

T. BARTOSZ KALINOWSKI*

NARZĘDZIOWE WSPARCIE PROCESU SCOUTINGU – OCENA WYNIKÓW PRAC B+R Z WYKORZYSTANIEM METODYKI QUICKLOOK ORAZ JEJ WPŁYW NA PROCESY KOMERCJALIZACJI

1. Scouting technologiczny jako odpowiedź na słabości systemu komercjalizacji

Rozważania zaprezentowane w innych rozdziałach monografii przedstawiają słabości obecnego systemu komercjalizacji i bariery związane z komercjalizacją wyników prac B+R. Scouting technologiczny oraz zestaw narzędzi wspierających proces może stanowić punkt wyjścia do przezwyciężenia wymienionych słabości oraz zniwelowania zidentyfikowanych barier.

Scouting technologiczny to systematyczne podejście, które skupia się na zbieraniu informacji w zakresie wyników badań i ułatwia ich komercjalizację¹. Z punktu widzenia uczelni wyższej scouting może być zarówno ukierunkowany wewnętrznie – na komercjalizację, jak również zewnętrznie – na poszukiwanie sposobów zaspokajania potrzeb rynkowych przedsiębiorstw w zakresie technologii². W pierwszym przypadku (rola wewnętrzna) działania scoutów technologicznych skupiają się na analizowaniu możliwości komercjalizacji wyników prac B+R o największym potencjale komercjalizacyjnym, tworzonych przez pracowników

* Zakład Doskonalenia Procesów Operacyjnych, Katedra Logistyki, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki, 90-237 Łódź, ul. Matejki 22/26.

¹ J. B o d e l l e, C. J a b l o n, *Science and technology scouting at Elf Aquitaine*, “Research Technology Management” 1993, Vol. 36, No. 5, s. 24–28; M. S. B r e n n e r, *Technology Intelligence and Technology Scouting*, “Competitive Intelligence Review” 1996, Vol. 7, No. 3, s. 20–27; R. R o h r b e c k, *Harnessing a Network of Experts for Competitive Advantage: Technology Scouting in the ICT Industry*, “R&D Management” 2010, Vol. 40, No. 2, s. 169–180.

² M. F. W o l f f, *Scouting for Technology*, “Research Technology Management” 1992, Vol. 35, No. 2, s. 10–12; G. R e g e r, *Technology foresight in companies: From an indicator to a network and process perspective*, “Technology Analysis & Strategic Management” 2001, Vol. 13, No. 4, s. 533–553.

naukowych uczelni. Z kolei drugie podejście (rola zewnętrzna) przede wszystkim kładzie nacisk na promocję uczelni wyższej jako dostawcy usług ułatwiających rozwiązywanie problemów technologicznych przedsiębiorstw (w tym przypadku akademicka infrastruktura badawcza ma służyć jako zewnętrzna jednostka badawczo-rozwojowa dla biznesu).

Informacje o wynikach prac B+R są zazwyczaj w uczelni rozproszone wśród pojedynczych pracowników, zespołów badawczych czy wydziałów. W związku z tym działania z zakresu scoutingu technologicznego mogą być przydatne do:

- syntezy wielu źródeł informacji;
- uzyskania bezpośredniej informacji o rodzaju działalności badawczej prowadzonej w ramach uczelni, a także o stopniu przedsiębiorczości naukowców.

Działania scoutów mogą być również traktowane jako środek do pokonania głównej bariery, która często uniemożliwia naukowcom uzyskanie zastosowań przemysłowych swoich wynalazków. Bariera ta w głównej mierze wynika z faktu, że światy nauki i biznesu często „mówią w odmiennych językach” i nie zawsze udaje się znaleźć porozumienie w zakresie przedmiotu komercjalizacji. Scouting technologiczny umożliwia zdobycie wiedzy o realizowanych badaniach i poprzez bezpośrednie wywiady z członkami grup badawczych pozwala przelamywać bariery kulturowe i stereotypy związane z komercjalizacją. Wejście w bliskie relacje z naukowcami i osiągnięcie pozytywnych rezultatów w zakresie komercjalizacji może prowadzić do naturalnej dyfuzji kultury komercjalizacji i przedsiębiorczości w środowisku akademickim.

