

5. Матрунич А.А. Инновационное предпринимательство в странах Центральной и Восточной Европы // Вузовская наука, промышленность, международное сотрудничество: Матер. 3-й Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25-27 окт. 2000 г.: В двух частях. – Минск, 2000. – Ч. 2. – С.13–17.

УДК 002.5/6:339.13

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАРКЕТИНГ НАУЧНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ**

**Лазарев В.С., Плотникова Р.В.**

*Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь*

Увлеченность идеями маркетинга, выразившаяся, в частности, в создании при вузах Министерства образования маркетинговых подразделений и центров трансфера технологий, не должна заслонять того, что большая часть деятельности этих структур является научно-информационной, а потому в известной мере дублирует деятельность подразделений научно-технической информации. Если обобщенно основной комплекс маркетинга научного учреждения (применительно к вузу – его научно-исследовательской части) включает такие аспекты, как I) сбор, систематизацию и формализацию информации о результатах выполненных научных исследований и опытно-конструкторских разработок, пригодных к использованию; II) сбор и систематизацию данных о профиле потребностей региона с последующим выявлением потребностей, для удовлетворения которых могут быть применены названные в (I) результаты и III) продвижение результата (I) на сегмент потенциального рынка (II)<sup>1</sup> [1], то на сегодняшний день в системе Министерства образования деятельность в рамках первого контура поручена обычно специально созданным либо создающимся маркетинговым службам вузов, а второй контур оказался, в основном, предметом деятельности центров трансфера технологий.

---

<sup>1</sup> Реальная ситуация научных учреждений Беларуси позволяет не рассматривать такие крайние случаи, как создание разработок «под» региональные потребности за счет разработчика либо разрешение ситуации, когда потребность существует лишь объективно, но не осознана предприятиями («продвинутые варианты»); или же рассылку всей рекламы на все предприятия подряд либо недифференцированное участие в выставках с заранее подготовленным кругом экспонатов без учета потребностей потенциального рынка (примитивные варианты).

Между тем, задачи первого контура являются научно-информационной деятельностью, выполняемой низовыми научно-информационными подразделениями; то есть решение этих задач остается предметом их деятельности без сколь-либо серьезной корректировки повседневной работы. Второй контур также является разновидностью научно-информационной деятельности.

И в действительности научно-информационные службы вузов принимают самое эффективное участие в маркетинге и содействуют трансферу технологий; более того, в свете утраты ими ряда специфических задач, вызванной современными экономическими условиями Беларуси, их роль и доля участия в маркетинговой деятельности должна была резко повыситься. Именно в этом контексте ниже рассмотрен соответствующий опыт патентно-информационного отдела Научно-исследовательской части БНТУ (с 1998 г.).

### **Создание и использование базы данных собственной генерации**

Современные полнотекстовые базы данных (БД) о разработках конкретных организаций способствуют доступу заинтересованных сторон к информации, имеющей научную и потенциальную коммерческую ценность, дают возможность быстрого ознакомления со всеми направлениями деятельности организации, содействуя тем самым и формированию ее оптимального имиджа. В этой связи, патентно-информационный отдел НИЧ БНТУ продолжает работу по пополнению, совершенствованию структуры и поисковых возможностей (а также по использованию) базы данных собственной генерации «Данные о научно-технических разработках БНТУ». Использование упомянутой базы данных, по сути, является информационным маркетингом, поскольку БД, в основном, является источником для подготовки всевозможных предложений к научному сотрудничеству; используется для систематизации различных сводок о научно-технических достижениях БНТУ, предлагаемых для опубликования в рекламных целях; в соответствии с указаниями Министерства образования Беларуси информация из этой базы данных регулярно передается в банк данных Межвузовского центра маркетинга НИР, где обобщаются сведения о научно-технических достижениях вузов и соответствующих потребностях у предприятий для организации целевой передачи научно-технической продукции заинтересованному потребителю. БД регулярно используется для подготовки аналитических справок в Министерство образования и по просьбе других министерств и ведомств.

Маркетинговый характер работы с БД подтверждается и ответными шагами заинтересованных сторон. Например, заинтересованность Межвузовского центра маркетинга НИР в развитии этой базы, выражается уже в том, что в настоящее время в БД используется программное обеспечение, разработанное этим центром<sup>2</sup>. В свою очередь, данный центр принял в осно-

ву схемы описания научно-технических достижений в своем банке данных, схему, разработанную сотрудниками патентно-информационного отдела для БД «Данные о научно-технических разработках БНТУ», что подтверждает достойный уровень концепт-дизайна последней.

### **Примеры популяризации достижений ученых БНТУ, информационного содействия трансферу технологий**

Патентно-информационный отдел НИЧ БНТУ предложил проект специального сайта научно-исследовательской части, который и был создан в сотрудничестве с лабораторией сетевых информационных технологий. Созданный при неполном воплощении этого проекта официальный сайт НИЧ включает (на апрель 2002 г.) только материалы, представленные патентно-информационным отделом, но не является единственным воплощенным проектом официальной web-страницы, вышедшим из отдела (см. ниже). Рекламная информация, подготовленная для сайта (объемом, эквивалентным ~ 4 печатным листам), включала фрагменты «новой истории» БНТУ, сведения о научных достижениях НИЧ и научно-исследовательской работе студентов, предложения к сотрудничеству (структурированные данные о 39 научно-технических разработках в различных отраслях производственно-хозяйственной деятельности, в той или иной форме предлагаемых к использованию), некоторые данные о конференциях БНТУ, его журналах, важнейших монографиях, выставочной деятельности и др.

