

Elīna Gaile-Sarkane: Pieaug informētība par biznesa un universitāšu sadarbības vērtību

Elīna Gaile-Sarkane, RTU Inženierekonomikas un vadības fakultātes dekāne. 13.09.2018.

Pieaug uzņēmumu informētība par biznesa un universitāšu sadarbības vērtību, jāvairo uzņēmēju izpratne par inovācijas radīšanu un nodošanu tālāk.



Foto: LETA

Oktoobrī noslēgsies projektu iesniegšana Eiropas Savienības (ES) līdzfinansētā pasākuma "Inovāciju granti studentiem" pirmās kārtas atlasei. Augstskolas gatavo savus pieteikumus. Grantu programma, kurai jāsāk darboties šajā studiju gadā, izveidota, lai sekmētu studentu pētniecības un inovācijas projektu īstenošanu, stiprinātu sadarbību ar uzņēmumiem un piesaistītu privāto finansējumu inovāciju spēju un uzņēmīguma attīstībai.

Paredzēts, ka programmā studenti plānos un īstenos pētniecības un inovācijas projektus, apvienojot studiju laikā iegūtās teorētiskās zināšanas ar praktiskajām pētniecības un uzņēmējdarbības iemaņām un risinot reālus tautsaimniecībai un sabiedrībai nozīmīgus jautājumus. Nozīmīga loma būs augstskolu un studentu sadarbībai ar komercsektoru.

Barjeras un stimuli

Ir pagājis gads, kopš RTU zinātnieki pabeidza pētījumu "Studiju procesa un industrijas sadarbības veicināšanas pasākumu alternatīvu modeļu izpēte" pasākuma "Inovāciju granti studentiem" īstenošanas nosacījumu izstrādei. Tas tika īstenots pēc Izglītības un zinātnes ministrijas (IZM) pasūtījuma. Gada laikā uzņēmēju informētība par sadarbības iespējām biznesa un universitāšu starpā ir pieaugusi. Pētījuma rezultāti uzrādīja, ka viena no būtiskākajām barjerām uzņēmumu un universitāšu sadarbībai ir informācijas un komunikācijas trūkums. Sadarbību neveicina arī birokrātiskais slogs, nepietiekama kapacitāte kā uzņēmumu, tā augstskolu pusē, ierobežotas finanses. Savukārt personīgi kontakti un veiksmīga iepriekšējā pieredze, kā arī abpusēja ieinteresētība ir ļoti nozīmīga, lai sadarbība noritētu raiti.

Kad esam konstatējuši barjeras un sākuši tās novērst, mēs nevaram gaidīt, ka viss mainīsies kā pēc burvju nūjiņas mājiena. Ir zināma inerce, kamēr izmaiņas tiek pieņemtas, tomēr droši var teikt, ka uzņēmumi par iecerētajām pasākuma aktivitātēm ir dzirdējuši, visticamāk, liela daļa ir arī apdomājuši, ko no tām sagaidīt un kādi būs

ieguvumi. Tas vien, ka cilvēki ir informēti, ir nozīmīgs solis sadarbības virzienā. Pieņemu, ka ir arī pietiekami daudz uzņēmumu, piemēram, advokātu biroji, kuriem nav un nebūs intereses iesaistīties šādos projektos savas darbības jomas dēļ. Turklāt ne visi Latvijas uzņēmumi apzinās, cik tie ir inovatīvi.

RTU Inženierekonomikas un vadības fakultātes doktorants Mikus Dubickis šobrīd izstrādā promocijas darbu, kurā, veicot plašu pētījumu, konstatējis, ka Latvijas uzņēmumi ir vairāk inovatīvi, nekā paši domā un uzrāda statistika. Angliski teiktu, ka esam "underestimated" – ar savu latvisko pieticību paši sevi pienācīgi nenovērtējam. Vēl viena atziņa, kas rodas, analizējot inovatīvos Latvijas uzņēmumus, – vairāk sasniedz kompānijas, kurām ir lielāki un ambiciozāki mērķi. Te zināmā mērā velkamas paralēles ar sportu – sportistu motivācijai un apņēmībai ir liela nozīme. No tā secināms – ja uzņēmums vēlas kļūt inovatīvs vai inovatīvāks, tam savos stratēģiskajos mērķos ir jāiestrādā doma par attīstību un novitāti.

