

ЧОГО ВАРТІ МІЗКИ...



ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВІСНИК
«МОЛОДІ НАУКОВЦІ»

Випуск №6

© ЛММГО «Пантеон наук»

ЧОГО ВАРТІ МІЗКИ...

Львів 2010

Команда «Пантеону наук» вчергове задумується над тим, як в Україні молодій та розумній людині зацікавити енергійних та багатих разом вправлятися у справі, яку сьогодні модно називають «наукоємкий бізнес». В ювілейному випуску пропонуємо Вам пороздумувати разом з нами.

ЧИТАЙТЕ У ВИПУСКУ:

Академічне підприємництво – успішний спосіб комерціалізації ідей та знань творчої молоді	5
Вокс популярі	6
Буденно про наукове...	8
Мізки і гроші: хто кого?	9
Ділові люди об'єднуються. Заради чого?	15
Нам 2 роки: що про нас думають?	21
Рекомендації щодо розвитку академічного підприємництва в Україні	23
Академічне підприємництво та інноваційний потенціал	28
Маю вибір, маю вплив, маю медіа	31

Академічне підприємництво – успішний спосіб комерціалізації ідей та знань творчої молоді

Шляхи реалізації молоді в Україні

Талановиті молоді люди, здобувши вищу освіту чи науковий ступінь, стоять перед вибором: працевлаштування в державних установах, приватних компаніях або створення власного бізнесу. Останній варіант, попри свою привабливість, має певні складності, пов'язані з відсутністю управлінського досвіду, стартового капіталу, ділових контактів, партнерів тощо.

Однозначно, можливість працювати на себе, комерціалізувати власні ідеї приваблює творчих людей. У цьому разі велике значення мають навички успішного ведення бізнесу, притаманні, на жаль, не всім винахідникам, науковцям, працівникам та випускникам вищих навчальних закладів. Ефективним шляхом розв'язання проблеми є розвиток інституцій академічного підприємництва, що спрямовані на створення умов для розвитку підприємництва серед представників науково-освітньої сфери.

Академічний інкубатор підприємництва – європейський досвід

Європейська практика свідчить про можливість університетської молоді реалізувати свої ідеї шляхом створення нових фірм в *академічних інкубаторах підприємництва*, що діють при вищих навчальних закладах. В установах такого типу, крім традиційних функцій інкубатора, виконується низка специфічних дій, скерованих на

навчання підприємництва та комерціалізації нових продуктів і технологій.

Набір до інкубатора відбувається на конкурсній основі. Інкубована фірма діє за принципом відділу у фундації з власним субрахунком. Позитивна особливість такої форми заснування фірми полягає у звільненні молодого підприємця від платежів, пов'язаних зі створенням підприємства та оподаткуванням. Усі витрати фундації діляться на фірми, які діють в інкубаторі, і частково сплачуються інкубованими фірмами залежно від рівня їхніх доходів. Покриття витрат на перебування в інкубаторі відбувається поступово, а повні платежі фірми сплачують за кілька місяців свого існування. Інкубаційний період триває до досягнення фірмою самостійності, однак не більше трьох років. Після виходу з інкубатора фірма зобов'язана сплачувати частину прибутків інкубаторові упродовж часу, що дорівнює її інкубаційному періоду.

Перспективи розвитку академічного підприємництва в Україні

Сьогодні доводиться констатувати лише про функціонування громадських осередків трансферу та комерціалізації ідей серед молоді. Звичайно, частково вони виконують роль академічних інкубаторів підприємництва, проте потребують державної або спонсорської підтримки. Створення успішних академічних інкубаторів підприємництва при провідних університетах країни повинно стати по-

штовхом для розвитку академічного підприємництва в Україні. Велике значення в цьому процесі має ініціатива самих вищих навчальних закладів, управлінський менеджмент керівників у цій сфері, позиціонування університетів як прикладів підприємств, що діють у ринкових умовах.

Підсумки

Підсумовуючи, зазначу, що розвиток академічного підприємництва в Україні відіграє значну роль у самореалізації молоді, зокрема, у **комерціалізації ідей та знань** творчих людей країни – представників науково-освітньої спільноти. Для оптимального впрова-

дження інновацій, потрібно створити систему інституцій академічного підприємництва: інкубаторів підприємництва при університетах.

Реалізація проектів, бізнес-планів, що стануть основою для створення нових фірм при академічних інкубаторах, стане успішною передумовою функціонування розвиненої системи інституцій академічного підприємництва в Україні. Відтак, кожна творча, розумна молода людина, студент або науковець, використовуючи механізми академічного підприємництва, зможе комерціалізувати свої ідеї та знання.

Микола Семенюк

Вокс популі



Юрій Гупало, приватний підприємець, вважає, що інвестувати у науку треба, але зараз немає можливості це робити:

«Наука, бізнес, гроші є пов'язаними. Але зараз, на жаль, мало хто з бізнесменів має змогу інвестувати у науку, у зв'язку з кризою немає зайвих коштів. Чесно кажучи, я

увявлення не маю, які наукові проекти зараз реалізують. Непогано було б, якби кожен охочий міг знайти інформацію щодо наукових проектів міста. Добре, якби на сайті Львівської міської ради, була сторінка, де б були викладені проекти. Кожен підприємець міг би з ними ознайомитись і, можливо, інвестувати в якийсь із них. А взагалі, я вважаю, що бізнес та наука обов'язково мають співпрацювати. Це принесе гарні результати і бізнесу і науці».

Богдан Прах, віце-ректор Українського католицького університету, проректор зовнішніх зв'язків, вважає, що співпраця бізнесу та науки має відбуватися за сприянням держави:

«Напевно співпраця бізнесу та науки у Львові відбувається, але вона є дуже слабкою, на мій погляд, через те, що держава не сприяє такій співпраці. Дер-

жава має підтримувати тих бізнесменів, які вкладають гроші в інноваційні розробки. Але зараз цього немає».

Іван Кульчицький, заступник директор Львівської ЦНТЕІ, вважає, що для активної співпраці науки та бізнесу обидві сторони мають зробити якісь кроки:

«Зараз про співпрацю бізнесу та науки дуже багато говорять. Львів – інноваційне місто, та задля активної співпраці бізнесу та наук це треба багато всього зробити. Наприклад, науковці мають адаптуватися до потреб бізнесу, приглядатися до ринку. Бізнес, у свою чергу, має цікавитися науковими розробками. Зараз комунікація бізнесу та науки почалась, та треба знайти точки дотику, компроміси. Інноваційний бізнес зараз є це дуже тендітним, держава мусить постійно його підтримувати, щоб коли він став міцним та зміг приносити користь державі. Але конкретні приклади співпраці вже є, львівські науковці вирощують саджанці ягідних дерев, які ростуть набагато швидше, ніж звичайно, також є співпраця у сфері альтернативної енергетики. В подальшому бізнесмени та науковці можуть створювати інноваційні підприємства».

Катерняк Ігор, директор організації «Українська система дистанційного навчання» вважає, що налагодження співпраці між наукою та бізнесом у Львові буде тривати ще кілька років:

«Співпраця бізнесу та науки має три рівні: перший – це коли ці дві галузі працюють самостійно, другий рівень – коли бізнес та наука починають спілкуватися, сидати за стіл переговорів, не розуміти одне одного. І третій рівень – це є безпосередньо сама співпраця. Зараз у Львові ми знаходимося на другому рівні, коли бізнес та наука тільки починають спілкуватися, вони розмовляють різними мовами, ображаються одне на одного, та все ж це є початок співпраці. Два роки тому, коли ми провели «Інноваційну весну» - це була відправна точка співпраці. Біда в тому, що бізнесу легше скопіювати якісь технології у західних партнерів, а наука не є конкурентоспроможною у сфері бізнесу, тобто у науковців немає інструментів, завдяки яким вони могли б представити себе на ринку. Але співпраця почалась, сформувався трикутник «влада - бізнес-наука». Тож думаю, за 2-3 роки ми зможемо налагодити взаємовигідну співпрацю».

Антон Скрипник, проект-менеджер компанії Eleks Software, вважає, що науковці мають більше уваги звертати на бізнес:

«Задля продуктивної співпраці бізнесу та науки, перш за все, науковці мають цікавитись потребам бізнесу, пристосовувати свої розробки до потреб бізнесу. Але, на жаль, дуже часто дуже гарні наукові ідеї просто неможливо втілити у

бізнес, або доведення її до виробництва буде коштувати шалених грошей. Головне – знайти дочки дотику».

Сергій Кіраль, начальник управління зовнішньоекономічної діяльності та інвестицій ЛМР, не бачить активної співпраці бізнесу та науки у Львові:

«Системної співпраці науки та бізнесу у Львові я, на жаль, поки не бачу. Як я уявляю собі таку співпрацю – бізнесом мають бути сформульовані потреби – це підготовка кадрів, наукові розробки, що сприятимуть розвитку бізнесу, переходу його на вищий рівень. Створені дослідницькі центри, які фінансуються бізнесом і в яких працюють науковці, розробляючи ту чи іншу бізнес ідею з наукової точки зору. У Львові такого поки немає. В умовах ринкової економіки задля активної співпраці бізнесу та науки має з'явитись попит, тобто, підприємства мають зацікавитись такою співпрацею, зрозуміти ті переваги, які надасть така співпраця, а наука має продемонструвати свою спроможність бути корисною бізнесу».

Підготувала **Аня Вертегел**

Буденно про наукове...

