

Практика продвижения научно-технической продукции на рынок

Ю.В. Нечепуренко

Учреждение Белорусского государственного университета
«Научно-исследовательский институт физико-химических проблем»,
г. Минск, Республика Беларусь



17 марта 2016 г.

© Нечепуренко Ю.В., 2016

Основные приемы инновационного менеджмента

- **маркетинговый прием управления**
- **инжиниринг**
- **реинжиниринг**
- **бенчмаркинг**
- **бренд–стратегия (брендинг)**
- **ценовой прием**
- **фронтирование рынка**
- **мэрджер**

Брэнд–стратегия (брэндинг)

В широком понимании брэнд-стратегия или брэндинг – это комплексная проработка имиджа хозяйствующего субъекта па основе продвижения его брэндов на рынке.

В основе брэнд-стратегии лежит разработка и движение брэнда.

Бренд–стратегия (брендинг)

Товарный знак (ОПС) – средство индивидуализации: служит для отличия однородных товаров одного производителя от другого

Apple



Бренд – дополнительная рыночная стоимость предприятия (премия), которая образуется при продаже бизнеса
170,276 млрд USD (2015 г.)

Бренд–стратегия (брендинг)

**Самые дорогие бренды Беларуси в 2015 г. млн.
долл. США**

- **Milavitsa 73,2**
- **Бабушкина крынка 71,4**
- **Санта-Бремор 70,5**
- **Аліварыя 53,8**
- **Савушкин продукт 48,1**
- **Крыніца 47,7**
- **Conte 47,5**

Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Товарный знак



Свидетельство Республики Беларусь

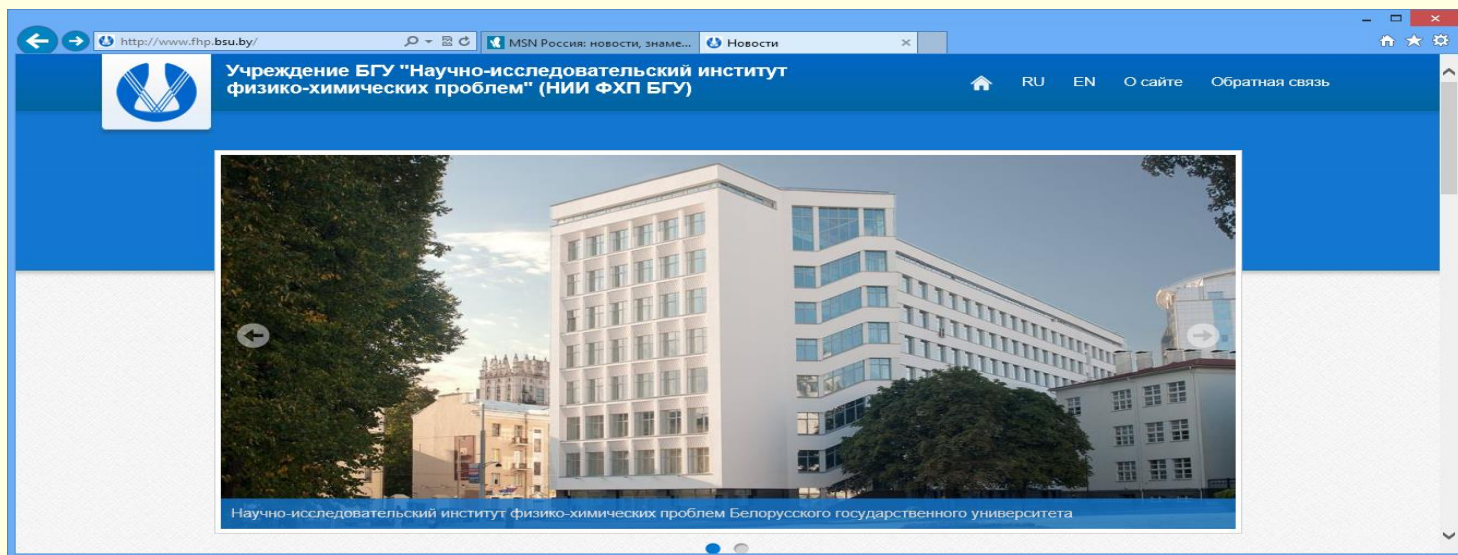
№ 11817

Классы МКТУ:

01, 02, 03, 04, 05, 14, 40, 42

Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Портал института: <http://www.fhp.bsu.by>
2014-2015 гг. - 1 место в конкурсе сайтов БГУ



Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Реализация крупных инновационных проектов



**Создание производства по
переработке отходов, содержащих
драгоценные металлы, и выпуск
продукции специального назначения**



Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Реализация крупных инновационных проектов



В ОАО «Гродно Азот» и ОАО «Могилевхимволокно» создано производство метиловых эфиров жирных кислот из растительных масел. В 2007-2015 гг. выпущено и реализовано смесового дизельного биотоплива на сумму более 2,5 млрд. долл. США

Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Награды

По итогам Республиканского соревнования среди организаций науки и научного обслуживания НИИ ФХП БГУ семь раз признавался победителем и Указами Президента Республики Беларусь занесен на Республиканскую доску Почета



Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Награды

Почетная грамота
Совета Министров
Республики
Беларусь (2009 г.)