2. Umiejscowienie narzędzi i elementów oceny w procesie scoutingu

W prezentowanym w publikacji modelu, scouting występuje w dwóch rolach – wewnętrznej i zewnętrznej. Rola wewnętrzna odnosi się do identyfikacji wyników prac badawczo-naukowych, a w dalszej kolejności również określenia tych o największym potencjale komercjalizacyjnym. Punktem wyjścia do wdrożenia scoutingu w uczelni wyższej jest inwentaryzacja prac B+R oraz możliwości do komercjalizacji potencjału wiedzy. Na późniejszym etapie inwentaryzacja powinna zostać zastąpiona regularnym przeglądem nowości i aktualizacją istniejącego stanu wiedzy. Informacje nt. wyników prac B+R dostępnych w ramach uczelni gromadzone są przez scoutów z wykorzystaniem wystandaryzowanego narzędzia zbierania danych (dotyczącego bezpośrednich spotkań z realizatorami prac B+R), a także z wykorzystaniem raportów z przeprowadzenia badań naukowych i/lub innych sprawozdań dostępnych w organizacji (dane gromadzone pod kątem oceny parametrycznej w ramach katedr lub na poszczególnych wydziałach).

Zebrane informacje poddawane są bieżącej, szybkiej ocenie, której celem jest przekazanie wstępnych rekomendacji interesariuszom (np. zespołowi scoutów lub jednostce odpowiedzialnej za transfer technologii w ramach uczelni).

Ocena jest bardzo ważnym elementem procesu i jej kolejny etap dokonywany jest przez zespół wszystkich scoutów funkcjonujących w organizacji. Zalecana metoda oceny wyników prac B+R, która powinna umożliwić szybką ocenę, może zostać oparta na metodzie Quicklook, która zostanie omówiona w dalszej części opracowania. Główną zaletą wymienionej metody jest możliwość sklasyfikowania zebranych wyników prac B+R i przedstawienie rekomendacji dla jednostki odpowiedzialnej za transfer technologii w ramach uczelni oraz lokowanie wyników badań w konkretnych firmach celem ich komercjalizacji.

Rekomendacje zespołu scoutów stanowią materiał wejściowy do fazy zewnętrznej procesu, który odbywa się w porozumieniu z jednostką odpowiedzialną za transfer technologii w ramach uczelni.

Ocena potencjału komercjalizacyjnego analizowanych wyników prac B+R powinna w pierwszej kolejności odpowiedzieć na pytanie, czy zidentyfikowana wiedza ma potencjał komercjalizacyjny, a jeśli tak – czy wymaga dalszych prac badawczych. Możliwe są dwa niżej wymienione podstawowe warianty decyzji:

1. w przypadku stwierdzenia braku potencjału komercjalizacyjnego (negatywna ocena) lub określenia że komercjalizacja nie jest możliwa z powodów technologicznych, prawnych, etycznych etc., dalsze prace nad komercjalizacją wyników prac B+R są wstrzymywane;

2. w przypadku stwierdzenia, że wyniki prac B+R mają potencjał komercjalizacyjny scout – przy wsparciu sieci scoutów oraz jednostki odpowiedzialnej za proces komercjalizacji na szczeblu uczelnianym – może zastosować różne scenariusze:

a. możliwa jest szybka ścieżka komercjalizacji – (i) w ramach oceny potencjału komercjalizacyjnego nastąpiła szybka identyfikacja partnerów, którzy są łatwo dostępni (np. zlokalizowani w regionie), a stopień przygotowania wiedzy do komercjalizacji odpowiada wstępnym wymaganiom potencjalnych partnerów; (ii) wynalazki i wyniki badań, które są gotowe do opatentowania i komercjalizacji w ramach nowej działalności gospodarczej (*spin-off*);

b. komercjalizacja wymaga znaczącego nakładu pracy na np. (i) przygotowanie szczegółowych ofert, w tym wymagających dodatkowych kompetencji czy nakładów finansowych; (ii) identyfikację zewnętrznych partnerów (np. spoza regionu czy kraju);

c. partnerzy biznesowi nie wyrażają zainteresowania wynikami prac B+R oraz ofertą wiedzy w ich aktualnym kształcie, ale wskazują możliwe kierunki rozwoju prac B+R; informacje dotyczące oczekiwanych przez partnerów biznesowych kierunków prac B+R są wówczas przekazywane do realizatorów prac B+R jako wynik walidacji.

