятків наукових парків яскравою історією успіху може пишатися хіба що один із них – Науковий парк «Київський політехнічний інститут», до того ж лише в одній сфері – інформаційних технологій. Діяльність інших технологічних парків держава тільки намагається реанімувати, «закони про інноваційну діяльність ідуть складно», владні еліти не розуміють, навіщо це потрібно підтримувати, а люди з монетаристською психологією вбачають у цій діяльності джерело корупційних ризиків. «Поки що маємо не дуже сприятливі передумови для успішної інноваційної діяльності, але в нас є люди, які навіть за цих умов навчилися досягати хороших результатів, – підсумовує М. Стріха і продовжує: – Дуже часто ми щось робимо і потім намагаємося знайти під це «щось» замовника. Значно ефективніше починати працювати, вже розуміючи, на що існує потенційний попит».

Керуючий партнер GrowthUP Д. Довгополий, розпочинаючи перший день навчання, наголосив на тому, що талант українських учених дуже недооцінений на вітчизняному і світовому ринках. Він це знає на прикладі

свого батька, науковця, у доробку якого 120 авторських свідоцтв ще з радянських часів. Денис має чималий досвід співпраці з технологічними проектами, які разом з потужною командою однодумців виводить на глобальні ринки з 2009 р. Ця команда свого часу розробила програму комерціалізації для CRDF і УНТЦ.

– Ми працюємо з прикладною наукою, з проектами, які мають горизонт комерціалізації 2–3–5 років, – говорить Д. Довгополий. – Ще 10 років тому я зі своїми колегами проаналізував велику кількість курсів із комерціалізації європейських і американських університетів. Ми збудували дуже простий курс, орієнтований на те, щоб дати нашим ученим поняття, як це працює – не теоретичні підходи. Орієнтуючись на власний досвід, вважаємо, що головним постулатом у цьому є: вчені повинні бути ближче до ринку, до тієї точки, де будемо впроваджувати цю технологію.

Він розповів, як раніше вони запрошували в Україну інвесторів вищої ланки із Силіконової долини, намагаючись організувати зустрічі українських вчених, які мають технології, і американських інвесторів. На жаль, це ні до чого не привело. Вчені не розуміли, як будувати бізнес, а інвесторам було байдуже, наскільки важлива ця технологія. У них на першому місці – комерціалізація. Тому витратили понад 6 років і виробили систему, де вчений повинен розуміти свою роль у технологічному бізнесі і знайти собі партнера, з яким буде відтворювати бізнес. І цей партнер – підприємець, який буде спілкуватися з інвестором.

Успішні приклади такого підходу є. Зокрема, розробка Кібернетичного центру – технологія розпізнавання облич у відеопотоці, започаткована ще в 70-ті роки минулого століття, стала першою подією такого плану на ринку колишнього Радянського Союзу. Друга – технологія виробництва суперконденсаторів, які використовують в автомобільній промисловості (електромобілі). Третя – браслет для зняття кардіограми на ходу. Ця розробка групи українських учених визнана проривною за світовими оцінками.

Нерозуміння вітчизняними вченими свого потенціалу призвело до того, що чимала кількість технологій і винаходів була продана за копійки, ще більша – через нерозуміння, як захищати інтелектуальну власність — взагалі передана безоплатно. Д. Довгополий зі своїми колегами проаналізував кілька таких випадків і з'ясував, що середня ціна продажу однієї технології коливалася в межах 10–20 тис. дол. Для порівняння: на аналогічні технології в Європі середня ціна продажу без комерціалізації була від півмільйона до мільйона доларів, у США – від 2 до 5 млн дол.

Після проведення дводенного навчання керуючий партнер GrowthUP Д. Довгополий відповів на запитання «Світу».

– *Денісе, який інтерес переслідує GrowthUp в цьому заході?*

– З боку нашої компанії – це внесок у майбутнє наукової спільноти в Україні. Ми вважаємо, що вітчизняні інженери, талановиті науковці можуть бути основою для швидшої відбудови країни. Ми відверто заявляємо, що не маємо комерційного інтересу в цьому. Зазвичай вивчаємо 100–200 проектів, а починаємо працювати лише з одним чи двома. І це не ті проекти, які нам найбільш цікаві, а ті, які будуть найближче до комерціалізації. Наше завдання – за півроку довести хоча б один проект до впровадження в життя.

– *Скільки проектів загалом має бути?*

– Ми готові працювати з 10 проектами, але якщо буде 5, то це нормально.

– *До вас підходило чимало молодих людей. Що їх найбільше цікавило?*

– Люди цікавилися конкретними напрямками, певними практичними речами. Я розповідаю, що робити, а їх цікавить, як це робити.

– *Молоді науковці – це хороший знак?*

– Дуже хороший. Те, що молодь приходить у цей бізнес, те, що вона активно цікавиться, як виводити розробки на ринок, – великий плюс.

– *Що б побажали тим, хто хоче, але не знає, з чого почати?*

– Читати. Читати, як це робиться у світі. Причому не наукову літературу, а те, як живі розробки долали дорогу до ринку. Ми організовували декілька заходів з тими, в кого це вийшло. Є багато публікацій на цю тему. Є люди, до яких можна прийти і порадитися, – не лише ми одні. Хто рухається – той чогось досягне.