

Трудности перевода или особенности диалога? Как наладить отношения между компаниями и университетами



Ирина Бородина, эксперт-практик с многолетним опытом работы с научными организациями со стороны промышленности, по мотивам прошедшей панельной дискуссии в рамках форума «Иннопром-2016» написала статью, в которой рассматривает типичные случаи такого взаимодействия, а также дает советы по повышению эффективности.

Я работаю экспертом в технологическом центре крупной иностранной компании и занимаюсь организацией R&D-проектов на основе аутсорсинга. Эти проекты бывают разного масштаба: от покупки образцов до организации совместной лаборатории, – и охватывают разные тематики, так или иначе интересные для нас.

За четыре с половиной года подобной работы мне пришлось общаться с рядом российских ученых. И для того, чтобы такое общение привело к заключению контракта на исследования, все три стороны (научный коллектив, я, как переговорщик, и подразделение внутри компании-заказчика, которому нужны эти исследования) должны прикладывать определенные усилия. Мне бы хотелось поговорить о том, какие есть проблемы и какими путями можно было бы облегчить это взаимодействие. Возможно, многим покажется, что я пишу очевидные вещи, но, как показывает практика, все описанное ниже происходит, и очень часто.

1. Ученые не любят о себе рассказывать.

Когда я получаю запрос по какой-то новой для нас тематике, то информацию о том, кто из российских ученых занимается данной темой, я ищу в интернете. Казалось бы, легкая задача? На самом деле – нет. Российские ученые очень скрытны и зачастую пишут о своих разработках исключительно в российских научных журналах и материалах конференций, а то и совсем не пишут, если разработка еще не закончена. Я затрудняюсь даже назвать сайт какого-нибудь университета (НИИ, научного центра), на котором доступно и полно была бы выложена информация обо всех актуальных сейчас и проводимых ранее научных исследованиях, которыми там занимаются. Часто эти направления лишь обозначены в общем виде, дальше идет список кафедр, лабораторий, каждая из которых оформляет страничку в своем собственном стиле, либо не оформляет вообще. Дорогие товарищи ученые и руководители институтов! Если вы хотите, чтобы к вам чаще приходили из

компаний, пожалуйста, сделайте так, чтобы результаты вашей работы отражались в поисковиках. Создавайте сайт, выкладывайте туда статьи, презентации, рекламные материалы. Обновляйте его хотя бы раз в полгода. Тогда найти ваш коллектив нам будет гораздо проще и быстрее.

2. Я вижу, что у ученых возникают сложности с тем, чтобы самим предложить свои разработки компаниям.

Речь пойдет не об IT-секторе, где в принципе возможно выпустить готовый продукт на базе маленького стартапа, а скорее, о внедрении технологии в полноценное производство, с которым институт сам по себе не справится. Первая сложность состоит в том, что не всегда разработчик может понять, где и кому пригодится его разработка, соответственно, велик шанс прийти не по адресу. Я бы советовала составить максимальный список возможных применений разработки; затем по каждому из кейсов сделать рассылочный материал, который содержал бы (1) описание разработки, (2) список потенциальных применений, и, (3) описание конкретного применения, которое, как Вы считаете, могло бы заинтересовать данную компанию. Затем нужно распространять эти материалы – лично, по email, на выставках и конференциях. Такой деятельностью активно (и успешно) занимаются стартапы, но почему-то ее часто стесняются ученые. Вторая сложность, о которой мне приходилось часто слышать, это страх, что мы посмотрим на разработку, тут же поймем, из чего она сделана, украдем ее, внедрим, а институту ничего не достанется. К сожалению, такие ситуации встречаются, но можно заранее принять меры безопасности, во-первых, подписав NDA (соглашение о неразглашении), а во-вторых, проведя разумную черту между тем, что можно рассказывать, а что – нельзя. Еще раз повторюсь, нужно о себе рассказывать. Не на стадии прототипа, а на стадии НИРа, так как ваш НИР может быть востребован в такой области, о которой вы даже и не думали.

3. Когда мы (компания и университет, или научная группа) уже нашли друг друга, случается много сложностей в процессе переговоров.

Далеко не все готовы договариваться и делать это долго, с выяснением деталей и без нервов. Это призыв ко всем трем сторонам процесса: будьте терпимы и терпеливы. Если разработка не заинтересовала компанию сейчас, то не исключено, что через год она вдруг станет востребована, и мы о вас вспомним.

4. К сожалению, компании далеко не всегда способны донести до научных групп свои запросы и рассказать о своих интересах и планах на будущее.

Преобладает политика «точечного поиска» конкретного предложения под конкретный запрос. Случаются также «показные» мероприятия, целью которых является не найти и внедрить инновацию, а отчитаться перед начальством, что такой поиск ведется. Случаются туманные запросы, в которых непонятно, что и как нужно изобретать. Мой призыв к представителям компаний заключается в том, чтобы максимально четко и честно формулировать свои текущие запросы, с которыми Вы приходите к ученым. Иначе репутация компании среди ученых пострадает.

5. «Дайте миллион. Долларов. Иначе мы работать не будем».

К сожалению, знакомая для нас фраза. На стадии НИР компании обычно тратят относительно небольшие деньги. Конечно, все зависит от проекта, но часто ученые не понимают и не могут адекватно оценить свои разработки. Если где-нибудь в российской глубинке люди соглашаются работать за маленькие деньги, то некоторые московские научные центры, например, привыкли к большим деньгам и не воспринимают предложения маленьких контрактов. С другой стороны, зачастую компании впадают в неоправданную экономию и не хотят платить лишнюю \$1000 на реактивы, в результате хороший проект может не состояться.

6. Бюрократия.

На то, чтобы договориться с учеными, часто уходит меньше времени, чем на то, чтобы согласовать и подписать все бумажки. Этим страдают как университеты, так и крупные компании с разветвленной структурой. Отдельной строкой хочется отметить наши полужакрытые институты – там, например, всю переписку по email читает Первый отдел.

Я обозначила ряд проблем. Какие краткие и очевидные советы можно было бы дать как ученым, так и сотрудникам компаний?

- Будьте открыты, рассказывайте о себе миру.
- Будьте терпеливы в переговорах и терпимы к собеседникам. Многие трудные ситуации решаются через спокойный диалог.
- Не опускайте руки после неудач. Учитесь на ошибках, пробуйте снова, и рано или поздно придет успех.

[Источник:](#)