Wszystkie wskazane rozwiązania w bezpośredni sposób korzystają z wyników oceny i/lub ocen przeprowadzonych na wcześniejszych etapach.

3. Metodyka Quicklook jako narzędzie oceny wspierające procesy scoutingu i komercjalizacji

Warunkiem powodzenia w realizacji opisanego procesu jest równoległe wdrożenie odpowiednich metod i technik wspierających scouting, a także dalsze działania związane z komercjalizacją. Jest ona definiowana jako proces wprowadzania nowej technologii (produktu, metody produkcji etc.) lub wyników badań do komercyjnego zastosowania³. Proces komercjalizacji jest wielowymiarowy i skupie się na szeregu elementów, takich, jak określenie wykonalności technicznej i biznesowej, opracowanie możliwych zastosowań oraz określenie najlepszych sposobów dotarcia do potencjalnych użytkowników / klientów. Z tego też względu już na etapie realizacji prac B+R wskazana jest identyfikacja potrzeb rynkowych i ich włączenie w proces badawczo-rozwojowy, a w dalszej kolejności również uwzględnienie ich podczas tworzenia modelu biznesowego dla konkretnego rozwiązania.

Ocena wyników prac B+R pod kątem możliwości komercjalizacji powinna być możliwa do wykonania relatywnie szybko. Nie może także spowalniać procesu prowadzenia prac B+R czy komercjalizacji. Istnieje pokusa, aby w wypadku presji czasu zastosować ocenę intuicyjną lub też opartą na przeszłych doświadczeniach, jednak nie są to oceny wystarczająco rzetelne. Przede wszystkim brak obiektywnych kryteriów dokonywania oceny potencjału komercjalizacyjnego wyników prac B+R powoduje, że proces ten ma charakter wewnętrzny i nie daje możliwości skonfrontowania założeń badawczych z potrzebami rynkowymi oraz właściwego zidentyfikowania potencjalnych partnerów i barier komercjalizacji. Z kolei w przypadku opierania się na danych historycznych istnieje też duże ryzyko powielenia wcześniejszych błędów. Trzeba też pamiętać, że wyniki oceny są brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji dotyczących dalszych kroków związanych z pracami B+R i/lub komercjalizacją, muszą więc być wiarygodne. Sposobem uniknięcia opisanych ryzyk jest zastosowanie metodyki Quicklook.

Metodyka Quicklook służy do oceny potencjału komercjalizacyjnego wynalazków, wyników badań, technologii, produktów itp.⁴ Została przetestowana w polskiej praktyce komercjalizacji wyników prac B+R przez autora oraz Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Łódzkiego. Stosowanie metodyki Quicklook było możliwe dzięki transferowi *know-how* z IC2 Institute przy University of Texas w Austin. Pierwotnie ta metodologia została wykorzystana przez NASA Mid-Continent Technology Transfer Center do analizy i przeglądu opracowywanych technologii, a następnie rozwinięta do celów naukowych przez University of Texas⁵.

³ V. K. J o l l y, *Commercializing New Technologies: Getting from Mind to Market*, Boston 1997.

⁴ B. C o r n w e l l, *Quicklook commercialization assessments*, "Innovation: Management Policy and Practice" 1998, Vol. 1, No. 1, s. 7–9.

⁵ *Ibidem*.

Głównym celem metodyki Quicklook jest dokonanie przeglądu dużej liczby wyników prac B+R lub dużej liczby możliwych zastosowań i/lub szans rynkowych. Rezultatem tego procesu jest identyfikacja wyników prac B+R o największym potencjale komercjalizacyjnym przy jednoczesnej identyfikacji zastosowań / rynków o największym potencjale rozwojowym.

Ocena potencjału rynkowego w przypadku wyników prac B+R powinna być traktowana jako proces ciągły. Analizę potencjału komercjalizacyjnego należy przeprowadzać na różnych etapach rozwoju prac B+R (np. pomysłu, formułowania wstępnych założeń badawczych, prototypu, ale także po wprowadzeniu produktu na rynek). Jest to podyktowane dużą zmiennością otoczenia, w którym zachodzą procesy B+R, czego rezultatem może być sytuacja, kiedy wymagania rynkowe zidentyfikowane na etapie formułowania założeń wstępnych dla rozwoju technologii mogą być inne niż te istniejące na etapie próby wprowadzania finalnego rozwiązania na rynek. Brak skonfrontowania obu zestawów wymagań może skutkować próbą wprowadzenia na rynek produktów lub usług, która nie są potrzebne.