Отделом был внесен решающий вклад в разработку Web-сайта Центра трансфера технологий БНТУ («Центротех»), на страницах которого была размещена информация на русском и английском языках по основным разработкам БНТУ в области энергосбережения, строительства и металлургии (более 30 разработок).

Отделом была организована работа по созданию инновационных предложений для рассмотрения тайваньской стороной, проявившей заинтересованность к разработанному в БНТУ проекту свободной экономической зоне высоких технологий. Следует отметить публикацию статей, заметок и рекламных подборок, пропагандирующих научно-технические достижения БНТУ; например, статьи в «Настаўніцкай газеце», в журнале «Изобретатель» и др. (При проведении такого рода рекламных акций особое внимание уделялось предупреждению раскрытия «ноу-хау».) Подготовленные в отделе статьи о достижениях студенческой науки в БНТУ публиковались не только в Беларуси, но также в России и в Австралии.

---

<sup>2</sup> Последняя версия программного обеспечения представлена В.А. Гулецким.

(Напомним, что здесь и далее приводятся примеры соответствующей деятельности, а не отчет о ней.)

### **Примеры деятельности в помощь международному научно-техническому сотрудничеству**

Международное научно-техническое сотрудничество во многом является информационной проблемой. Даже когда цель планируемого сотрудничества не выходит за прагматические рамки поиска финансирования, решение вопроса зависит от доступности соответствующей информации. Как следствие, содействие ему оказывается одной из задач научно-информационного подразделения вуза, причем оно имеет маркетинговый уклон, так как при этом поступает конъюнктурная информация, открываются потенциальные источники финансирования научных исследований и зарубежных командировок и т. д.

В соответствии с этим, уже около пяти лет патентно-информационный отдел НИЧ БНТУ получает по электронной почте – в основном путем подписки на телеконференции (newsgroups) – информационные сообщения о научных конкурсах; о программах получения грантов на стажировки, для выполнения исследовательских и учебных проектов; о фондах в поддержку научной деятельности; о международных научных обществах, международных научных и учебных организациях, журналах, базах данных, сайтах и т.п. Информация по тематике проводимых в БНТУ исследований тщательно отбирается из этого потока и доводится до представителей факультетов. Отдел располагает базой данных Международного научно-технического центра (МНТЦ) «Рефераты многообещающих исследовательских проектов», которая содержит не только описания перспективных технологий СНГ, но и сведения о потребностях иностранных фирм (Японии, США и других стран) в технологиях и технических решениях. Последнее относится к той информации, сбор и систематизация которой является задачей второго аспекта комплекса маркетинга, задачей, решение которой – применительно к Республике Беларусь – поручено центрам трансфера технологий. Использование этой информации авторами перспективных разработок при поиске потенциальных партнерских организаций для международного научно-технического сотрудничества может быть – при успешности такого поиска – эффективной предпосылкой для реализации третьего аспекта комплекса маркетинга: продвижения научно-технического продукта на сегмент потенциального рынка.

В отделе также оказывается содействие в подготовке проектных предложений для подачи в МНТЦ для возможного зарубежного финансирования. Например, в 2002 г. была продолжена работа по ряду таких заявок. Содействие организации международного научно-технического сотрудничества

выражалось и в оповещении факультетов о программах этого центра, распространении его оперативных листовок, оказании всемерного содействия в подготовке предложений. Как одно из следствий этого должно быть отмечено наличие в настоящее время на сайте МНТЦ, который широко просматривается международной научной и деловой аудиторией, описаний 8 научно-технических достижений БНТУ.

Для обеспечения ученым и специалистам возможности научно-технической интеграции в мировое научное сообщество и содействия международному научному сотрудничеству, а также для обеспечения информационного и организационного содействия участию НИЧ БНТУ в авторитетных признанных международных программах трансфера технологий и коммерциализации интеллектуальной собственности, созданной в результате научных исследований, осуществлена подготовка и передача в фонд «Национальный Центр Трансфера Технологий», координирующий выполнение проекта UNIDO Exchange в Беларуси (специально направленного на международный трансфер технологий и коммерциализацию интеллектуальной собственности), и, в частности, на web-сайт ЮНИДО более, чем 20-и инновационных проектов на русском и английском языках, основанных на научно-технических достижениях, создаваемых в НИЧ БНТУ, а также соответствующих структурированных инновационных предложений на русском и английском языке. (12 из этих описаний включают популяризационно-рекламное описание конкретных технологий без приведения «ноу-хау».)

**Некоторые примеры конкретных текущих результатов:** финансирование одного из проектов по линии МНТЦ, финансируемые этим центром зарубежных командировок автора еще одного проектного предложения; как следствие поиска предложений в Интернете и посещения названных выше сайтов – запросы из России о возможном сотрудничестве по ряду проектов, развитие научно-технического сотрудничества с Китаем (последний пример – рекомендация для участия в 14-й Харбинской ярмарки 5 разработок БНТУ, выданная Комиссией научно-технического сотрудничества между Беларусией и КНР на основании пополняющейся информации о разработках БНТУ, которая готовится в патентно-информационном отделе).

[1]. Маркетинг / Под. ред. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд, перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – С. 7; Акулич И.Л. Маркетинг: Учебник. – Минск: Высшая школа, 2000. – С. 11.