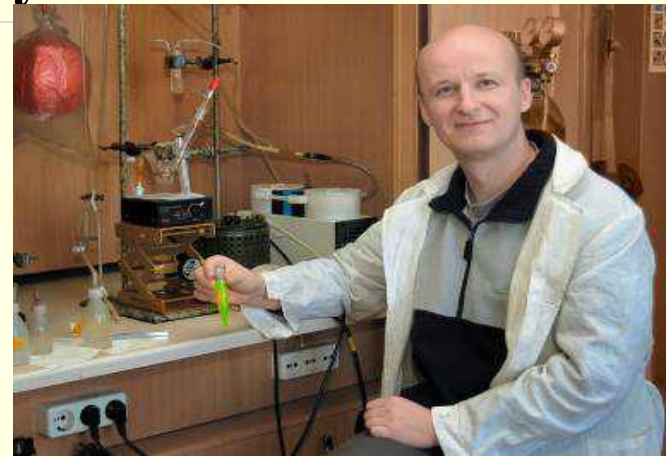
Награда ВОИС
«Лучшему
предприятию в сфере
интеллектуальной
собственности»
(WIPO IP ENTERPRISE TROPHY)
(2015 г.)



Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Награды

**Государственная премия Республики Беларусь
в области науки и техники за 2012 г. присуждена:
Ивашкевичу О.А., академику
Лесниковичу А.И., академику
Артемьеву М.В., доктор хим. наук**



Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Награды

Разработки НИИ ФХП БГУ (2004-2015 гг.)

Гран-при

2 специальных приза

52 медали (из них 25 золотых)

26 дипломов



Формирование бренда НИИ ФХП БГУ

Научные публикации

2011-2015 гг. – опубликовано 1004 статьи,
из них за рубежом – 446 (44,4 %)



Индекс Хирша (h-index) НИИ ФХП БГУ – 75
(по состоянию на февраль 2016 г.)

Стратегия создания имиджа организации

Реализация стратегии создания имиджа организации позволила занять более активную позицию на рынке научно-технических услуг, увеличить количество договоров на выполнение НИОКР и объемы поступления внебюджетных средств.

НИИ ФХП БГУ – головная организация-исполнитель:

- ГНТП «Новые лекарственные средства»
- ГНТП «Малотоннажная химия»
- ГП «Инновационные биотехнологии», подпрограмма «Биоэнергетика»
- ГПНИ «Химические технологии и материалы, природно-ресурсный потенциал»

Стратегия создания имиджа организации

Наименование показателей	2015 год
Количество выполняемых НИОКР из них:	234
➤ заданий ГП научных исследований	39
➤ проектов БРФФИ	18
➤ заданий ГП, ГНТП и ОИП	21
➤ хозяйственных договоров и договоров поставки продукции	107
➤ международных научных проектов	2
➤ зарубежных контрактов	8

Объем финансирования НИОКР составил 31,4 млрд. руб.

Стратегия создания имиджа организации

Пример: Благодаря реализации стратегии создания имиджа организации НИИ ФХП БГУ в 2011-2015 гг. заключил 71 хозяйственный договор на выполнение НИОКР с предприятиями Беларуси и 30 контрактов с зарубежными фирмами. Общий объем привлеченных внебюджетных средств составил 6,8 млрд. руб. и 1,6 млн. долл. США

Маркетинговый прием управления

Маркетинг инноваций – это сложный процесс, который включает в себя планирование производства инноваций, исследование рынка, налаживание коммуникаций, установление цен, организацию продвижения инноваций и развертывания служб сервиса.

