

„Innowacje w procedurach transferu technologii: Nauka-Przemysł”
Projekt realizowany w ramach programu DIALOG 0047/2016

Załącznik 5

Do Zadania nr 6

**Opracowanie: technologia dla przemysłu – środowisko naukowców,
innowatorów, twórców vs. biznes, sektor publiczny
(interaktywne warsztaty, panele z ekspertami)**

Kraków 16.12.2018



Opracowanie

technologia dla przemysłu – środowisko naukowców, innowatorów, twórców vs. biznes,
sektor publiczny (interaktywne warsztaty, panele z ekspertami)



Biznes to relacje. Istnieje bardzo odmienny sposób stylu pracy, bycia i osiągania celów w segmencie biznesowym i naukowym. W celu zbliżenia obu środowisk proponujemy wdrożenie szeregu rozwiązań systemowych i komunikacyjnych, dzięki którym obie strony będą mogły lepiej zrozumieć korzyści ze współpracy i wykształcić relacje, które w przyszłości mogą przełożyć się na współpracę biznesową.

Kluczowa bariera, która ma negatywny wpływ na rozwijanie współpracy pomiędzy biznesem, a nauką jest brak efektywnej komunikacji. Bez świadomości wzajemnych potrzeb, trudno spodziewać się wypracowania otwartości na zasoby badawczo-rozwojowe Instytutu Fizyki PAN.

W ogólnopolskim badaniu ponad 50 proc. przedsiębiorstw stwierdziło, że nigdy nie otrzymało propozycji współpracy od jednostki naukowej, a tylko 2 proc. z nich spotyka się z takimi ofertami często. Na Mazowszu, w najbliższym sąsiedztwie Instytutu Fizyki PAN i jednocześnie polskim zagłębiu biznesowym, tylko 15 proc. przedsiębiorców przyznało, że zetknęło się z choć jedną akcją promującą ofertę jednostek badawczo naukowych. (Poszewiecki A., Współpraca nauki i przedsiębiorstw w świetle badań oczekiwań przedsiębiorców i pracowników naukowych. Synteza wyników, [w:] Warunki skutecznej współpracy pomiędzy nauką a przedsiębiorstwami, red. M. Bąk, P. Kulawczuk, Krajowa Fundacja Kultury Przedsiębiorczości, Warszawa 2009.)

Obserwowane przez nas zamknięcie Instytutu Fizyki PAN na otoczenie biznesowe sprawia, że umocnione zostaną negatywne stereotypy na temat pracujących tam naukowców oraz operacyjności samego Instytutu.

W ocenie twórców raportu stworzenie przyjaznego klimatu do współpracy na linii biznes - Instytut Fizyki PAN jest warunkiem koniecznym do aktywizacji



w zakresie komercjalizacji wyników badań naukowych do gospodarki. Dobrym przykładem instytucji, która rozumie specyfikę tej współpracy jest między innymi Politechnika Warszawska. Pomimo funkcjonowania w tych samych ramach prawno-formalnych, PW dzięki odpowiednim inicjatywom wewnętrznym potrafi niezwykle skutecznie wdrażać swoje projekty badawcze oraz pozyskiwać zewnętrzne finansowanie dla rozwiązań, z których już teraz lub w niedalekiej przyszłości będziemy wszyscy korzystać.

Na kolejnej stronie prezentujemy 10 działań szczegółowych, które budują właściwy klimat dla współpracy z biznesem zostało opracowanych na podstawie zgromadzonego przez twórców raportu doświadczenia, analizy rozwiązań wdrożonych przez polskie i zagraniczne jednostki naukowo-badawcze oraz najnowsze trendy, występujące w marketingu relacyjnym. Cechą wspólną wszystkich działań jest nacisk na bezpośredni kontakt naukowców i przedsiębiorców oraz formalizacja na poziomie budującym elastyczność zamiast barier.

1. Rzecznik biznesu przy Instytucie Fizyki PAN

Rekomendujemy powołanie do życia nowego, samodzielnego stanowiska w strukturze Instytutu Fizyki PAN - Rzecznika Biznesu. Współpraca

z biznesem jest relacyjna, zatem przedsiębiorcy powinni mieć swojego rzecznika w środowisku naukowców. Najważniejszym zadaniem rzecznika będzie budowanie zaufania do IF PAN oraz stymulowanie biznesu do zgłaszania swoich potrzeb, problemów i wyzwań. Stanowisko to powinno zostać obsadzone przez osobę, która nie jest pracownikiem naukowym, ma jednak silnie ugruntowaną wiedzę

i doświadczenie w przeprowadzaniu wdrożeń komercjalizacyjnych.