Wyniki oceny potencjału komercjalizacyjnego mają szereg zastosowań, zarówno w procesie prac B+R, jak i w procesie komercjalizacji i mogą służyć do: (i) zdefiniowania modelu biznesowego, (ii) określenia strategii wprowadzania produktu na rynek, (iii) określania odpowiednich metod produkcji, (iv) określania wartości (wyceny) prac B+R.

Metodyka Quicklook opiera się głównie na danych pierwotnych lub wtórnych, zbieranych z otoczenia (przede wszystkim z rynku). Informacje zebrane od potencjalnych partnerów (współpracujących podczas prac B+R), a także potencjalnych licencjodawców, klientów / użytkowników końcowych, dystrybutorów, dostawców etc., które są kluczowe dla tego procesu. Kontaktując się z przedstawicielami rynku, realizator procesu B+R i/lub komercjalizacji może oprzeć decyzje na rzeczywistej informacji zwrotnej, a także zyskuje możliwość odkrywania nowych kierunków badań i rozpoznawania barier wejścia na rynek, a przede wszystkim reagowania na wszelkie potencjalne elementy ryzyka, które zostaną zidentyfikowane podczas oceny.

Metodyka Quicklook może być również postrzegana jako pierwszy krok rynkowej walidacji wyników prac B+R. Im wcześniej informacje pochodzące z rynku zostaną wprowadzone do procesu B+R, tym większe jest prawdopodobieństwo wykorzystania tej wiedzy i dopasowania wyników prac B+R (produktów i/lub usług), a także dotyczących ich komunikatów do oczekiwań potencjalnych użytkowników. Innymi słowy, metodyka Quicklook pozwala wszystkim zainteresowanym procesów komercjalizacji w ramach uczelni (tj. naukowcom, scoutom, przedstawicielom centrów transferu technologii etc.) obserwować rynek i słuchać głosu klientów / użytkowników końcowych.

Jedną z największych zalet metodyki Quicklook jest możliwość identyfikacji potencjalnych partnerów (osób i organizacji) w procesie komercjalizacji lub licencjodawców. Metodyka Quicklook zakłada docieranie do nich podczas pro-

cesu oceny. Jeśli korzyści z wynalazku lub wyników badań są istotne dla rynku i zostaną właściwie zakomunikowane, to te pierwsze kontakty mogą okazać się kluczowe dla dalszego partnerstwa w procesie komercjalizacji.

Inną, podstawową z punktu widzenia procesów komercjalizacji, wartością metodyki Quicklook jest możliwość wczesnej identyfikacji czynników wysokiego ryzyka oraz sygnałów wczesnego ostrzegania. Na przykład, wynik oceny potencjału komercjalizacyjnego z wykorzystaniem metodyki Quicklook może wskazywać, że jest mało prawdopodobne, aby rynek zaakceptował planowaną cenę produktu lub kwestionować planowane przez realizatorów prac B+R potencjalne zastosowania, identyfikując jednocześnie inne, w większym stopniu odpowiadające potrzebom rynku.

Standardowym rezultatem zastosowania metodyki Quicklook jest pisemny raport, obejmujący około 10–15 stron, koncentrujący się na informacjach zwrotnych z rynku (a szerzej – otoczenia). Średni czas zebrania informacji i przygotowania wskazanej formy raportu wynosi od 20 do 40 godzin i jest uzależniony od wielu czynników (znajomość przedmiotu analizy, dostępność informacji etc.). Raport nie zapewnia wyczerpującej informacji o potencjale rynkowym wyników prac B+R (w tym celu mogą być wymagane dodatkowe metody i techniki), jednak zwykle zakres zebranych informacji jest wystarczający, aby: (i) zidentyfikować wyniki prac B+R o najwyższym potencjale rynkowym; (ii) podjąć decyzję w zakresie dalszych działań związanych z komercjalizacją.

W tab. 1. przedstawiono proponowane elementy i szczegółowe zagadnienia pozwalające zebrać informacje i ocenić potencjał komercjalizacyjny wyników prac B+R.

