

Конкурентные стратегии при выходе на рынки научно-технической продукции

Цвирко М.В.

Белорусский национальный технический университет

Развитие сферы образования в Беларуси предопределило необходимость формирования вузами стратегии развития, а также коммерциализации полученных знаний и научно-технических разработок. Подразделения вуза должны быть ориентированы в сфере конкурентных отношений на правильный выбор вариантов инновационных стратегий. Стратегия должна иметь возможность к быстрой адаптации к новым изменениям (законодательные акты, появление новых конкурентов на интересующем сегменте рынка). Университет может использовать в качестве основного направления конкурентной стратегии только непрерывное совершенствование учебного процесса. Но на данный момент концентрация внимания только на данном направлении является слишком узким. Вузы занимаются разработкой научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, которые требуют коммерциализации, т.е. вывода на рынки научно-технической продукции. В некоторых случаях подразделение, занимающееся разработкой инновационных разработок, не имеет материально-технического обеспечения, дополнительных человеческих ресурсов, что вызывает необходимость в принятии руководством университета решения о передаче части данного бизнес-процесса (коммерциализация НИР) на аутсорсинг. Вуз может заключить контракт на оказание аутсорсинговых услуг как со сторонней организацией, специализирующейся в данной области, так и создать дочернее предприятие для передачи на аутсорсинг части бизнес-процесса (например, производство товаров на базе патентов на научно-исследовательские разработки вуза). Также необходимо рассмотреть возможность диверсификации деятельности вуза. Таким образом, вузы могут открывать новые подразделения (научно-исследовательские части, лаборатории) для разработки инноваций, а коммерциализацию этих НИР передать на аутсорсинг. Необходимо рассматривать проблемы эффективного использования имеющихся ресурсов, поиска путей их привлечения, поиск способов более рационального использования. Конкурентная стратегия вуза должна быть направлена на максимальное использование потенциальных преимуществ вуза на конкретных рыночных сегментах.