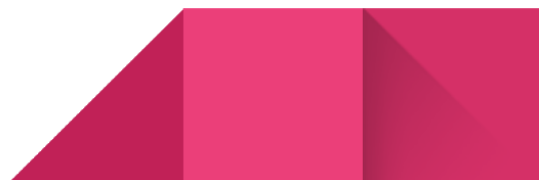


Zadania Rzecznika Biznesu:

1. Pierwszy kontakt dla biznesu.
2. Umiejętne zarządzanie kontaktem między biznesem, a naukowcami i administracją Instytutu Fizyki PAN.
3. Utrzymywanie i pogłębianie relacji z kontaktami biznesowymi wypracowanymi w trakcie konferencji, targów i seminariów.
4. Opracowywanie ofert dla biznesu na poziomie segmentu lub branży.
5. Wsparcie w opracowaniu ofert indywidualnych dla konkretnych przedsiębiorstw.
6. Opracowywanie i budowanie zasięgu dla historii sukcesu w zakresie współpracy z biznesem.
7. Szkolenia dla pracowników naukowych w obszarze komunikacji z biznesem, negocjacji oraz rozmów handlowych.
8. Uczestnictwo w konsultacjach i warsztatach dotyczących praktycznego wykorzystania wyników badań na każdym etapie ich realizacji.
9. Nawiązanie relacji z zewnętrznymi brokerami innowacji w celu skuteczniejszej promocji wyników badań.

2. Rada Biznesu przy Instytucie Fizyki PAN

Rekomendujemy powołanie do życia stałego ciała doradczo-konsultacyjnego, którego podstawowym zadaniem będzie wniesienie ducha przedsiębiorczości do Instytutu oraz stworzenie stałej platformy wymiany doświadczeń. Biznesowi liderzy opinii będą mieli za zadanie przedstawić sposób patrzenia na rozwiązywanie problemów w świecie biznesu, przybliżyć podejście do celów i inwestycji.



Szczegółowe założenia:

1. Rada Biznesu liczy 10 managerów, członków zarządu i praktyków biznesu oraz powoływana jest na 2 letnią kadencję.
2. Spotkania Rady Biznesu odbywają się 6 razy w roku.
3. Gospodarzem spotkań Rady Biznesu jest Rzecznik Biznesu przy IF PAN.
4. Agenda każdego spotkania jest uzgadniana przez Rzecznika, przy czym na każdym zjeździe należy skupić się na przedstawieniu prowadzonych aktualnie projektów badawczych, pomysłów na projekty przedsiębiorcze wśród doktorantów.
W trakcie zjazdu odbywają się min. 3 prezentacje mentoringowe prowadzone przez wybranych członków rady dla pracowników naukowych i administracyjnych.
5. Członkowie Rady Biznesu mogą stać mentorami biznesowymi dla konkretnych projektów badawczych.

3.Dni Biznesu w Instytucie Fizyki PAN

Rekomendujemy organizację raz w roku dnia biznesu w Instytucie Fizyki PAN. Kilkugodzinny event zorganizowany na terenie Instytutu będzie doskonałą okazją do zbliżenia obu środowisk, podtrzymania lub nawiązania nowych kontaktów biznesowych i budowania świadomości mocnych strony Instytutu oraz przedstawienie prowadzonych lub zakończonych projektów badawczych.

Gospodarzem dnia biznesu przy Instytucie Fizyki PAN jest Rzecznik Biznesu.

Proponujemy podział wydarzenia na 4 bloki:

- a) Część Prezentacyjna. Seria 10 krótkich przemówień / prezentacji dotyczących tego w jaki sposób odkrycia i innowacyjne rozwiązania z dziedziny Fizyki kształtują gospodarkę i rozwiązują jej problemy (maksymalnie 15 minut każda).
- b) Debaty – przykładowa dyskusja na temat barier w komunikacji na linii przedsiębiorca - naukowiec.
- c) Mini Targi. Na terenie Instytutu organizowane są mini stoiska targowe grup badawczych, funkcjonujących w ramach IF PAN. Na każdym stoisku uczestnicy mogą pogłębić swoją wiedzę na temat prowadzonych projektów.
- d) Networking. Część nieoficjalna.

4. Profesjonalna obsługa klienta biznesowego

Rekomendujemy stworzenie dodatkowego stanowiska pracy przy Rzeczniku Biznesu - opiekuna klienta biznesowego. Jego zadaniem będzie praca na bazie danych CRM, wsparcie bieżącej komunikacji oraz obsługi zapytań rynkowych.