T a b e l a 1. Elementy metodyki Quicklook

Elementy metodyki Quicklook	Zagadnienia służące ocenie potencjału komercyjnego wyników prac B+R
1	2
Opis wyników prac B+R	<ul style="list-style-type: none"> – Jakie są najważniejsze cechy wyników prac B+R? – Jak to może być opisane w 2–3 zdaniach? – Czy wyniki prac B+R wpisują się w istniejące produkty / procesy / usługi (np. komplementarne, substytucyjne etc.) – Czy wyniki prac B+R będą opracowane jako samodzielny produkt / proces / usługa?
Potencjalni interesariusze / klienci / użytkownicy końcowi	<ul style="list-style-type: none"> – Kim są potencjalni interesariusze – użytkownicy, klienci? – W jaki sposób można dotrzeć do interesariuszy? – Jaki rodzaj wsparcia dla procesu B+R i / lub komercjalizacji będzie od nich wymagany?
Potencjalne korzyści	<ul style="list-style-type: none"> – Jakie są główne problemy, które rozwiązują wyniki prac B+R? – Jakie są potencjalne korzyści dla interesariuszy / klientów / użytkowników końcowych? – W jaki sposób można zmierzyć korzyści? – Czy występują korzyści pośrednie?

Tabela 1 – cd.

1	2
Potencjalne rynki / zastosowania	<ul style="list-style-type: none"> – Jakie produkty / procesy / usługi mogą powstać w wyniku komercjalizacji prac B+R? – Które rynki / branże będą zainteresowani wynikami prac B+R? – Na jakim poziomie rozwoju są rynki / branże, które będą zainteresowane wynikami prac B+R? – Które elementy wyników prac B+R są szczególnie pożądane przez uczestników rynku? – Jaka jest potencjalna wielkość rynku i popytu na wyniki prac B+R?
Zainteresowanie rynku	<ul style="list-style-type: none"> – Czy potencjalne rynki / potencjalni użytkownicy wykazują zainteresowanie wynikami prac B+R? – Czy to zainteresowanie zostało w jakiś sposób zweryfikowane? – Jakiego rodzaju informacje zwrotne formułowane są przez potencjalnych użytkowników wyników prac B+R?
Faza rozwoju	<ul style="list-style-type: none"> – Jaki jest stopień zaawansowania procesu B+R? – Co jest potrzebne do zakończenia procesu B+R i kiedy zostanie on zakończony? – Czy istnieje prototyp lub czy jest możliwe jego opracowanie? Kiedy to nastąpi? – W jakim zakresie wyniki prac B+R zostały dotychczas przetestowane? – Jakie zmiany / usprawnienia są konieczne do wprowadzania przed rozpoczęciem komercjalizacji wyników prac B+R?
Status własności intelektualnej	<ul style="list-style-type: none"> – Kto jest właścicielem wyników prac B+R? – W jaki sposób wyniki prac B+R są chronione obecnie? – Jakie rodzaje ochrony wyników prac B+R są planowane? – Które elementy wyników prac B+R zostaną poddane ochronie? – Jaki będzie zakres terytorialny ochrony wyników prac B+R?
Konkurenci i konkurencyjne rozwiązania	<ul style="list-style-type: none"> – Jakie inne wyniki prac B+R są obecnie opracowywane, które mają podobne korzyści / zastosowania / rozwiązują podobne problemy? – Czy wyniki prac B+R mają znaczącą i trwałą przewagę nad konkurencyjnymi rozwiązaniami obecnymi na rynku / konkurencyjnymi wynikami prac B+R?
Bariery wejścia na rynek	<ul style="list-style-type: none"> – Jakie są bariery wejścia na rynek? – W jaki sposób można przezwyciężyć zidentyfikowane bariery?
Rekomendacje	<ul style="list-style-type: none"> – Jakie są zalecenia wynikające z przeprowadzonej analizy dotyczące przebiegu procesu B+R / procesu komercjalizacji? – Jakie są kolejne kroki, które należy podjąć w celu komercjalizacji wyników prac B+R? – Jakie strategie komercjalizacji można zakładać na obecnym etapie rozwoju wyników prac B+R?
Streszczenia wywiadów	<ul style="list-style-type: none"> – Lista kontaktów do osób, których wypowiedzi posłużyły do przygotowania raportu. – Streszczenie przeprowadzonych rozmów.

Źródło: opracowanie własne.