Наука – пріоритет номер один у всіх розвинених країнах. В Україні поки – це лише гучні заявки. У нас справді ставлення до науки двояке: хтось вважає, що справжньої науки в Україні не існує, а все, що продукує наш інтелектуальний бомонд – «копіпасте» і «транслейт». Ще один усталений топос – всі хороші науковці тікають за кордон, а на батьківщині залишаються лише псевдоінтелектуали. Інша, не менш популярна позитивна думка, – науковці є, просто не заявляють про себе, тихесенько займаються своїми теоріями десь у глухому, забутому селі. І ще багато-багато різних стереотипів.

Деякі з них, все-таки, мають істинне підґрунтя.

Але не треба бути суперпрофесором, щоб зрозуміти, що стан україн-

ської науки, м'яко кажучи, бентежить. Маловідомі загалу хороші школи, нема харизматичних науковців, нема контroversійних божевільних винахідників, нема реформаторів.

Якщо спроектувати Ясперсову теорію на стан сучасної української науки, то зрозуміло, що ми випали зі світового процесу. Китай, Японія, Америка задають сьогодні темпи розвитку, ми лиш намагаємось добігти за останнім «гравцем».

Поодинокі випадки наукового осяяння трапляються рідко. Вони несистематичні. Українській науці бракує не лише матеріального вектора, їй бракує дисциплінованості, системності, бракує, зрештою, ідеології в управлінському менеджменті науки. Кожен працює сам на себе і заради себе. Немає єдиної національної мети. Миттєві пориви розпоршують попередні напра-

цювання, безкінечні реформи затягують у вир непорозуміння та хаосу.

Всі наввипередки кричать «немає фінансування». Але здорові психічно люди вже давно повинні зрозуміти, що його і не буде. Ніколи не було. Ніколи не буде. Ресурси обмежені, а потреб багато. Шукати гроші треба самому. І тут постає основна проблема: залучити кошти під абищо не вийде, інвестори серйозні гроші вкладають лише в серйозні проекти. Забави у науковців закінчуються. Починається жорстока боротьба умів за уми, грошей за гроші.

Як не парадоксально, але науковцям ніколи не давали грошей. Більше того, їх ненавиділи, засуджували, переслідували. Хіба не геніальними були

Леонардо, Коперник, Піфагор..? А хто з них купався в розкошах?

Сучасна наука – це бізнес, хороший менеджмент. Від первинної науки залишилось насправді мало. Тому варіантів не багато – вчитись гарно рекламувати та продавати результати власного інтелекту.

Уся проблема не у відсутності гарних проектів, а у незнанні. Незнанні про гранти, про конкурси, про підтримку. І в невмінні переконувати, впевнено доводити своє.

Однак, все змінюється. Зміниться і українська наука. З нами, чи без нас, вона, все ж, зміниться...на краще.

Христина Процак

Мізки і гроші: хто кого?

Співпраця науки та бізнесу – чи не пріоритетне завдання для обох галузей. Особливо у час різноманітних глобалізаційних процесів. Для одних – це пошук коштів, щоб реалізувати власні творчі доробки, ексклюзивні винаходи, для інших – можливість добре заробити на інноваційних проектах. Співпраця – природно необхідна та обумовлена, як безумовні рефлексії у людини. Попри сильні протиріччя, наука без бізнесу, чи бізнес без науки сьогодні – фікшин.

Про особливості співпраці мізків та купюр – у розмові зі спеціалістом.

Досьє: Бельтюков Руслан Олегович – директор Трансферного центру новітніх бізнес-технологій при Львівському інституті менеджменту, 1973 року народження.

Життєве кредо: Постійно треба розвиватись. Але основне – давай цінність і тоді, коли ця цінність потрібна на ринку, вона буде оцінена та адекватно прийнята. Треба спочатку створити цінність. Все решта – другорядне. Кожна людина живе, щоб створювати цінності.

– **Кілька слів про центр – коли він заснований, хто причетний до створення?**

– *Самому Інституту менеджменту цього року, 5 вересня виповнюється 20 років. Бізнес-центру десь до 5 ро-*

ків. Ціллю при створенні був зв'язок інституту, тобто установи яка готує спеціалістів-менеджерів, з бізнесом. Фактично, зовнішнє завдання від бізнесу – це проведення досліджень на розвиток якихось перспективних проєктів. Бізнес-центр мав бути подібним на симбіоз бізнес-інкубатора, центру з постачання кадрів у бізнес. Тобто, пошук роботи для студентів, але відповідно до кваліфікації. Тому наші студенти мають можливість іти на досить успішні підприємства. Це основні завдання бізнес-центру, які ми і виконуємо на сьогоднішній день, єдине, ми трошки змінили стратегію роботи. Розпочали активно співпрацювати з Клубом ділових людей, почали читати семінари, майстер-класи, почали проводити тренінги.

Протягом останніх двох-трьох років бізнес розвивається абсолютно інтуїтивно, тобто, люди не вчать, а потрібно, бо ситуація на ринку праці змінюється щопівроку. Тому треба оновлювати знання. До прикладу, американці зараз дуже активно пропагують систему, яка називається «навчання протягом цілого життя». Держава це фінансує, тобто, дає певні дотації, щоб бізнес міг розвиватися. А в нас вважають зовсім по-іншому: вивчився, отримав вищу освіту і все, далі вчитися не потрібно. На жаль, це не так. Тому що кожна нова посада вимагає певного рівня, певної компетенції, а цими компетенціями, відповідно, треба володіти, інакше виконувати обов'язки фактично неможливо. Знаю це з власного досвіду, я 12 років управляю підприємством. Бачив як мої співробітники росли, як вони

вчилися, як вони розвивалися, тому компанія є на ринку досить успішною.

З точки зору розвитку, основним завданням бізнес-центру є розвиток бізнесу, адже, чим активніше бізнес розвивається, тим активнішим є попит на знання. Наше завдання – пропагувати знання. Якщо вернемось років на 20 назад, то в ті часи було абсолютно нормально, коли будь-які підприємства зверталися в інститути для розробки певних ідей, певних проєктів, проведення досліджень. Тобто, за тим, що пов'язано з бізнесом, але не є прямим завданням бізнесмена, бо бізнесмен повинен заробляти гроші, нести певну цінність, продавати. Так і має бути, бо фінансові піраміди, які були створені до кризи рухнули з приходом кризи. Потім цей зв'язок був втрачений, втрачений за рахунок профанації освіти. Освіта стала більш формальною, ніж системною. Ми освіту перетворили з сутнісної освіти в системну освіту. Навчаються задля того, щоби отримати «корочку», а потім з цією «корочкою» радісно топають на підприємство зовсім не за фахом.

В інституті менеджменту активно пропагувалося і пропагується навчання. Це, я вважаю, єдиний ВНЗ в Україні, де нема взагалі такого питання, як корупція і хабарництво. Якщо ти не хочеш вчитися – не вчись, обирай собі інший ВНЗ. Наш заклад платний. І це також абсолютно нормально, якщо людина хоче отримати якісну освіту, вона має вкласти кошти в це. Погані студенти відраховуються. Це є позиція об'єктивності, завдяки якій ми маємо змогу залишатися конкурентоспроможними на

ринку. Наші студенти зараз активно співпрацюють з польськими вишами, з шведськими.

Для іноземних бізнесменів Україна є дуже цікавою – у нас приріст щорічний сягає мінімум 10-12%, в Європі нормою є 3-4%. Це я називаю післякризові величини, до кризи було 30-35%. Український ринок для них є дуже цікавим, але вони його бояться, бояться тому, що нема хороших спеціалістів, на яких можна покласти, немає фахових спеціалістів.

Зрештою, наша місія в тому, щоб підгрунтя організувати і підготувати. Наш бізнес-центр є першим на території Західної України, який не носить в собі поняття бізнес-центру, до якого ми звикли. Це інтелектуальний бізнес-центр, той, який дає відповіді на основні питання бізнесу. Система бізнесу єдина в усьому світі. На жаль, наші люди не вміють сприймати той досвід і його реалізовувати. Тому зараз до нас звертаються менше, бояться, що дадуть «халяву». Однак, це брехня. Якщо правильно прописане технічне завдання, то ВНЗ дасть хороший результат. Тематики бізнесові в нас в інституті з'являються. Нещодавно ми підписали перший контракт, зараз на підписі ще декілька контрактів на замовлення. Тобто, бізнес повертається до наукових інституцій. Я так думаю, що цей процес триватиме надалі. Підприємство не може охопити все. Воно змушене звертатися в спеціалізовані заклади.

– Ви згадали про бізнес-інкубатори, які зараз активно почали форму-

вати при університетах. Для України – це крок вперед?

– Ми проходили бізнес-інкубатори років 5-7 тому, коли основними завданнями бізнес-інкубаторів була оцінка проєктів і запуск їх в життя. Їм допомагали реєструватися. Наш бізнес-центр розглядаємо в якості бізнес-інкубатора, але трошки в іншому аспекті. Ми маємо дати поштовх не для початку бізнесу, розвитку бізнесу і цей розвиток стимулювати, тобто, брати в цьому участь. Функціонування цієї системи, як я бачу, – це студентські проєкти, які фінансуються бізнесом, і в які студенти вкладають силу, розум, час. Студенти навчаються на цих бізнес-проєктах, а бізнес фінансує і заробляє. Тому розпочинати бізнес без заробітку – нонсенс, всі проєкти мають розвиватися під егідою бізнес-центру. І люди, які ведуть проєкти, керівники груп могли би бути радою директорів. Скажімо, у нас, на Україні, зовсім не використовують таку річ, як напруження інших. Наприклад, людина працює в одному бізнесі і фактично вона спілкується тільки зі спеціалістами свого профілю, вона не дивиться на інші сфери бізнесу.