Proponujemy podział wydarzenia na 4 bloki:

- a) Część Prezentacyjna. Seria 10 krótkich przemówień / prezentacji dotyczących tego w jaki sposób odkrycia i innowacyjne rozwiązania z dziedziny Fizyki kształtują gospodarkę i rozwiązują jej problemy (maksymalnie 15 minut każda).
- b) Debaty – przykładowa dyskusja na temat barier w komunikacji na linii przedsiębiorca - naukowiec.
- c) Mini Targi. Na terenie Instytutu organizowane są mini stoiska targowe grup badawczych, funkcjonujących w ramach IF PAN. Na każdym stoisku uczestnicy mogą pogłębić swoją wiedzę na temat prowadzonych projektów.
- d) Networking. Część nieoficjalna.

5. Inkubator Biznesu

Rekomendujemy stworzenie Technologicznego Inkubatora Przedsiębiorczości (TIP) przy IF PAN.

Traktujemy funkcjonowanie TIP jako działanie wielowymiarowe, które ma na celu:

- a) Zaszczepienie ducha przedsiębiorczości w ramach Instytutu Fizyki PAN
- b) Przedstawienie IF PAN w kontekście innowacyjnych start-up'ów i dobrego klimatu dla biznesu.
- c) Zbudowanie szerokiego zasięgu medialnego (media biznesowe) dla konkursów na start-up'y zgłaszane do realizacji w ramach TIP.

Proponujemy, aby formuła TIP była z góry ograniczona do bardzo wąskiego grona realizowanych inicjatyw, wybieranych w trakcie konkursów na biznesplan. Szczegóły:

- a) inkubacja maksymalnie 8 projektów jednocześnie
- b) maksymalny czas inkubacji wynosi 24 miesiące
- c) nabory do TIP są realizowane 2 razy do roku, w trakcie każdego naboru wybierane są 2 projekty.

Rekomendujemy, by do organizacji konkursu, a także późniejszej realizacji projektów inkubacyjnych pozyskać mecenasów (np. bank lub instytucję finansową zaangażowaną finansowo w projekt) oraz patrona medialnego (np. Puls Biznesu). Istotne jest by wszystkie



wydarzenia mające miejsce w ramach TIP były komunikowane w mediach, np. nowa firma w TIP, sukces realizowanego projektu, wejście na giełdę firmy wywodzącej się z TIP.

Każda firma funkcjonująca przy TIP otrzymuje następujące świadczenia:

1. Osobowość prawną poprzez specjalnie powołaną do tego fundację lub CTT.
2. Dostęp do infrastruktury badawczej na jasno określonych warunkach.
3. Dostęp do infrastruktury biurowej.
4. Mentoring naukowy i biznesowy.
5. Wsparcie marketingowe i prawne.

6. Staże w biznesie dla młodych naukowców

Rekomendujemy stworzenie systemu obowiązkowych stażów w biznesie dla młodych naukowców. Kilkumiesięczne staże w różnych sektorach gospodarki z pewnością przełożyłyby się na większą świadomość tego, co obie strony mogą sobie zaproponować oraz zbudować silniejsze relacje w długim terminie.

W ocenie twórców raportu, tego typu staże byłyby przekroczeniem bariery wśród młodych naukowców, które mogłyby się stać nie tylko ciekawym urozmaicheniem kariery naukowej, ale i punktem wyjścia do dalszej współpracy.

Oczywiście tego typu staże powinny być szeroko promowane i komunikowane w oficjalnych kanałach Instytutu Fizyki PAN.

7.Wspólna oferta dla biznesu różnych podmiotów z Polskiej Akademii Nauk.

Rekomendujemy stworzenie wspólnej sieci utworzonej przez różne ośrodki badawcze i naukowe funkcjonujące w ramach Polskiej Akademii Nauk. Celem inicjatywy jest inicjowanie kontaktów z przedstawicielami biznesu dla wspólnego rozwiązywania bieżących problemów i wyzwań gospodarczych.

Podstawowym i wyjściowym produktem sieci jest audyt zakładający wstępne rozpoznanie potrzeby w zakresie innowacyjności, szans rozwoju oraz przełamywania barier technologicznych. Ważne jest by pierwszy kontakt z firmą oraz wstępna analiza problemu nie generowała kosztów po stronie przedsiębiorcy. Celem takiego podejścia jest przedstawienie potencjalnych korzyści wynikających ze współpracy z naukowcami. Kolejne działania, analizy, audyty lub pomiary są przeprowadzone na zasadach komercyjnych. Efektem pracy sieci mogą być projekty badawcze realizowane przez podmioty z Polskiej Akademii Nauk na rzecz przedsiębiorstw, finansowane przez firmy ze środków własnych lub z udziałem zewnętrznego finansowania (np. środki unijne).