Przedstawione zagadnienia mogą być zmieniane i dopasowywane do wymagań użytkowników, zgodnie z ich potrzebami. Warto podkreślić, że jeżeli narzędzie takie jak metodyka Quicklook jest wykorzystywane do oceny wyników prac B+R w skali całej uczelni, należy zapewnić spójność procesu oceny i umożliwić porównywanie ocen (szczególnie w sytuacji konieczności wyboru wyników prac B+R o największym potencjale z grupy o zróżnicowanej charakterystyce, np. gdy wyniki prac B+R dotyczą różnych dziedzin nauki). W takim przypadku należy rozważyć użycie standardowego zestawu zagadnień, niezmiennego w czasie, a także dla różnych rodzajów wyników prac B+R.

4. Wykorzystanie metodyki Quicklook w procesie oceny potencjału komercjalizacyjnego w świetle wyników badań

W celu skutecznego wsparcia procesów związanych z komercjalizacją w ramach uczelni, stosowana metodyka wspierająca nie tylko musi być użyteczna z punktu widzenia jej głównych użytkowników (scoutów, pracowników centrum transferu technologii etc.), lecz także powinna być pozytywnie postrzegana przez pracowników naukowych, którzy, z jednej strony, będą dostarczać informacji zasilających proces oceny, z drugiej zaś – będą korzystać z jej wyników.

Metodyka Quicklook została przeanalizowana pod kątem przydatności i korzyści dla użytkowników w ramach badań przeprowadzonych przez autora w polskich uczelniach, w okresie od listopada 2012 do lutego 2014. Do przeprowadzenia badań wykorzystano kwestionariusz elektroniczny udostępniony respondentom za pośrednictwem serwisu webankieta.pl. Kwestionariusz został rozdystrybuowany do 96 respondentów, którzy rekrutowali się z kadry akademickiej, studentów studiów drugiego stopnia i studentów studiów podyplomowych. Cechą charakterystyczną próby badawczej był fakt, że wszyscy respondenci uczestniczyli w różnego rodzaju zajęciach i szkoleniach prowadzonych przez autora oraz w procesach komercjalizacji lub byli nią zainteresowani. W wyniku przeprowadzonych badań zebrano 78 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, które zakwalifikowano do dalszej analizy. Próba badawcza obejmuje przedstawicieli różnych typów uczelni – uniwersytety (38 respondentów), uniwersytety medyczne (26 respondentów) i politechniki (14 respondentów). Z punktu widzenia stopni naukowych / charakteru współpracy z uczelnią, próba badawcza obejmowała: pracowników naukowych ze stopniem doktora oraz doktora habilitowanego (50 respondentów), ale również doktorantów (4 respondentów) i studentów studiów magisterskich (24 respondentów). Ponad połowa odpowiedzi (52,6%) pochodziła od osób (pracowników naukowych) z długim (ponad pięcioletnim letnim) doświadczeniem zawodowym i badawczym.

Badanie skupiało się na różnych zagadnieniach, jednak pod kątem niniejszego opracowania autor ograniczył się jedynie do zaprezentowania wyników w zakresie głównych korzyści zastosowania metodyki Quicklook z punktu widzenia realizatorów procesów B+R. W tym celu respondenci zostali poproszeni o wskazanie maksymalnie 3 najbardziej użytecznych cech narzędzia. Wyniki badania ujęto w tab. 2.

T a b e l a 2. Najbardziej użyteczne cechy metodologii Quicklook

Najbardziej użyteczne cechy metodologii Quicklook	n	%
Identyfikacja szans i zagrożeń na wczesnym etapie realizacji prac B+R	40	51,28%
Rozpoznanie rzeczywistych (nie potencjalnych) korzyści związanych z wynikami prac B+R	36	46,15%
„Migawkowe” spojrzenie – syntetyczna forma opisu wyników prac B+R	32	41,03%
Nacisk na opis wyników prac B+R przystępnym, nienaukowym / nietechnicznym językiem	24	30,77%
Identyfikacja różnorodnych zastosowań dla danego rozwiązania	24	30,77%
Możliwość oceny potencjału komercjalizacyjnego wyników prac B+R na różnych etapach rozwoju	20	25,64%
Nacisk na źródła i badania pierwotne (przeprowadzenie wywiadów i rozpoznanie / weryfikacja potrzeb rynkowych)	14	17,95%
Identyfikacja potencjalnych partnerów / licencjobiorców	14	17,95%
Sposób na wybór najlepszych projektów (lepsze wykorzystanie posiadanych zasobów)	12	15,38%
Inne	4	5,13%
Metodyka Quicklook nie jest przydatna	0	0,00%

Ź r ó d ł o: opracowanie własne.