Инновационный продукт должен иметь высокие потребительские свойства и быть конкурентоспособным на рынке

Оценка конкурентоспособности продукта осуществляется в ходе проведения маркетинговых и патентных исследований с целью определения экономической целесообразности выведения его на рынок

Маркетинговый прием управления

Проведение патентных исследований направлено на достижение следующих основных целей:

- 1. определение технического уровня разработки или продукта, который предполагается поставлять на рынок, что определяет его потребительские свойства, а также тенденций развития в данной области;**
- 2. оценка конкурентоспособности продукции:** если продукт характеризуется невысоким техническим уровнем, то велика вероятность, что его трудно будет реализовать по приемлемой цене в условиях конкуренции;
- 3. проверка на патентную чистоту, т.е. выявление внешних угроз, связанных с наличием на аналогичную продукцию конкурентов охранных документов (патентов, свидетельств и т.п.), которые могут блокировать выход продукции на рынок;**
- 4. патентоспособность объекта при принятии решения его запатентовать**

Маркетинговый прием управления Правовая охрана продукции

Вид ОПС	Количество полученных охранной документов	Количество действующих ОПС
Изобретения – РБ	167	29
Изобретения – СНГ и дальнее зарубежье	26	3
Полезные модели	7	-
Товарные знаки – РБ	15	14
Товарные знаки – СНГ	3 (1 межд.)	3 (1 межд.)
Всего:	218	49

Маркетинговый прием управления Использование ОПС в собственном производстве НИИ ФХП БГУ в 2011-2015 гг.

Использован 31 ОПС:

- **21 изобретение**
- **4 товарных знака**
- **6 секретов производства (ноу-хау)**

На базе НИИ ФХП БГУ выпущено и отгружено потребителям наукоемкой товарной продукции, защищенной 21 патентом РБ на изобретения, на 6,5 млрд. руб. (более 900 тыс. USD)

На предприятиях Республики Беларусь введено в гражданский оборот 15 изобретений

Маркетинговый прием управления

Правовая охрана продукции Средства для очистки, дезинфекции и хранения МЯГКИХ КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ

КОМПЛЕКТ ПЕРОКСИДНО-КАТАЛИЗНЫЙ

«МУЛЬТИРОЛ-І»

«МУЛЬТИРОЛ-ІІ»

«МУЛЬТИРОЛ-Э»

«МУЛЬТИРОЛ-К»



В 2008-2013 гг. выпущено и реализовано товарной
продукции на 5,7 млрд. руб. (около 1 млн. USD)

Патенты Республики Беларусь на изобретения № 9166, 13526, 13623

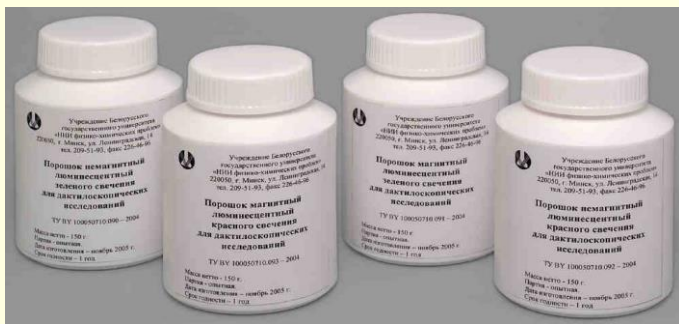
Товарный знак «МУЛЬТИРОЛ»: свидетельство РБ № 21611

свидетельства Российской Федерации № 330636 и Украины № 98707

Маркетинговый прием управления

Правовая охрана продукции

Порошки и проявители для дактилоскопической экспертизы



Выпускается 14 видов
14 патентов РБ на изобретения
В 2011-2013 гг. – 542 млн. руб.

Поставляются: **МВД**

Экспорт

Выпускается 2 вида
2 патента РБ на изобретения
Свидетельство РБ № 21079

на товарный знак
«ДАКТИ» (класс 01)

Маркетинговый прием управления Правовая охрана продукции на предприятиях Беларуси Лекарственные средства



**Разработано и выпускается
около 20 видов ЛС**

24 патента РБ на изобретения

1 евразийский патент

5 патентов РФ на изобретения

13 ТЗ в РБ и 1 межд. регистрация

Маркетинговый прием управления Продвижение на рынок через лицензирование результатов научно-технической деятельности

Передача прав на использование ОИС по лицензионным договорам

Осуществляется в рамках патентно-лицензионной стратегии с целью получение организацией-право-обладателем дополнительного финансового дохода от лицензионных сделок, а организацией-лицензиатом – дополнительных конкурентных преимуществ от приобретенного объекта лицензии

Маркетинговый прием управления

Патентно-лицензионная стратегия в НИИ ФХП БГУ

Объект лицензирования	Количество зарегистрированных (действующих) договоров	Доля зарегистрированных договоров, %
Изобретения	13 (11)	31,7
Товарные знаки	2 (2)	4,9
Секреты производства (ноу-хау)	26 (17)	63,4
Всего:	41 (30)	100

Лицензионные поступления
– 2,6 млрд. руб. (223 тыс. долларов)

Патентно-лицензионная стратегия

НИИ ФХП БГУ



По 4-м лицензиям НИИ ФХП БГУ в РУП «Унитехпром БГУ» создано производство субстанций и лекарственных препаратов «Цисплацел», «Нитаргал», «Темодекс», «Темобел» и др.

