

Коммерциализация науки в России: барьеры и перспективы

Актуальность исследования

Университеты и научные организации все чаще становятся активными участниками экономики знаний, превращая научные открытия в рыночные продукты и услуги (Huyghe et al, 2016; Rothaermel, Thursby, 2005), предлагая инновации, новые технологии и продукты (Colyvas, 2007). Развитие коммерциализации науки привело к развитию новой концепции предпринимательских университетов (Etzkowitz, Leydesdorff, 2000). Кооперация университетов, исследовательских организаций и промышленных предприятий стала одной из основных тем научно-технической политики (Crescenzi et al., 2017). Устанавливаются новые правила взаимодействия: вместо привычного внутреннего самоуправления науки и образования вводится контроль со стороны внешних агентов (Münch, 2014).

В России этот процесс сталкивается с проблемами и вызовами, связанными как с внутренними социально-экономическими условиями, так и с институциональными особенностями постсоветского пространства и социокультурными особенностями (Клеева, 2003; Аузан и др., 2016, Комков, Бондарева, 2007; Балыхин, 2014). В России основная часть финансирования идет от государства, в то время как в странах лидерах основную поддержку университеты получают от бизнес-сектора (Bray, Lee, 2000; Комков, Бондарева, 2007). Несмотря на новые законодательные условия, стимулирующие взаимодействие с бизнесом, российская наука пока не достигла уровня коммерциализации, сравнимого с передовыми международными практиками, что снижает ее эффективность как драйвера устойчивого экономического развития страны (Балыхин, 2015).

Методология исследования

Исследование было выполнено с помощью смешанной методологии. Основным методом выступали качественные методы. Для анализа были использованы данные глубинных интервью с руководителями научных организаций и университетов, собранные в ходе проекта “Лучшие практики управления научными исследованиями и научно-техническими результатами”, в рамках которого задавался отдельный блок вопросов, посвященный коммерциализации результатов. Из общего массива 160 интервью были отобраны 44 интервью с руководителями организаций, у которых был обнаружен опыт коммерциализации научных результатов.

Дополнительно также была использована количественная методология. Эмпирической базой послужили данные специализированного социологического опроса руководителей молодежных лабораторий, проведенных ИСИЭЗ НИУ ВШЭ в 2023 г., проведенного при поддержке Минобрнауки России. Всего в опросе приняли участие 605 руководителей (81.2% от их общей численности). Достигнутая выборка соответствует генеральной совокупности по следующим параметрам: год создания лаборатории, тип материнской организации, область науки.

Результаты

В докладе будут описаны ключевые факторы, способствующие развитию коммерциализации научных результатов, а также представлены основные барьеры,

препятствующие коммерческому использованию разработок в зависимости от области науки, регионе, типе организаций. Также будут рассмотрены вопросы материально-технической оснащенности организаций, уровня компетенций сотрудников и руководителей в области коммерциализации. В заключении будут представлены ключевые выводы и рекомендации для научно-технической политики.