Буває так, що один процес, який відбувається на металопереробному підприємстві, має на увазі системний організаційний процес, є надзвичайно вигідним для молокопереробного підприємства. Фірми працюють на різних ринках, але отримання інформації з одного процесу дає можливість зекономити. Це, власне, і є завдання бізнес-центру. Ми ці про-

цеси акумулюємо, систематизуємо і маємо можливість впроваджувати на підприємствах свій досвід. Бізнес-інкубатор ми використовуємо не тільки для народження бізнесу, але й для контролю за розвитком.

– З якими сферами бізнесу та конкретними фірмами співпрацюєте? Це рівень окремих підприємств чи комплексний?

– Це співпраця на рівні окремих фірм, бо хто усвідомлює потребу звернення до інституту, той цю потребу реалізовує. Звичайно, ми пропагуємо і пояснюємо чому потрібно вчитися. Зараз в Україні є шалена проблема, так званого, «інтелектуального розриву». Це означає, що керівники підприємств до кризи мали можливість інвестувати в себе хороші гроші, вони мали змогу вчитися, їздити на семінари, курси, отримувати різні сертифікати і дипломи. Це добре, але ніхто не дбає про освіту працівників. Принцип дуже простий – я маю бути розумним, щоб розвивати свій бізнес. Перші, хто почав відчувати кризу, – працівники, тому що їх ніхто не навчав, у них немає потрібного рівня фаховості. Я не раз бачив, як керівник пояснює підлеглому завдання, але працівник не розуміє. Тобто, у них рівень інтелектуального розвитку дуже різний. Виникає питання, а чому ж цього працівника не вчили, коли була можливість? Най-

частіше чую таку відповідь – «Боявся, щоб працівник не пішов».

Існують системи організації праці, стимулювання, які ми можемо розробити для кожного підприємства індивідуально. Тоді можна бути впевненим, що вклавши гроші в працівника, він не залишить фірму і принесе прибуток. В нас цього не робили, тому цей інтелектуальний розрив сприяв поглибленню кризи. Насправді криза в голові, назовні кризи немає, нічого ж не змінилось, ми як їздили в транспорті, так і їздимо, як купували продукти, так і купуємо, тобто системно нічого не змінилось. Якщо є розвиток, якщо є інтелектуальний потенціал, кризи немає. Зараз одна із серйозних проблем в бізнесі – пошук професійних кадрів.

Тому ідеться про те, що інститут має розвиватися в цьому напрямку, тому ми працюємо на замовлення бізнесу. Наші студенти з третього курсу вже прив'язані до бізнесу. Вони проводять дослідження. Наша ціль – створити якісне бізнес-середовище, якого у нас нема. Якщо подивитися на всіх успішних людей світового масштабу, то всі вони стверджують, що починали працювати не заради грошей. Вони створювали цінність і за цю цінність їм платили. У нас все перевернуто «з ніг на голову». Важливо, щоб спочатку була цінність, гроші – потім. Ми тому взяли за бізнес-центр дуже активно, тому спочатку даємо цінність і якість, а згодом гроші. Це нормально і перспективно.

Довідка: Трансферний центр новітніх бізнес-технологій базується на ідеї створення механізму збору та аналізу інформації з різних інституцій громадянського суспільства для розробки та впровадження ефективних управлінських технологій. В центрі можна отримати інформацію про нові можливості та актуальні «ніші» для бізнесу, про тенден-

ції розвитку бізнесу, про специфіку створення та управління інноваційним бізнесом, про міжнародні та українські програми підтримки бізнесу.

У центрі також можна замовити маркетингові та соціологічні дослідження, спеціалізоване навчання для працівників, аналіз фінансового, кадрового, управлінського стану підприємства. Центр надає консультації щодо відкриття власного бізнесу, щодо розширення існуючого бізнесу.

Основні складові трансферного центру НБТ: центр розробки адаптаційних технологій управління та структуризації бізнес-процесів на основі світового досвіду та практичного досвіду закордонних підприємств, центр кадрового менеджменту, центр розробки ринкових структур бізнес-процесів та ринкових стратегій розвитку підприємств, центр інноваційних технологій, центр вивчення та розробки глобалізаційних процесів в економіці, центр бізнес-проекування, інформаційний центр.

– Як ви вважаєте, співпраця і обмін досвідом з міжнародними фірмами та організаціями для України зараз на часі?

– Якщо дивитися з точки зору обміну досвідом, звичайно, Європа зараз живе в зовсім іншому світі, вони зовсім інше мислять. У них більш прагматичне мислення. Обмін досвідом не те, що дасть можливість щось змінити, він дасть можливість людям побачити те, чого вони тут не побачать. Настільки прагматичніше, якісніше, чіткіше там побудований бізнес.

Європа зараз пропагує прості схеми, а в нас намагаються ускладнити. В нас рухаються від складного до простого, в Європі – від простого до складного. Навіть не складного, а ускладненого. Ми пропагуємо думку, що в бізнесі все має бути просто. Проводимо майстер-класи, семінари, тренінги для того, щоби показати людям, що вся фінансова структур підприємства є дуже простою, розрахунки є простими. Не ускладнюйте, робіть це просто і все вдасться. Коли люди бачать, наскільки простими є методики, досвід

того, як це працює в Європі – це дуже важливо. У нас все робиться занадто складно. Для чого? Немає потреби.

Зараз ми налагоджуємо співпрацю з бізнес-центрами інших країн, це дає можливість робити спільний бізнес, тобто, залучати інвестиції в Україну. У Європі практично стерті рамки внутрішньодержавного бізнесу, кордони є відкритими, бізнес є інтернаціональними. В Україні бізнес обмежений рамками кордону. І чим більше на Україну будуть приходити іноземні інвестиції, там швидше ці рамки щезнуть, тим прозорішими вони будуть. Тому обмін досвідом потрібен, щоб наші діти могли їздити в Європу працювати.

Зараз ми активно працюємо з іноземними вишами, щоб вони своїх студентів направляли до нас на практику, щоб вони подивились як працюють наші підприємства. Можливо, в майбутньому вони започаткують тут свої підприємства. Адже у нас справжній «клондайк», швидкість ринків 30-35% на рік. В будь-якому випадку запасів для розвитку ще багато. Якщо за кордоном практично все вже вичерпано, то у нас можливостей є багато. Тому

наш ринок є цікавим, Україна є великою країною, цікавою. Але треба, по-перше, вчити наших працівників, студентів до фахового рівня, отримувати інформацію з Європи, відправляти наших студентів туди, а європейців запрошувати сюди. Тоді ми створимо світовий бізнес-простір.

– Ваші студенти можуть практикуватись на підприємствах. Це тільки львівські заклади, чи є і загальноукраїнські, закордонні? Як часто отримують пропозиції залишитись на роботі?

– Щодо практики, переважають львівські підприємства. Хоча цього року чотири наших студенти їздили на стажування в Америку. Чотири місяці вони стажувалися та працювали в США. Щодо роботи на всеукраїнських підприємствах, зараз це питання ми опрацьовуємо. Проблема в тому, що ставлення до студента в нас погане, його сприймають за працівника, якого попередньо це треба вчити два-три роки. Більшість бізнесменів помиляються, зрештою. Всі наші викладачі – практики, вони викладають не теорію бізнесу, а практику. В нас переважає навчання на кейсах, на ситуаціях. Тобто, людина з інституту виходить досвідчена.

Щодо всеукраїнських підприємств, то тут виникають питання: хто буде оплачувати проживання в іншому місті. Підприємства на себе це брати не хочуть, свідомість бізнесмена ще не дійшла до того рівня, щоб виховувати собі заміну. Ми прийдемо до цього, але дуже болісно, років через п'ять. Чому болісно? Бо

основний фаховий склад нашого підприємства – це люди віком 35-40 років. Через кілька років їм потрібна буде зміна, тоді виникне велика проблема. Зараз найважливіше питання – кадрове. За останній місяці, спілкуючись з керівниками, власниками бізнесу, постійно чую: «Мені потрібні спеціалісти». Всім потрібні спеціалісти, але ніхто ніяких зусиль не застосовує. Маємо хороші інститути, беріть студентів, навчайте їх.

– Ваше бачення взаємодії науки і бізнесу. Наскільки зараз така співпраця реальна в Україні? Чому науковцям складно досягти консенсусу з бізнесменами?

– Є два аспекти: управлінський – це науковці, які працюють в управлінській сфері, і є науковці, які працюють в технологічній сфері. З точки зору технологічної сфери, вся база практично знищена, тут складно щось замовляти науковцям, база знищена. Я з таким стикався на роботі, це велика проблема, яка може вирішуватись через якісь приватні організації, або через іноземні підприємства. Щодо досліджень: у нас зараз купуються іноземні рішення і ці рішення впроваджують, хоча в цьому напрямку ми плануємо почати рухатись років через два. Спочатку потрібно змінити організаційну систему, змінити мислення, що нова технологія, хай навіть дуже затратна, дала змогу заробити кошти швидко. Зараз у нашій державі проблема – всі галузі енергоємні. Чому? Тому що вони не змінювались, з них просто збирали прибуток. Коли ціни на газ піднялися, ці галузі стали нерентабельними. Це

нормальне вимирання старих процесів. Чим швидше все завалиться, тим швидше відбудується. Я прихильник шокової терапії, яка була застосована в Польщі. Підтримую швидкий ефект. Шоковий стан є надзвичайно складним, але якщо зараз подивитися на рівень Польщі, з якою деякий час ми були фактично на рівні, то зараз Польща суттєво від нас відірвалася.