Объем выпуска – около 10,0 млрд. руб.

Патентно-лицензионная стратегия в НИИ ФХП БГУ

Растворы для аэрозольно-струйной металлизации диэлектриков



Патент Республики Беларусь № 5295 на изобретение «Раствор для химического осаждения сплава никель-бор на диэлектрик»

Лицензионный договор (исключительная лицензия) между **НИИ ФХП БГУ** и **ЗАО «Голографическая индустрия»**
от 12 июля 2011 г. № 4483

Патентно-лицензионная стратегия в НИИ ФХП БГУ



Препарат «Грипил»
Предназначен для пред-уборочной
обработки рапса

Патент РБ № 14601 на изобретение
«Состав для предуборочной обработ-ки рапса»

Лицензионный договор (исключительная
лицензия)

с ООО «Стесмол и К»:
от 14.05.2012 № 4668

Выпущено по лицензии:
112 тонн препарата на сумму 10,0 млрд. руб.
(1 млн. USD)

Маркетинговый прием управления Рекламно-выставочная деятельность

Виды деятельности:

- **Составление банков данных потребителей и конкурентов**
- **Реклама на сайте института**
- **Специализированные каталоги**
- **Кооперационные биржи**
- **Конкурсы**
- **Публикации в прессе**
- **Презентации на русском и англ. языках**
- **Деловые встречи и поездки, прием делегаций**
- **Выставки**

Маркетинговый прием управления Рекламно-выставочная деятельность

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying <http://www.fhp.bsu.by/>. The page title is "Новости - Windows Internet Explorer". The main content area features a large image of a modern building with a blue banner below it that reads "Научно-исследовательский институт физико-химических проблем Белорусского государственного университета (НИИ ФХП)".

Главное меню

- [Новости](#)
- [Дирекция](#)
- [Награды](#)
- [Информация об институте](#)
- [Основные направления исследований](#)
- [Научные подразделения](#)
- [Разработки](#)
- [Товары и услуги](#)
- [Конференции, семинары](#)
- [Сборники научных статей](#)
- [Персональные страницы](#)
- [Контакты](#)
- [Интеллектуальная собственность](#)

Новости

Сентябрь 2013

Государственной премией в области науки и техники отмечен цикл работ «Новые неорганические соединения и материалы на основе микро- и наноразмерных частиц: получение, свойства, применение». Он имеет высокую научную ценность и содержит результаты мирового уровня новизны, полученные за 35-летний период исследований. Авторами Михаилом Артемьевым, Анатолием Лесниковичем и Олегом Ивашкевичем впервые синтезированы более 100 новых соединений, нашедших применение в различных отраслях и в разных странах мира. Указ Президента Республики Беларусь № 401 от 9 сентября 2013 г.

👁️ Просмотров: 206

Июнь 2013 г.

Указом Президента Республики Беларусь от 27 июня 2013 года № 281 «О занесении на Республиканскую доску Почета победителей соревнования 2012 года» учреждение Белорусского государственного университета «Научно-исследовательский институт физико-химических проблем» признано победителем соревнования за достижение в 2012 году наилучших результатов в выполнении основных показателей прогноза социально-экономического развития среди организаций, осуществляющих научные исследования и разработки, и седьмой раз занесено на Республиканскую доску Почета.

Лаборатория топлив, масел и кормов НИИ ФХП БГУ награждена Дипломом Республиканского унитарного предприятия «Белорусский государственный центр аккредитации» (Государственное предприятие «БГЦА») за высокий уровень компетентности в области испытаний топлив, масел и кормов по итогам 2012 года.

👁️ Просмотров: 397

Апрель 2013 г.

At the bottom of the browser window, the taskbar shows several open applications: "пуск", "The Bat!", "Документ2 - Microso...", "Новости - Windows I...", and "Microsoft PowerPoint...". The system clock in the bottom right corner displays "17:01".

Маркетинговый прием управления Рекламно-выставочная деятельность

Выставки:

- национальные
- специализированные

Ежегодно – 20-30 выставок,
на которых представлены
около 100 различных
экспонатов:

- натурные образцы
- рекламные материалы
- плакаты
- презентации



Маркетинговый прием управления Рекламно-выставочная деятельность

Выставка в институте:



Спасибо за внимание

© Нечепуренко Ю.В., 2016