

НОВАЯ ЭКОНОМИКА

ПЕРСПЕКТИВЫ

Николай Косвинцев: Сегодня университет — хороший генератор «больших идей»

Руководитель инновационного центра «МОЗГОВО» ПГНИУ рассказал о планах вуза по «приземлению» научных разработок и о том, почему инновационный статус региона не обойдётся без заключения общественного договора

Татьяна Власенко

— Николай Николаевич, «МОЗГОВО» разработал стратегию развития инновационной системы ПГНИУ «Локомотивы будущего». В чём суть этой стратегии?

— Это краткосрочная стратегия, рассчитанная на один год. Её особенность в том, что она создавалась без привязки к конкретному периоду, например 2018 году. Но в любом случае её содержательная часть должна быть реализована именно в течение года. В ней четыре «локомотива», которые, на наш взгляд, могут «вытянуть» университет в сфере инновационной деятельности на принципиально иной уровень.

К примеру, одно из направлений работы — учреждение института так называемых инновационных менеджеров, проще говоря — «внедренцев». Появление этой идеи обусловлено реальной потребностью. Сегодня в портфеле «МОЗГОВО» 13 проектов (или стартапов). По опыту известно, что успешны те из них, где есть оптимальное сочетание роли учёного и роли предпринимателя, менеджера.

В настоящее время из 13 проектов только три имеют полноценные функциональные связи. Остальные команды состоят или исключительно из учёных, или из учёных же, которые пытаются стать менеджерами.

Понимая, что шансы реализоваться есть только у тех, кто реально выстроил связку «учёный — предприниматель», мы решили сформировать «институт» инновационных менеджеров для работы над 10 проектами, которые пока имеют лишь потенциальные возможности.

— Как это будет работать?

— Во-первых, мы обеспечим команды разработчиков кадрами. Во-вторых, рассчитываем, что эти менеджеры будут нацелены на достижение конкретных показателей, связанных с поиском заказчиков на разработки (технологии). Мы ищем конкретные компании, где наши научные идеи будут «приземляться», трансформироваться в конкретное производство. Также мы занимаемся поиском инвесторов.

Насколько удачно менеджер за год справится с поставленными задачами, настолько логично последует вывод, стоит ли продлевать с ним контракт на второй или третий год. Но самая главная цель — дать учёным возможность, если они себя не видят в статусе менеджера, передать идею для исполнения квалифицированным кадрам. Сейчас

такой возможности у них нет, поскольку три имеющихся в наличии менеджера были привлечены университетом несистемным образом. Где-то этому способствовало личное знакомство, где-то просто удача.

Даже если у учёного есть желание продвигать разработку, без предпринимательской функции она будет обречена пылиться на полке. Создание возможностей — серьёзный результат. А если мы этот институт менеджеров сделаем открытым, не привязанным к университету, а межуниверситетским или совершенно самостоятельным организмом, то это будет удача вдвойне.

— Вы полагаете, что у этого проекта есть возможность «отвязаться» от вуза?

— Мы же говорим о людях, которых сегодня нет в штате университета. Это, как правило, предприниматели с уже наработанным опытом, но в сферах, вообще не связанных (или мало связанных) с инновациями, которые решили по каким-то своим соображениям

Мы готовы сделать идею как продукт, но не готовы сделать продукт на основе этой идеи, то есть не готовы предлагать рынку конкретные продукты для купли-продажи

попробовать себя в новом виде бизнеса: инновационном, наукоёмком, отличном от имеющихся. Такие менеджеры действительно есть, и при определённых условиях они готовы в этой нише вырастать.

Вопрос в том, что таких кадров крайне мало и сосредоточение их в Перми фактически стремится к нулю. Их придётся выращивать через нестандартные попытки привлечь людей, которые уже имеют опыт и амбиции, желание расти в инновационной сфере.

Это возможно. Сегодня гранты и субсидии от фондов с государственным участием предполагают наличие проектных команд. Почему бы не предусмотреть наличие в команде и такого менеджера, его услуг? С точки зрения идеологии и ресурсов это возможно.

Правда, с точки зрения деловой практики проблема пока не решена. Нужны реальные истории успеха, когда мы увидим, что работает и конкретная связка «учёный — предприниматель», и сам механизм.



пространства, состоящего из офисов и производственных помещений для становления стартапов. В Перми проблема с инфраструктурой, с офисами, производственными специализированными помещениями для размещения стартапов не решена.

Тем более не решена проблема со специализированными помещениями для лабораторий, которым необходимо лицензирование, стандартизация. Есть требования, под которые необходимо иметь соответствующее оснащение. Такие помещения, в принципе, есть, но они оборудованы под конкретно действующие компании, которые не сильно заинтересованы в том, чтобы делиться своей производственной площадкой. «Упасть» сегодня стартапу некуда.

— Что может сделать в этом направлении «МОЗГОВО», будучи центром университета?

— Есть несколько точек приложения сил. Прежде всего это собственно обозначение наличия проблемы. Это — общественная миссия. Кроме того, сегодня мы имеем готовый дизайн-проект создания такого пространства (он разработан ещё в 2013 году). И даже есть подходящее здание на ул. Дзержинского, 1а, которое передаётся университету в том числе с целью создания креативного пространства для стартапов. Но пока не завершена юридическая пере-

Есть, разумеется, и альтернативный подход. Если рассматривать проблему с позиции вуза, то тогда надо выделять фонд оплаты труда, вводить ставки. При этом университет будет монопольно обладать этим человеческим потенциалом и нести соответствующие расходы.

— На такие эксперименты, скорее всего, денег не получить...

— На этапе стратегического заявления важно обозначить потребность. Есть вещи, без которых не встать на ноги. Так или иначе, задачу придётся решать. Либо силами университета, либо инновационного сообщества. У нас всё нормально с научно-исследовательским потенциалом. Мы способны на то, чтобы рождать новые технические и технологические решения. Но надо понять, что с ними делать дальше.

— Это только одна из целей стратегии. Есть и другие?

— На самом деле наша стратегия — это целый набор целей и вызовов, обусловленных текущими условиями. Есть, к примеру, задача создания креативного