Зараз вже є перші звернення, замовлення на дослідження. Якщо студента вчать, як проводити маркетингові дослідження, то, мабуть, студенти зможуть провести ці дослідження дешевше, ніж інші організації. Але результат буде адекватний, правильний і якісний. Головне – правильно сформулювати технічне завдання.

Ті ж студенти можуть допомагати свіжими поглядами на підприємства. Часом рішення, які приймає фірма, не приносять результату, бо вони були невчасно прийняті.

Якщо зараз запровадити таке рішення, воно буде супервигідним і дасть суперрезультат, тому що зараз воно вчасне. Наука є корисною тим, що у неї неупереджений погляд. Я думаю, що співпраця науки і бізнесу буде розвиватися. За кордоном, наприклад, нормальним є те, що підприємство фінансує навчання у вишій студента з першого курсу і виховує для себе спеціаліста. У нас також так буде.

Розмовляла Христина Процак

Ділові люди об'єднуються. Заради чого?

Ефективність спілкування через соціальні мережі, попри застереження більшості, є. В цьому переконані учасники Клубу ділових людей. Саме завдяки такому засобу спілкування, є можливість «відкопати» нові та цікаві ідеї, звести до купи людей, які взаємовигідні один одному.

Про особливості спілкування сучасних бізнесменів, науковців, митців, і не тільки – в інтерв'ю з керівником проекту «Клуб ділових людей» Миколою Савуляком.

– Клуб ділових людей: яка особливість такої організації? Чим, власне, займається клуб?

– Бізнес-клуб – це громадська організація, називається «Клуб ділових людей», зареєстрований у вересні торік, тобто, цього вересня ми святкували річницю, і з метою створення широкої, міжнародної платформи задля спілкування, обміну досвідом, створення

нових можливостей, запуску бізнес-проектів разом і розвитку такої платформи. З того моменту, звичайно, деякі цілі змінилися, а сама ідея залишилась такою, як і була. Її основою є налагодження позитивних контактів, їх ефективне використання. Клуб зараз займається діяльністю у кількох сферах, перша – це ділові контакти, ділові зустрічі, призначені для налагодження зв'язків, здебільшого, зустрі-

чаються підприємці малого і середнього бізнесу, також фахівці певних сфер діяльності і, взагалі, активні люди.

Перший ефект – це налагодження ділових контактів. Друге – це обмін досвідом, спілкування і запуск нових бізнесових проектів. Тому до ділових зустрічей можна віднести партнерські зустрічі, де збираються більшість учасників клубу і гості, круглі столи на певну тему, зустрічі з інвесторами. Обговорення і запуск певних бізнесових програм, проектів. Ці проекти або впроваджуються з нуля, коли є ідея, або хтось із партнерів клубу їх приносить і вже за підтримки клубу вони розвиваються.

Наступною, другою сферою є навчання. Навчання проводиться на різні теми: бізнес, маркетинг, менеджмент, енергетика бізнесу, хоча акцент робимо на тему бізнес-процесів. Є заходи короткотермінові – майстер-класи, семінари, тренінги, є довші курси на різні теми і, звичайно, найбільш тривалі – програми NBA, *Develop your business*, тобто, ті, які привезені або з-за кордону, або стосуються Львівського інституту менеджменту. Для учасників клубу такі зустрічі намагаємось зробити безкоштовними. Ми зустрічаємось кілька разів на тиждень щодо бізнесових питань з навчання. Для всіх охочих заходи є відкритими, але ми змушені встановити невеличку плату, для того, аби стимулювати швидко зростання клубу.

Третя сфера – відпочинок, культурний і активний, хто який собі обирає. Активний – ігри, пейнтбол, рафтинг. Більшість учасників нашого клубу – молоді люди. Культурний відпочинок – відвідини природи, парків, замків, монастирів. Це робиться, по-

перше, для того, аби люди гарно відпочили, по-друге, познайомились одне з одним в інших ситуаціях, тому що надалі вони розвивають свої стосунки як ділові партнери. В офісах люди одягають маски, а під час неординарних чи екстремальних ситуацій вони їх знімають, забуваються, що треба грати певну роль. Це цікаво і корисно.

– Наскільки масштабною є діяльність клубу? Скільки у вас учасників?

– Однозначно назвати кількість учасників зараз важко, тому що в липні були переформатовані умови клубу, і тільки в серпні почався набір. Зараз «гарячих людей», тих, з якими ми можемо працювати, більше 500. Серед тих, з якими ми вже працюємо – 70 осіб, тобто, це люди, які вже офіційно вступили в клуб. Потрібен час, щоб зареєструвати інших, тому що попередній реєстр ми призупинили і почали набір заново.

– Які проекти вже реалізував Клуб ділових людей? Чим можете похвалитись?

– Щодо реалізації проектів, в травні ми проводили зустріч, на якій представляли проекти. Ці проекти вже запуснені в реалізацію. Зокрема, серед найцікавіших – гуртівні продуктів харчування та завод. Гуртівня вже працює, завод – на стадії підготовки, зараз там якраз ставлять обладнання.

– Серед учасників клубу є відомі люди Львова? Хто може долучитись до вашого клубу?

– Учасниками клубу не можуть бути фірми чи організації, учасниками

можуть бути тільки особистості, тобто, люди, а вже люди можуть володіти компаніями і фірмами. Клуб займається тільки особистостями. Якщо говорити про те, чим вони володіють, то це, переважно, малий і середній бізнес. Ми співпрацюємо з ректорами львівських вишів, митцями, тобто, відомими особистостями.

– Серед проектів, які ви реалізуєте, чи є такий напрям, в якому б взаємодіяли наука і бізнес?

– Взаємодія науки і бізнесу вже почалася, хоча ми не є частиною Львівського інституту менеджменту. Але, все ж таки, ми знаходимось тут. Чому? Тому що нам цікаво співіснувати на якійсь певній площині. У них є певний ресурс, наприклад, студенти, яких ми залучаємо до бізнес-проектів вже з першого курсу. Якщо в них є ідеї і бажання, вони можуть братися за проект, якщо в них є амбіції до цього, то за підтримки вони можуть реалізувати його наступних три-чотири роки. Можливо проект виживе, можливо ні, але через нього студенти отримують досвід та підтримку. І, можливо, наприкінці навчання вони вийдуть із інституту з власним бізнесом.

Щодо більш серйозних спілок науковців та об'єднань, то ефективного налагодження контактів між науковцями і людьми, які займаються бізнесом, ще не відбулося. Інколи вони перетиналися, але здебільшого люди бізнесу не хочуть багато слухати та читати. Більше однієї сторінки А4 ні я, ні хтось інший не читає. Це важко зрозуміти. Але ми відкриті

до співпраці, бо інколи науковці висувають ідеї, але в них немає досвіду та ресурсу для її реалізації. Бракує або коштів, або партнерів, або просто підтримки. Якщо людина розуміє, що вона хоче зробити, якщо вона все це написала на папері і має якісь напрацювання, то цей проект можна розглянути і зробити висновок, чи треба його підтримувати. Якщо його можна підтримувати, тоді збираються члени клубу, які зацікавлені в цьому проекті, дописуються свої зауваження до проекту, все обговорюється. Є велика ймовірність, що цей проект буде реалізований. Власник ідеї залишається власником. Якщо є щось, що потрібно додати в проект, чи гроші, чи знання, чи просто контакти, тоді він отримує партнерів та співвласників до бізнесу. Але треба мати чітке уявлення щодо ідеї.

Науковцям самостійно переважно важко коротко та лаконічно викласти свої напрацювання. А інвестори, як ви казали, потребують чіткої, структурованої інформації. Чи варто людям науки звертатись до посередників?

Одна людина не може займатись всім. Справа науковця – це розробка чи дослідження чогось, все інше треба віддати фахівцям. Яким би сильним не було бажання максимально розповісти про свій проект, треба вміти презентувати його за хвилину. Вже після того, як проектом зацікавляться, можна розписувати його далі. Треба використовувати звичайні слова, звичайні пояснення і робити власні розрахунки, бо в час кризи ніхто не інвестує лишні кошти.

*Наш девіз:
«Молоді науковці –
для молодих науковців!»*



ЛММГО «Пантеон Наук» – заснована молодими вченими Національного університету «Львівська Політехніка» Миколою Семенюком, Оленою Ковальновою, Олександром Турленком, Богданом Микийчуком у вересні 2008 року у Львові.



Ми заснували інформаційний вісник «Молоді Науковці».

«Пантеон Наук» став ініціатором конкурсу «Грані Науки» на найкращі статті про українську науку.

Спільно з польськими партнерами провели тренінг з академічного підприємництва.

Засновники організації брали участь у Фестивалі Науки 2010 року.



– Ваша особиста думка, зараз в Україні співпраця бізнесу і науки справді дуже важлива, чи, все-таки, бізнесмени не бачать в українській науці перспектив?

– Якщо говорити про проекти, то всі звичайні дослідження є не цікавими. Але щодо побудови проектів сьогодні є люди, які готові вкладати кошти, готові працювати, обговорювати. Ми працюємо за принципом «якщо я не готовий вкладати гроші, то кажу «ні» і передаю інформацію іншим людям». Так люди справді знайомляться.

Якщо один проект не сподобався інвесторам, то завжди можна розробити інший. Треба дати підприємцю можливість робити вибір. Можливо, перший проект запрацює через 3 місяці, а десятий – через місяць. Не треба зосереджуватись на чомусь одному. Головне – правильно презентувати проекти.