Radīt un nodot tālāk

Mēs daudz runājam par inovāciju, bieži ar to saprotot tehnoloģiju pārnese. Tas ir diskutējams jautājums – kas ir inovācija un kas – tehnoloģiju pārnese. Inženieris un zinātnieks Henrihs Altšūlers teicis, ka tikai 20% ir jaunrade (jeb tas, ko mēs saprotam ar inovāciju), pārējais ir tehnoloģiju pārnese. Varētu būt, ka šodien sadalījums starp jaunradi un tehnoloģiju pārnese ir nosliecies vēl vairāk par labu otrajai, esot attiecīgi ap 10% un 90%. Par tehnoloģiju pārnese uzskatāms gan process, kad uzņēmums ievieš ārpusē radītu inovāciju, gan process, kad pats rada inovāciju un nodod to tālāk. Visā sabiedrībā – ne tikai Latvijas tirgū – darbojas abu veidu uzņēmumi. Mēs kā sabiedrība vairāk iegūsim, ja inovācija tiks radīta un nodota tālāk.

Un, ja ar pasākuma "Inovāciju granti studentiem" palīdzību mums izdosies kaut par vienu vai diviem procentiem palielināt to novatoru skaitu, kas rada un nodod vērtību tālāk, būs panākts ļoti daudz. Nevajag domāt, ka šis pasākums uzreiz nodrošinās strauju ekonomikas izaugsmi, tas būs ieguvums ilgtermiņā. Tāpat uzņēmumiem ir jāsaprot, ka augstskolas nevar galvot par to, ka pētniecība un izstrāde vienmēr dos rezultātu. Inovācija var izdoties un var arī neizdoties.

Vērtības nerodas virtuvē

Politiķi nereti saka – cilvēki kļūst inovatīvi krīzes apstākļos un, lai kaut ko radītu, nemaz nevajag daudz. Tas ir lielisks lozungs, jo, vienkāršoti uz šo jautājumu skatoties un salīdzinot ar savu pieredzi, indivīds saprot – jā, tā tas ir, man ir krīze, es daudz ko varu atrisināt arī bez naudas un kļūt radošs. Taču inovācijas radīšanai un nodošanai ir nepieciešamas milzīgas investīcijas. Tam ir nepieciešamas tehnoloģijas, zinātniskās iekārtas, zināšanas. RTU vairāku gadu laikā ir apzināti nodarbojusies ar pētniecības infrastruktūras pilnveidošanu, investējot vairākus miljonus eiro tehnoloģijās, lai radītu vidi, kur rasties inovācijai. Zināšanas un tehnoloģijas inovācijas radīšanai ir iemesli, kādēļ veidojas sasaiste starp uzņēmumiem un universitāti. Atsevišķi elementi inovācijas radīšanai ir arī Ventspilī, Rēzeknē, Cēsīs, Valmierā un citās pilsētās, kas attīstījušās kā reģionālie centri. Sadarbībā ir iespējams radīt jaunas tehnoloģijas un izcilas komercializējamas lietas. Mūsu problēma – paši sevi nenovērtējam. Mums RTU ir krietni vairāk tehnoloģiju un iespēju nekā vidējai universitātei pasaulē. Tāpēc ir jālauž mentalitāte, jāpārtrauc gausties, ka mēs neko nevaram.

Sadarbība biznesa un augstskolu starpā ir iespējama, gan uzņēmumam pasūtot vai nopērkot zinātnieka vai kopdarbā ar zinātnieku radītu jauninājumu, gan zinātniekam palīdzot biznesa iedvesmotas idejas realizēšanā ar savu kompetenci. Piemēram, "MikroTik", uzņēmums ar milzīgu eksportspēju, kurā strādā ārkārtīgi viedi cilvēki, kas ieguvuši zināšanas gan Latvijā, gan ārzemēs. Uzņēmuma finanšu rādītāji ļauj pašiem investēt inovācijas radīšanā, un tomēr arī viņi komunicē ar zinātniekiem elektronikas un IT jomā, jo tikai tādā veidā ir iespējams būt avangardā. Uzņēmumiem, kam nav savas infrastruktūras inovācijas radīšanai, šos pakalpojumus var nodrošināt augstskola.

