

УДК 338.242
UDC 338.242

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОГО
СОПРОВОЖДЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ
В УНИВЕРСИТЕТЕ

THE ROLE OF INFORMATION AND MARKETING SUPPORT OF
INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE FORMATION OF THE ENTREPRE-
NEURIAL ECOSYSTEM AT THE UNIVERSITY

Дудко Н.А., Войтешонок М.А.
Dudko N.A., Voyteshonok M.A.

Республиканское инновационное унитарное предприятие
«Научно-технологический парк БНТУ «Политехник»
Republican innovative unitary enterprise "Scientific and technological Park
of BNTU "Polytechnic»

Аннотация. Формирование предпринимательской экосистемы в университете является важным фактором и признаком его инновационного развития в современных экономических условиях.

Summary. The formation of an entrepreneurial ecosystem at the University is an important factor and sign of its innovative development in modern economic conditions.

Наличие эффективной предпринимательской экосистемы обеспечивает интеграцию всех элементов учреждения высшего образования (системы образования, системы научных исследований, инновационной инфраструктуры, предпринимательской культуры), непрерывно взаимодействующих между собой и внешней средой таким образом, что эта совокупность сохраняется и создает возможности для разработки и коммерциализации инновационных продуктов. Это определяет университет как предпринимательский и требует использования во всех сферах его деятельности более эффективных управленческих технологий и решений, поддержки среди обучающихся и сотрудников инициативности и инновационной активности, постоянного расширения и укрепления контактов с бизнесом, обществом и государством.

Особую роль в формировании, развитии и функционировании предпринимательской экосистемы университета играет информационно-

маркетинговое сопровождение инновационной деятельности, направленное на:

- поиск возможностей для привлечения финансирования для выполнения НИОКР;
- идентификацию технологических потребностей реального сектора экономики;
- поиск партнеров как в Беларуси, так и за рубежом для проведения совместных исследований;
- обеспечение научным коллективам доступа к методической и другой информации для проведения НИОКР;
- обеспечение информацией о возможностях использования научно-исследовательского оборудования, в том числе уникального, в ходе выполнения НИОКР;
- продвижение и коммерциализацию результатов НИОКР.

Важными инструментами, значительно упрощающими решение вышеперечисленных задач, являются информационно-аналитические ресурсы (системы), созданные на базе современных интернет-технологий. Основу данных ресурсов, как правило, составляют базы данных по различным аспектам научно-технической и инновационной деятельности. Работа с ними позволяет отслеживать результаты НИОКР, проводимые в научно-исследовательском секторе как внутри страны, так и за рубежом, получать информацию о технологических запросах и проблемах предприятий реального сектора экономики, осуществлять поиск партнеров для проведения совместных исследований и т.д.

Информационно-маркетинговая система данного формата в настоящее время функционирует в рамках инновационной инфраструктуры Министерства образования Республики Беларусь и представляет собой комплекс интернет-ресурсов (www.icm.by, www.imu.icm.by, www.student.icm.by), администрируемых Межвузовским центром маркетинга НИР Государственного предприятия «Научно-технологический парк БНТУ «Политехник» (рис. 1).

Сотрудники университетов с помощью перечисленных интернет-ресурсов представляют информацию о результатах научно-исследовательской деятельности, формируют базу данных научно-технической и инновационной продукции, размещают информацию о научных лабораториях и организациях, входящих в структуру учреждения (в том числе по направлениям их деятельности и предоставляемым инжиниринговым услугам), работают с организационными, методическими и информационными документами по различным аспектам научно-технической и инновационной деятельности.



Рис. 1. Система информационно-маркетингового сопровождения инновационной деятельности

В рамках работы с «Межотраслевым задачиком», представленном на Информационно-маркетинговом узле Министерства образования www.imu.icm.by, ученые имеют возможность получить актуальные технологические запросы и проблемы от отечественных предприятий, что позволяет актуализировать проводимые исследования, а также внедрять уже имеющиеся результаты научно-исследовательской деятельности.

Важно отметить, что многие созданные за последние годы отечественные информационные ресурсы в области научно-исследовательской деятельности относятся к базам знаний, интегрирующим разнообразную текстовую и иную информацию о научно-исследовательской и инновационной деятельности в научных организациях. Вместе с тем, на современном этапе целесообразна разработка и более сложных комбинированных систем, вычислительных ресурсов, обеспечивающих не только ввод и хранение информации, но и анализ, построение на основе анализа моделей и прогнозов. Это позволит университетам совершенствовать предпринимательскую экосистему и повышать их социально-экономическую эффективность.