– Ваша «школа» успіху? Ваші поради, як людині досягти успіху? Якими мають бути правильні кроки?

– Якщо говорити з власного досвіду, то перше – це оптимізм, навіть інколи нездоровий. Будь-який позитивний і негативний досвід треба використовувати в наступному кроці. Завжди виникають форс-мажори, проблеми, але не треба все брати близько до серця. Треба йти вперед, тоді мрії здійснюються.

– Учасники вашого клубу мають якісь переваги?

– Перша перевага – досвід, тобто, мережі людей на великих і маленьких зустрічах. На таких зустрічах присутні люди бізнесу від 10 до кількох сотень. Навіть якщо є мало бізнесменів, то є достатня територія, щоб працювати. Кожен з цих десяти має це десять людей в оточенні, це вже ресурс, це перша перевага. Друга перевага – це те, що людина може знайти, кого шукає. Треба правильно поставити завдання: чи партнер у бізнесі, чи партнер для спілкування. Такі випадки є, починаючи від того, що створюється новий бізнес і закінчуючи тим, що створюється нова сім'я. Від бізнесу до особистого життя. Далі – бізнес-проекти і бізнес-можливості.

– Ідея створення бізнес-клубу виникла мимовільно, чи за аналогією з якоюсь закордонною організацією?

– Подібної організації за кордоном не бачив. Хоча є організації, які займаються об'єднанням людей. До прикладу, бухгалтери клубу міжнародного, який працює в Німеччині. У Львові серед подібних – Європейська бізнес-асоціація, Торгово-промислова палата. Такі заклади відіграють свою роль, мають певні цілі. Ми хочемо зробити широку організацію. Якщо інші клуби мають по 30 осіб і вступити в клуб досить дорого, то ми хочемо залучити тисячі людей.

Розмовляла Христина Процак

Нам 2 роки: що про нас думають?

Євген Філяк, кандидат біологічних наук, співзасновник та президент ЛОГО «Центр розвитку науки»:

«Громадських організацій у Львові є дуже багато, але реально працюють з них близько 2%. Але чим більше людей хоч щось робить, тим краще. Хлопці з «Пантеону наук» - молодці. У них є сайт, вони є активними в плані Інтернет-діяльності. Це саме те, що зараз потрібно Львову. Тож я бажаю хлопцям та дівчатам з «Пантеону наук» натхнення та сили».

Михайло Яворський, директор Львівського державного центру науково-технічної і економічної інформації:

«Пантеон наук» є дуже дієвою організацією, разом ми провели Всеукраїнський конкурс «Грані науки», тренінг з академічного підприємництва. «Пантеон наук» є гарним прикладом самоорганізації молоді. Адже розвитку можна досягти саме через самоорганізацію та творення професійного середовища. Я повністю задоволений співпрацею з цією організацією. Перспективи «Пантеону наук» залежать від них самих, та ця організація претендує на роль однієї з площадок академічного та підприємницького середовища, де бізнес та наука будуть тісно співпрацювати».

Леся Довганик, директор Львівського обласного молодіжного центру праці:

«Мені доводилось співпрацювати з «Пантеоном наук». Вони – на часі, вони є дієвими та оперативними. Зараз така організація дуже потрібна Львову. Свої напрацювання у науці вони можуть впроваджувати у бізнес. Згодом «Пантеон наук» може стати провідним містком між наукою та бізнесом, саме через них знання будуть перетворюватись на бізнесові ідеї, а згодом – на інноваційний бізнес».

Олена Рибка, співзасновник громадської організації «Бочка» (Харків):

«Пантеон наук» для мене – як запис у блокноту про щось дуже важливе. Принаймні, інколи саме це примушує згадати, що я собі не просто так митець із десятками фестивалів у планах, а ще й науковець, якому треба дисертацію захистити. Найбільше запам'ятався конкурс «Грані науки» - як свідчення того, що молодь переймається не тільки своїми справами (хай навіть вони є надзвичайно актуальними й важливими для розвитку науки), а й загалом станом освіти й науки. Імпонувало те, що учасники пропонували шляхи розв'язання проблем, а не констатували «шеф, всьо пропало». Мені пощастило перечитати всі роботи,

надіслані на конкурс. Не скажу, що мій рейтинг збігся із остаточним розподілом призових місць, але схема була цілком прозорою і об'єктивною. Це досягнення, як на мене. Радую те, що «Пантеон», як і заповідалося, намагається об'єднати молодих науковців. І то не просто за регіональним принципом, а ще й за галузевими ознаками. Можливо, скоро це переросте у грандіозний міждисциплінарний проєкт, який доведеться осмислювати найкращим дослідникам філософії науки».

Антон Дробович, переможець конкурсу «Грані науки» (Київ):

«В першу чергу, участь і перемога в конкурсі «Грані Науки», як і в будь-якому іншому конкурсі, укріплює віру в те, що роблю. Перемога – це не тільки факт глоричний, але і гносеологічний. Тобто, коли твої думки високо оцінюють, це підтверджує актуальність того, що тебе хвилює, доводить, що йдеш правильним шляхом і відчуваєш суспільно-актуальні теми. Із спілкування з іншими переможцями відкрив для себе деякі тонкощі у класифікації наукової компетентності.

Крім того, конкурс довів, що локальні проєкти з цільовим фінансуванням розробки певної проблематики є ефективними і, у вищій мірі, відповідають духу науки. Звідси випливає, що запропонований розвиток певної тематики і конкурсний відбір з неї, є реальним способом досягти приросту наукових та аналітичних знань і залучити активних молодих науковців до обговорення актуальних проблем науки в Україні. А ще відкрив для себе потужний осередок науковців та організаторів в Львівській політехніці. «Грані науки» - не знайте граней у своїй діяльності».

Євгенія Северяніна, учасник тренінгу з академічного підприємництва, кандидат фізико-математичних наук, менеджер програм Фонду цивільних досліджень та розвитку США (CRDF):

«Я вважаю, що участь в тренінгу була корисною для мене, тому що я отримала інформацію «із перших рук» про стан справ і діяльність технопарків і інкубаторів в Польщі. Важливо, що презентації робили саме ті, хто провів багаторічну складну роботу по встановленню і розвитку інкубаторів, подолав певні труднощі і досягнув успіху. Дуже корисним, з моєї точки зору, була також «практична робота» із створення концепції інкубаторів і їх презентації учасниками тренінгу. Це є приклад обміну досвідом тими, хто вже працював в цій сфері в Україні. Тренінг був добре організованим, приміщення зручним і затишним, що також сприяло ефективній роботі. Хочеться подякувати організаторам, експертам і учасникам тренінгу за їхню працю, нові знання і нові контакти, що були отримані».

Підготувала Аня Вертегел

Рекомендації щодо розвитку академічного підприємництва в Україні

Для розвитку інституцій академічного підприємництва в Україні, необхідно висвітлити проблеми академічного підприємництва, розглянувши такі питання:

1. Відкритості академічного середовища (студентів, докторантів, академічного персоналу, кадрів – творчих працівників, управлінського персоналу) до підприємництва.

2. Можливості комерціалізації та трансферу нових знань та інновацій, що створюють навчальні заклади у результаті наукових досліджень.

3. Трамбування закладу чи дослідницького інституту як своєрідного підприємства, що функціонує згідно з ринковими правилами.

Напрямки розвитку академічного підприємництва повинні впливати із державної стратегії інноваційного розвитку економіки і при цьому враховувати пріоритетні регіональні стратегії. Розбудова української моделі підприємництва має враховувати позитивний європейський досвід, а також починатись із ініціатив конкретних наукових осередків, що координуються на регіональному рівні.

Останнім яскравим прикладом поширення ідеї академічного підприємництва Україні став тренінг із академічного підприємництва, що відбувся 14-16 жовтня 2010 року у Львові. Польські та українські експерти провели цикл лекцій, практичних занять для фахівців інноваційної сфери.

Враховуючи напрацювання українських та закордонних експертів і ре-

зультати тренінгу з академічного підприємництва, було сформовано цілу низку рекомендацій на законодавчому рівні, рівні державних наукових установ і бізнес-структур.

Рекомендації для науково-дослідних установ

Вищі навчальні заклади та науково-дослідні інститути повинні розпочати практичну діяльність в інноваційному процесі шляхом управління інтелектуальною власністю, пов'язаною з результатами досліджень. Для цього потрібно усвідомити суспільну місію науки, ставити реалістичні цілі, знаходити відповідні фінансові джерела, готувати професійні кадри для відділів трансферу технологій. Одним із варіантів підвищення ефективності процесу передачі та впровадження в економіку інноваційних технологій, створених науковими та освітніми закладами, є розробка і впровадження внутрішніх регламентованих процедур передання назовні інтелектуальної власності, а також створення професорських чи студентських спілок типу «spin-off».

Процес впровадження на ринок інновацій з допомогою фірм типу «spin-off» може стати для України дуже корисним, коли ці нові підприємства засновують на інтелектуальній власності навчального закладу.

Керівництву наукових та освітніх закладів доцільно усвідомити переваги, що виникають в результаті активної співпраці з ринковим сектором еконо-

міки. Також важливо розуміти небезпеку недостатньої уваги до формування власної політики закладу з питань інтелектуальної власності.

В науково-освітньому середовищі має відбутись усвідомлення важливості охорони інтелектуальної власності. Курс питань із охорони інтелектуальної власності повинен стати обов'язковим для всіх студентів.