Mainās arī zinātnieki

Gada laikā kopš pētījuma pabeigšanas zinātnieku loks ir mainījies. Zinātnieki, īpaši gados jaunie, ir kļuvuši daudz atvērtāki komunikācijai un savu izstrādņu komercializācijai. Lai komunikācija starp augstskolu un uzņēmumu veidotos, katram cilvēkam ir jāmaina attieksme pret notiekošo. Šeit gan nevar runāt tikai par granta ietekmi uz sadarbības veicināšanu, jo pagājušā gada laikā ir bijis aktivitāšu kopums, kurā ir iesaistījušās visas ieinteresētās puses – uzņēmumi, valsts pārvalde, augstskolas. Piemēram, RTU, Latvijas Universitātes un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras kopdarbā tiek uzturēta inovācijas platforma "Demola Latvia", kas dod iespēju studentiem risināt uzņēmumu definētas problēmsituācijas; RTU tiek īstenotas dažādas "Climate-KIC" (viena no zināšanu un inovāciju kopienām, ko apvieno Eiropas Inovāciju un tehnoloģiju institūts) programmas, kurās var iesaistīties ikvienas augstskolas studenti un zinātnieki, kā arī uzņēmēji un organizāciju pārstāvji.

Lai viegli uztveramā, interesantā un saistošā veidā iepazīstinātu sabiedrību ar pētījumiem un zinātnisko darbu, kādu veic Latvijas jaunie zinātnieki, jau vairākus gadus notiek konkurss maģistrantiem un doktorantiem "*Research Slam*". RTU aktīvi ievieš arī īpašu uzņēmējdarbības moduli – līdz šim tas pilotprojekta formā īstenots dažās fakultātēs, bet šajā studiju gadā pamatstudijas uzsākušie studenti būs pirmie, kuri paralēli inženierzinātnēm apgūs uzņēmējdarbības zinības, lai spētu ne vien radīt inovāciju, bet arī to pārdot. Attīstot studentos uzņēmējspēju, augstskola sagatavo ne vien profesionālus un tirgus prasībām atbilstošus darba ņēmējus, bet arī darba devējus.

Cilvēka faktors

Kādā universitāšu un industrijas mijiedarbību un sadarbību veicinošās organizācijas "University Industry Innovation Network" (UIIN) konferencē tika diskutēts par barjerām sadarbībai. Galvenais secinājums bija – barjeru var likvidēt, bet nekas nenotiek, ja nav stimulu. Sadarbība galvenokārt ir atkarīga no cilvēku motivācijas un stimuliem. Angliski saka: "It's all about people." Varētu domāt, ka viss būs kā amerikāņu romantiskajās filmās, kur kaimiņi nojauc žogu, ierauga viens otru un iemīlas, bet realitātē sadarbība ir atkarīga no tā, ko abas puses kopā var panākt un vai redzam tam vērtību.

Augstskolu un biznesa sadarbībai ir daudz vērtību – tā studentiem dod praktiskas iemaņas un palīdz attīstīt dažādas profesionālās un sociālās kompetences, dod papildu iespēju piesaistīt finansējumu, attīsta zinātniskā un akadēmiskā personāla iemaņas, ceļ mācību iestādes un uzņēmuma prestižu, nodrošina potenciālas darbvietas studentiem, dod iespēju uzņēmumiem ietekmēt situāciju tirgū, pilnveidot studiju procesu, radīt jaunus produktus un komercializēt zinātniskos pētījumus.

Adrese: <https://www.delfi.lv/news/versijas/elina-gaile-sarkane-pieaug-informetiba-par-biznesa-un-universitasu-sadarbibas-vertibu.d?id=50386079>