Важливо прищеплювати підприємство на кожному етапі освіти, розвивати вміння самопрезентації та самоуправління. Доцільно в гуманітарних і технічних закладах запровадити навчальні курси зі сфери управління, фінансів, маркетингу. Високоосвічені випускники краще розуміють засади функціонування економіки і підприємств, краще пристосовуються до вимог ринку, відповідно їм менше загрожуватиме безробіття. Головною метою має бути максимізація користі для суспільства від досліджень із бюджетним фінансуванням. Ця користь позначиться на регіональному економічному розвитку, з'являться нові підприємства, товари, послуги, місця праці і зросте якість життя.

Користь для наукового та освітнього закладу полягає у можливості залучення більшої кількості студентів і аспірантів, запобіганню відтоку висококваліфікованих учених, а також оптимізованому доступу до додаткових фінансових джерел на дослідження та розвиток.

Рекомендації для промисловості та дослідних установ

Розвиток економіки, що базується на знаннях, може здійснюватись лише

шляхом ефективної співпраці науки та економіки, в якій щораз більшу активність виявляють науково-дослідні установи. Асоціації та союзи промисловості та сектору Д+Р (дослідження та розвиток) мають розвивати і формувати базові засади взаємного розуміння та співпраці між сектором науки та економіки, у тому числі, створювати приклади кращого досвіду такої співпраці. Має реально існувати правильно окреслений процес трансферу технологій з науково-дослідних інститутів та вищих навчальних закладів у промисловість. У цьому процесі головну роль відіграє оцінка ринкового потенціалу для нової технології, а також етап розробки бізнес-моделі для нової технології. Бізнес-модель має містити план впровадження нового продукту на ринок зусиллями відповідно підготовленої команди при використанні чітко ідентифікованих фінансових джерел (власний капітал, капітал від бізнес-ангелів, зародковий (seed) капітал, венчурний капітал та інші).

Значну роль у створенні нових фірм відіграють організації, які надають підтримку підприємству, а передусім ті, що володіють інструментами правильної оцінки технологій та їхніх ринкових шансів.

Рекомендації для політиків та законодавців

Польський досвід сфери академічного підприємництва свідчить, що розвиток технологічних парків залежить від ініціатив органів самоврядування та вищих навчальних закладів. Зокрема, основна частка фінансування Вроцлавського технологічного пар-

ку лежить на плечах місцевої влади. Технопарк у Вроцлаві займає 35 тисяч квадратних метрів офісних та виробничих приміщень, лабораторій, до його складу входить Нижньосілезький академічний інкубатор підприємництва, понад 100 підприємств, кластер Nuribiomed, який об'єднує інтелектуально-підприємницький капітал 6 областей хімічної галузі країни, в технопарку створено 1200 робочих місць. Познанський технопарк при загальній площі 4,6 га містить технологічний інкубатор, 5 науково-дослідних центрів, 6 фондів, понад 50 підприємств, в технопарку зайнято 300 працівників. Діяльність технопарків спрямована на підтримку ефективної взаємодії науки та бізнесу, створення та інкубацію інноваційних фірм, розвиток дослідницьких центрів. Треба зауважити, що Вроцлавський технологічний парк та технопарк у Познані є успішними осередками реалізації інноваційних продуктів у Польщі.

Загалом, в Європі більшість наукових досліджень проводять в університетах, а дослідно-конструкторські роботи зосереджені в промисловості. Обидва сектори необхідні промисловості, що базується на знаннях, і повинні підтримуватись державою. Усунення бар'єрів трансферу знань має стати основним завданням державної політики. Від центральної та регіональної влади слід очікувати реальної підтримки шляхом створення інноваційної системи, впровадження загальнодержавної інноваційної політики та регіональних інноваційних політик, забезпечити відповідними інструментами та фінансовими засобами. Обов'язковим елементом цих політик є підтримка

розвитку мережі співпраці адміністрації, науково-дослідних установ, інноваційних центрів і підприємницьких структур, шляхом формування регіонального партнерства, що сприятиме становленню академічного підприємництва. Є низка країн, які впровадили свою політику і інструменти, що сприяють трансферу знань. Це державні субсидії, податкові пільги, зародковий капітал, інфраструктура інкубаторів. Такий підхід трактується як взірць для наслідування і в інших країнах ЄС. Ми вважаємо, що Україна повинна також адаптувати до своїх умов кращі європейські приклади підтримки інновацій. Для максимально успішної співпраці з європейськими партнерами треба мати або формувати загальнодержавні чи регіональні програми сприяння у цій галузі.

Зіставлення українського досвіду з досвідом інших країн і регіонів приносить практичні ефективні результати. Користь із трансферу технологій змещена в часі і часто має загально-суспільний характер. Центри трансферу технологій (ЦТТ) мають фінансуватися із різних джерел, у тому числі бюджетних. Необхідною є допомога у підготовці створення проектів та розробці бізнес-планів діяльності осередків інновації: центрів трансферу технологій, академічних інкубаторів підприємництва, академічних інкубаторів і технологічних парків. Для повного використання потенціалу українських науково-дослідних інститутів і вищих навчальних закладів необхідна фінансова підтримка зі сторони державних органів та місцевого самоврядування. ЦТТ мають отримати, принаймні на початку своєї діяльності,

підтримку на здійснення основної діяльності, що стосується комерціалізації технології, а також на підвищення кваліфікації персоналу. Інвестиції в ЦТТ є довготерміновими. В Україні, як і в інших країнах, важливим аспектом є спрощення організаційно-правових умов здійснення підприємницької діяльності. Необхідною є лібералізація законів про працю, у тому числі, полегшення процедури працевлаштування та звільнення працівників, що дозволить підвищити гнучкість фірм та їх швидше пристосування до змін ринкових умов.

Рекомендації для організаційної підтримки бізнесу

Європейські проекти надають можливість навчитись на прикладі кращих зразків, ознайомитись із програмами, які реалізують в інших країнах, а також уникнути їхніх помилок. Це дуже дієві способи навчання, які допомагають зменшувати ризики і забезпечують більш комфортну ситуацію для українських ініціаторів. Такі можливості надають 7-ма рамкова програма ЄС, програма Добросусідства, стипендіальні програми, програми Міністерства закордонних справ Польщі та інші. Найбільш ефективним є безпосередній контакт із більш досвідченими організаціями з інших європейських країн через пряму участь у спільних проектах. Багато українських організацій уже мають такий досвід і продовжують використовувати ці можливості. Шлях до навчання у найкращих через участь у європей-

ських проектах є відкритим. Європейська комісія надає великого значення специфіці трансферу технології у кільканадцяти окремих секторах. Таку секторну специфікацію повинні шукати осередки сприяння академічному підприємництву. Наприклад, набутий досвід Львівського ЦНТЕІ у рамках міжнародних, національних і регіональних проектів дозволив опрацювати особливості трансферу технологій в інформаційно-комунікаційній сфері, будівництві, енергетиці, екології, туризмі, оздоровленні, а також запропонувати підходи до впровадження інновацій в управлінській діяльності. Участь у різноманітних заходах сприяє встановленню контактів, які можуть дати початок новим проектам, а також служити трансферу технології. Українські ЦТТ також можуть тісно співпрацювати на міжнародному рівні. Таку можливість може надати, наприклад, Польська асоціація центрів інновацій і підприємництва в рамках співпраці з польськими центрами трансферу технології, а також участь у секції академічних інкубаторів.

Істотним бар'єром на першому етапі функціонування фірми є відсутність стартового капіталу. Важливим стає створення умов для функціонування фірми і початкова фінансова підтримка. Наприклад, створення програм, що знижують ризик венчурних фондів, а також приватних інвесторів, у випадку інвестування у новостворені фірми. У процесі заснування малих технологічних фірм важливу роль відіграють науково-технологічні інкубатори. Завданням інкубатора є допо-

мога новоствореному підприємству і полегшення функціонування під час найважчого періоду 2-3 роки існування. Інкубатори надають підприємцю-початківцю доступ до необхідної інфраструктури, послуг та консультацій підтримку. Завдяки значній менеджерській та технічній допомозі новостворені фірми мають більші шанси утриматись на ринку. Вони несуть менші витрати входження на ринок порівняно з підприємствами, які змушені розраховувати тільки на себе. Ці фірми також використовують досвід і знання працівників інкубатора. У випадку ефективно діючих інкубаторів коефіцієнт виживання інкубованих фірм у 2-3 рази вищий, ніж у фірм, які діють поза інкубатором. Відмінні результати дають заходи, що поширюють академічне підприємництво, наприклад, у формі конкурсів бізнес-планів. Такими подіями треба зацікавити приватних інвесторів, а також венчурні фонди.

Діяльність центрів трансферу технологій (знань) повинна здійснюватись на професійному рівні (знання права, бізнесу, специфіки науково-освітнього середовища тощо). Необхідно підготувати комплекс процедур, корисних університетам, які захочуть надавати ефективний доступ своїм працівникам до інтелектуальної власності, до створення нових фірм (spin-off), або ж продавати на ринку патенти чи ліцензії. Це повинно бути форми добровільного набору правил, придатних для використання та узгоджених із чинним законодавством.

Добровільна співпраця ЦТТ може принести помітну користь у вигляді

створення мережі співпраці і обміну досвідом. Це полегшує передачу хорошої практики і сприяє представленню поглядів середовища, пов'язаного з ЦТТ на тему створювальних правових норм, що стосується інноваційності і трансферу технологій. Національна організація, що об'єднуватиме ЦТТ, має організувати навчання осіб, які працюють в осередках. Для отримання відповідних знань і навичок потрібні інтенсивні навчальні курси. За допомогою ЦТТ треба формувати підприємницькі навички та менеджерські здібності науковців. Досвід доводить, що причиною більшості поразок нових фірм є не технологія, яка впроваджується, а проблеми, що виникають із некомпетентності керівних осіб (зазвичай, творців технологій) у комерційній діяльності. Більшість наукових працівників, що прагнуть зайняти комерціалізацією досліджень, проведених власною творчою групою, проявляють недостатні комерційні здібності, а також незнання реалій ринку. Напрямок підтримки академічного підприємництва повинен знайти суттєве відображення і місце у програмах сприяння підприємництва та діяльності організацій з підтримки бізнесу.

Академічне підприємництво є інструментом входження в бізнес талановитої молоді. Наданням належного значення цьому напрямку діяльності на загальнонаціональному рівні сприятиме покращенню конкурентної позиції України в умовах нової економіки знань.

**Микола Семенюк,
Іван Кульчицький, Криштоф Засядли**

Академічне підприємництво та інноваційний потенціал

Сьогодні побутує думка, що інноваційна парадигма економічного розвитку України загалом та її регіонів може бути реалізована лише при врахуванні соціогуманістичних засад цивілізаційного розвитку, трансформації інноваційного потенціалу суспільства у духовно-інноваційний потенціал. І з цим не можна не погодитись. Роль знань у формуванні бізнес-структур та активізації їх інноваційної діяльності помітно зростає. Це є визначальним чинником науково-технологічної конкурентоспроможності України.

Водночас підвищується усвідомлення необхідності організаційно-управлінських трансформацій вищої школи. Ця необхідність стала очевидною після радикальних геополітичних змін, що відбулися на початку 90-х років ХХ століття, і завершення процесів перетворення постіндустріального суспільства в глобальне суспільство, засноване на знаннях (інформаційне суспільство). Основним інструментом розвитку економіки держав стали знання, тобто, сьогодні можемо говорити про економіку знань. Відповідно змінилися статус університетів та соціальна оцінка їх ролі як організацій з виробництва та розповсюдження знань у глобальній економіці.

Академічне підприємництво у цілому світі є сучасною формою організації інноваційної діяльності на базі інтелектуального потенціалу університету та інших вищих навчальних закладів (ВНЗ). Філософською концепцією такого підприємництва мож-

на вважати соціально відповідальний маркетинг, що передбачає задоволення потреб учасників бізнес-інкубатора, отримання прибутку і одночасне врахування інтересів суспільства (шляхом сприяння виробництву екологічно чистої продукції, енергоощадних технологій та ін.).

Роль академічного підприємництва в розвитку малого і середнього бізнесу є вагомим. Для забезпечення науково-технологічного та інноваційного розвитку різних регіонів, зближення їх наукового та освітнього потенціалу з матеріально-технічною базою промисловості створюється малий інноваційний бізнес. Найуспішнішими формами діяльності такого бізнесу є технопарки, бізнес-інкубатори та інші інноваційні структури. Ефективність їх діяльності забезпечується при активній співпраці розробників та винахідників з виробниками, органами місцевої влади та споживачами.

Створення підприємств у межах ВНЗ його співробітниками відбувається з метою реалізації результатів власних наукових розробок та отримання комерційної вигоди. Науковим підприємцям легше психологічно перебудуватися з наукового оточення в комерційне, якщо їх малий бізнес розташований поблизу вищого навчального закладу.

Існує ряд переваг роботи наукових працівників у сфері бізнесу: – вчений-підприємець, набувши за роки наукової праці глибоких знань, набагато краще знає сферу бізнесу, із якою має справу, ніж фахівці, що за-

їнялися цією справою без ґрунтовної підготовки;

– вченому, легше опанувати фінансовий аспект справи, маркетинг, бухгалтерію в малому бізнесі, отримуючи консультативну допомогу від колег-фахівців різних сфер;

– сучасні дослідження, які виконують науковці, мають, як правило, комплексний характер і це дає змогу майбутнім підприємцям з легкістю, подолавши лише психологічний бар'єр, пристосуватись до нових умов праці.

На ефективність функціонування форм організації інноваційної діяльності (технопарків, бізнес-інкубаторів) впливає державна, науково-технічна та регіональна політика, рівень технологічного розвитку, роль державних і недержавних органів, стан економіки країни і можливості доступу до ринків, рівень розвитку і якості життя у регіоні.

Академічний бізнес-інкубатор – організаційна структура, метою якої є формування сприятливих умов для стартового розвитку малих підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів: консультацій з бізнес-планування, юридичних, податкових та інших питань; офісних, виробничих, лабораторних та інших площ в оренду; технічно-адміністративне обслуговування, пов'язане з поштовими послугами, підключенням Інтернету, телефону, факсу; допомога в пошуку інвесторів, залучення кредитів, стартове фінансування новостворених компаній; послуги бухгалтера, фінансиста, економіста, маркетолога, менеджера та інші економічні послуги; проведення презентацій, виставок, конкурсів, конференцій; допомога у впровадженні

нових технологій, ноу-хау, інноваційних продуктів; проведення тренінгів, курсів перепідготовки, навчання за програмою різних економічних дисциплін, необхідних для ведення бізнесу; створення баз даних, передавання нових інформаційних технологій, Інтернет-центрів і мереж; допомога в пошуку роботи, внесення до бази даних професій і вакансій, підготовка резюме, підготовка до співбесіди з роботодавцями; видання буклетів, рекламних проспектів, листівок, новітніх методичних розробок.

Партнерами академічних бізнес-інкубаторів можуть бути:

– місцеві органи влади, які надають йому статус бізнес-інкубатора та забезпечують необхідною підтримкою, якщо з'являються певні проблеми;

– банки та інші кредитні установи, що являються джерелом залучення інвестицій новоствореного бізнесу;

– об'єднання підприємців, що впливають на формування економічної політики, визначають пріоритети та перспективи розвитку економіки даного регіону;

– наукові установи та вищі навчальні заклади, що сприяють залученню нових кадрів підприємців, висококваліфікованих фахівців, а також установ для проведення навчання і перепідготовки працівників компанії, налагодження ділових контактів, обміну досвідом, знаннями.

Активізація зусиль у сфері академічного підприємництва позитивно впливає на розвиток регіону. Це проявляється у зростанні кількості робочих місць та зайнятості населення, розвитку регіональної інфраструктури, підвищенні рівня життя населення,

скороченні витрат місцевого бюджету, пов'язаних з безробіттям; збільшення надходжень в місцевий бюджет.

Ціль створення академічних бізнес-інкубаторів полягає у формуванні сприятливого економічного і соціокультурного середовища для генерації ідей та успішного їх втілення на регіональному (загальнонаціональному) їх рівні. Засади створення – узгодження інтересів бізнесу та науки, підвищення ефективності партнерства. Особливості зумовлені тим, що це соціальний, а не комерційний проект.

Перспективи академічного підприємництва в Україні визначаються такими факторами:

- ріст попиту підприємств на нові технології, консалтинг та інформаційне забезпечення;
- можливість зменшення витрат підприємств через оренду основних засобів бізнес-інкубаторів, а не їх придбання;
- переконання інвесторів підприємцями у вмінні розпорядитися наданими їм капіталовкладеннями через навички набуті під час навчань і тренінгів;
- швидке становлення і пристосування до ринку фірмам, що починають свій бізнес, в умовах фіскальної політики, завдяки підтримці фахівців;
- концентрація уваги підприємців на збільшенні збуту продукції, спричиненій росту конкуренції на ринку, що вимагає підтримки спеціалістів-фахівців у цьому напрямку, та інших, суміжних напрямках ведення підприємницької діяльності.

Ефективне функціонування технопарків, бізнес-інкубаторів та інших малих і середніх інноваційних підприємств потребує створення розвинутої інноваційної, ринкової та управлінської

інфраструктури. Це пов'язано із активною діяльністю інноваційних фондів, бірж, бізнес-центрів, інформаційно-комп'ютерних центрів, бюро патентного та юридичного захисту інтелектуальної власності, незалежної експертної оцінки інноваційних проєктів, інформаційно-маркетингових фірм, центрів підготовки та підвищення кваліфікації підприємців.

Українські реалії свідчать про те, що окрім існування відповідної інноваційної інфраструктури існують інші труднощі з розвитком академічного підприємництва. Основна проблема – у відсутності достатнього фінансування з боку держави та спеціалізованих благодійних фондів.

Важливою перешкодою також є низький рівень культури організації таких форм інноваційного бізнесу. Водночас не всі ВНЗ України спрямовані на стійкий динамічний розвиток, що можливий лише на основі формування економіки інноваційного типу, розгортання ключових елементів національної інноваційної системи. Концепція національних інноваційних систем спирається на розуміння відносин, зв'язків між агентами, інституційними одиницями, інституційними структурами, залученими в інновації.

Це дає поштовх широкому творчому пошуку шляхів трансформації університетів в організації нового типу, орієнтовані на науково-освітній ринок. Мова йде про університети, які використовують різні організаційно-управлінські технології адаптації до нових умов, - іншими словами, це інноваційні університети.

Мар'яна Сорока

Маю вибір, маю вплив, маю медіа

Я-медіа

Світ медіа-технологій ще ніколи так динамічно не розвивався як тепер, коли можливості віртуального простору доступні для кожного звичайного користувача. Ще років зо двадцять тому більшість із нас не могли б собі навіть уявити, наскільки легко можна стати учасником світових процесів, обмінюватись інформацією, бути в епіцентрі важливих подій або висловлювати свою думку з приводу актуальних тем. Ми-сучасні стали свідками та учасниками віртуального світу, в якому є визначені правила, логіка та зміст розвитку, і не лише інтелектуального. Звісно, у деяких осіб виникають побоювання щодо надмірної віртуалізації життя, залежності від цього середовища, чи навіть контролю над своєю свідомістю, відчуттям часу та меж власного Я.

Це нормально. Нормально – думати, мати дистанцію до себе, до інших людей, до світу, в якому живемо. Однак, дійсно в Інтернеті можна легко загубитися, якщо не знати, як його використовувати, що шукати і як у ньому поводитись. Відомо, що цей світ наповнений постійними змінами, різноманітною інформацією та учасниками цього процесу. З іншого боку, кожен із нас має свій внутрішній світ, спосіб сприймання, захоплення та стиль життя. Тобто, дійсно ми граємо різні ролі, перебуваючи в різних середовищах, а також по-різному проявляємо своє Я – дім, сім'я, робота, друзі, дозвілля – з цього складається наша особистість, цілісна особа та історія життя. Зрозуміло, що можна втратити ясність та ро-

зуміння дійсності в цих сферах, якщо легковажити реальність таку, якою вона є. Так чи інакше, сучасна людина, незалежно від віртуального світу, покликана до розвитку своїх талантів і до життя у суспільстві.

Е-медіа

Журналістика має різноманітні форми, сфери і способи вираження. Поняття «медій» треба розуміти як сукупність технологічних засобів і прийомів, що служать передачі інформаційного повідомлення в тому чи іншому вигляді (друковане слово, музична композиція, радіопередача і т.д.) для конкретного користувача. Термін «медіа» описує зв'язки і не обов'язково містить інформацію про адресата, скерування каналів та середовище відносин. Міжособистісні відносини полягають на спілкуванні людей, яке здійснюється шляхом безпосереднього контакту, а також за допомогою телефону, паперових листів, е-повідомлень тощо.

Цікавим досягненням і рішенням у світі Інтернету є відомі соціальні мережі такі, наприклад, як Livejournal, Myspace, Facebook, Twitter, Odnoklassniki та V Kontakte. Якщо у чотирьох перших гуртуються люди переважно за подібністю інтересів та професійними зацікавленнями, то «однокласники», але, в першу чергу, «контакт» популярні серед молоді для обміну музикою, відео, перегляду фото, а також для веселого спілкування і проведення часу із іншими, не завжди знайомими, людьми. Кожна із цих платформ має свої переваги та обмеження. Але вибір власне й полягає на

тому, якими ми хочемо себе показати іншим, і що саме хотіли б черпати із віртуальності. Дуже важливим аспектом в подібних мережах є інтимність, адже особиста інформація, яку ми вказуємо про себе, буде доступна іншим користувачам і для того, щоби пізніше не виникало неприємних казусів, потрібно добре подумати, що ми хочемо аби інші про нас знали, наскільки ми є відкриті до спілкування.

Оскільки інформаційний простір охоплює сфери нашого життя, можна твердити, що ми від нього залежні. Так само, як вибираємо, що сьогодні з'їсти на вечерю, ми шукаємо відповідну інформацію, щоби заспокоїти голод допитливості. Якщо, наприклад, ми цікавимося тенденціями сучасної культури – заходимо на кілька таблоїдів, які висвітлюють ці питання. Навіть коли ми звикли до традиційних джерел, таких як телебачення, радіо чи паперова преса, зручність Інтернету є настільки вагома, що ми можемо одночасно порівнювати кілька версій якогось важливого випадку, перечитати кілька разів, коментувати он-лайн або передивитися на каналі Youtube. Інтернет переформатував докорінно медіа-простір. Тепер кожен, принаймні зі своєю інформацією, може бути почутий у найрізноманітніших куточках планети. В Інтернеті основною рушійною силою надалі залишається текст, хоча тут він вже інакше читається. Всесвітня мережа не є продовженням телебачення, радіо чи газети.

МAM-Media

Пам'ятаєте, як колись у школах та вузах були стінгазети, але вже у 90-х з'явилася можливість самостійно на-

бирати газети на комп'ютері у Word'і і роздруковувати певною кількістю примірників. Взагалі, на той час комп'ютер – це вже було щось! Тепер же вибору більше, кілька людей можуть створити свою редколегію, зібравши та опрацювавши матеріал, зробити із цього одне ціле якісно і швидко. Комп'ютеризація пішла настільки далеко, що тепер не потрібно чекати довго-нудно в черзі до шкільного комп'ютера, щоби за ним попрацювати – тепер він є невід'ємною часткою життя, наче додаткова частина тіла, а індивідуальна робота перед монітором може тривати коли завгодно, основне – мати ідеї та любити працювати.

Долю світу вирішує вибір кожної окремо взятої людини, це потрібно осмислювати. Якщо людина про щось говорить, коли намагається переказати якісь знання, хоче розповісти про світ, про себе, про інших – вона повинна завжди пам'ятати про те, що вибір визначає її місію, тобто, те, що вона повинна сказати. Завдяки таланту, прагненню і креативності, можна дійти до людей. Треба поспішати змінювати довкілля, поки воно першим цього не зробило.

Фундація “Нові Медіа” опрацювала інтернет-ресурс Молодіжної Акції Мультимедійної – mammedia.com.ua, який виконує функції віртуальної системи для випуску електронних газет. Весь процес створення власної мультими (е-газети), від концепції до реалізації, складає всього 5 кроків. На кожному етапі автори мають повну свободу вибору форми і змісту. В цій системі можна започатковувати і вести віртуальну редакцію, яка займається виготовленням е-газети. В межах віртуальності можна нала-

годити обмін досвідом, щоб спільно вдосконалювати журналістські навички редакції. Натомість практичні матеріали додаткового сервісу Е-лекції є реальною допомогою для успішної підготовки випуску власної газети.

Для початку, потрібно, як у кожній добрій справі, мати ідею, створити концепцію, назву видання та зібрати журналістський колектив. Наступним кроком є реєстрація на сайті, вибір запропонованих газетних шаблонів спеціально розроблених для тематичного профілю е-газети (наприклад, культурний або інформаційний журнал), відформатованих з огляду на тематичний профіль газети. Загалом, це більше, ніж 100 готових схем.

У кожному з макетів користувач може обрати тип шрифту, при цьому має повну свободу в модифікації вибраного стилю. Тут же можна розміщувати мультимедіа: відео, світлини, графіку, звукозаписи, посилання. МAM є оптимізований для друку – те, що ви бачите на екрані є тим, що потрапляє до рук читача. Можливість збереження газети у pdf-форматі, додавання посилання на неї на різних тематичних сайтах чи пересилання її електронною поштою – є корисним спрощенням для її популяризації. Треба зазначити, що це простий та інтуїтивно сприйнятливий інструмент, призначений для тих, хто шукає модерний, привабливий спосіб вияву себе. Формат е-газети дозволяє залучати своїх знайомих, які займаються графікою, фотографією, відео чи музикою. Важливим, насамперед, є задум, який треба одягти в цікаву форму і продемонструвати широкому загалу.

Для учасників, які готові приступити до спільної роботи в групі є

сім функцій з різними ступенями доступу до редагування контенту: головний редактор і його заступник, секретар, тематичний редактор, журналіст, художник-графік і коректор. Сервіс, створений фундацією Нові Медіа в лютому 2009 року, протягом півтори року діяльності зібрав близько 6000 зареєстрованих користувачів з Польщі, України та Білорусії. З'явилось майже 1000 редакцій, а в кінці серпня 2010 року загальнодоступними були більш, ніж 700 мультим. Молодіжна Акція Мультимедійна постійно співпрацює з кількома українськими громадськими організаціями, спільно проводить тематичні тренінги.

Громадянська молодіжна журналістика є для суспільства потрібною, і ті, котрі вже якийсь час активно займаються створенням мультим, знають, що крім того, що можуть безкоштовно робити свою улюблену справу, так само беруть участь у конкурсах, грантах і таборах. Газета стає регулярною, а її творці – реальними журналістами. Це ще один беззаперечний плюс. Учасники програми вчать розуміти, оцінювати і вибирати інформацію, яка, з одного боку, є справжньою, а з іншого – важливою і корисною для людей. Координатори проекту уважно спостерігають за е-газетами, надають поради і слідкують за якістю видань. Зараз в Україні постійно проводять безкоштовні тренінги для молодих людей і педагогів, зацікавлених сучасним підходом до мультимедійної журналістики. Тішить, що охочі навчитись цього, звертаються першими.

**Микола Шпаковський,
координатор-тренер Фундації «Нові Медіа»**



ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВІСНИК «МОЛОДІ НАУКОВЦІ»

Випуск №6

НАША КОМАНДА:

Голова правління

Семенюк Микола Борисович

Заступник голови правління

Турленко Олександр Равільович

Редактор інформаційного вісника «Молоді Науковці»

Процак Христина Тарасівна

Керівник інформаційно- аналітичного відділу

Сорока Мар'яна Володимирівна

Керівник технічного відділу

Кохан Олег Владиславович

E-mail: young-scientists@panteon-nauk.org.ua

Команда інформаційного вісника «Молоді науковці» вдячна усім читачам, партнерам та друзям по проектах. Сподіваємось, наша робота потрібна, корисна і цікава для Вас. Якщо так, знайомтеся з нами на сайті та долучайтеся до наступних проектів.

<http://panteon-nauk.org.ua>