Do cech metodyki Quicklook, które były wskazywane przez respondentów jako najbardziej użyteczne (ponad 40% odpowiedzi) można zaliczyć:

- identyfikację szans i zagrożeń na wczesnym etapie realizacji prac B+R;
- rozpoznanie rzeczywistych (a nie potencjalnych) korzyści związanych z wynikami prac B+R;
- „migawkowe” spojrzenie – syntetyczna forma opisu wyników prac B+R.

Warto podkreślić, że żaden z respondentów nie ocenił metodyki Quicklook jako zupełnie nieprzydatnej. Ponadto w tej części badania pytano, czy w metodyce Quicklook pominięto istotne elementy, które pozwalają dokonać rzetelnej oceny potencjału komercjalizacyjnego wyników prac B+R. Blisko 95% badanych (n = 74) stwierdziło, że nie są w stanie wskazać żadnego brakującego elementu. Czworo respondentów zwróciło uwagę na potrzebę uwzględnienia kwestii rozwoju regionalnego oraz planowania finansowego w tego typu narzędziach. Reasu-

mując, wskazane korzyści, jak również pozostałe wyniki badań pozwalają sądzić, że metodyka Quicklook została pozytywnie oceniona jako narzędzie wspierające proces komercjalizacji przez jej głównych beneficjentów – pracowników naukowych, którzy na podstawie wyników oceny potencjału komercjalizacyjnego mogą czerpać wiedzę o tym, w jaki sposób realizować procesy B+R, a docelowo – również procesy komercjalizacji.

Podsumowanie

W opracowaniu przedstawiono główne cechy metodyki Quicklook, wraz z odniesieniem do sposobów wsparcia scoutów w zakresie oceny procesów B+R w uczelni oraz wykorzystania tych wyników w procesie komercjalizacji. Przedstawiono również zweryfikowane empirycznie główne korzyści zastosowania metodyki z punktu widzenia jej głównych beneficjentów – realizatorów prac B+R.

Najważniejszą zaletą opisanych rozwiązań jest ich proaktywny charakter. Zarówno sam proces scoutingu, który stawia scouta w roli „anteny”⁶, zbierającego informacje z uczelni i otoczenia, jak również metodyka Quicklook mają na celu nieustannie wspierać realizatorów prac B+R przekazując im informacje kluczowe z punktu widzenia komercjalizacji.

Warto też podkreślić, że przedstawione w opracowaniu zastosowanie metodyki Quicklook jako narzędzia wspierającego procesy scoutingu i komercjalizacji jest ujęciem wąskim. W ujęciu szerokim kryteria metodyki Quicklook lub równoważne kryteria oceny potencjału komercjalizacyjnego wyników prac B+R powinny stanowić część ogólnouczelnianego systemu komercjalizacji. W przypadku takiego rozwiązania możliwa jest ciągła walidacja wyników prac B+R nie tylko w trakcie ich realizacji czy na zakończenie procesu, jak to obecnie często ma miejsce. Wynikiem takiego podejścia byłoby połączenie dwóch zestawów kryteriów oceny – naukowej i rynkowej – dla nowych projektów badawczych (w tym np. również tematów podejmowanych w doktoratach i pracach awansowych). W ten sposób zwiększałyby się szanse późniejszego komercyjnego zastosowania wyników prac B+R, podejmowanych w ramach tych przedsięwzięć.

Bibliografia

- Bodelle J., Jablon C., *Science and technology scouting at Elf Aquitaine*, “Research Technology Management” 1993, Vol. 36, No. 5, s. 24–28.
- Brenner M. S., *Technology Intelligence and Technology Scouting*, “Competitive Intelligence Review” 1996, Vol. 7, No. 3, s. 20–27.

⁶ I. K o w a l c z y k i in., *Metody inkubacji projektów biznesowych*, Warszawa 2011.

-
- Cornwell B., *Quicklook commercialization assessments*, "Innovation: Management Policy and Practice" 1998, Vol. 1, No. 1, s. 7–9.
- Jolly V. K., *Commercializing New Technologies: Getting from Mind to Market*, Harvard Business School Press, Boston 1997.
- Kowalczyk I., Pawłowska J., Sarti F., Zago Biasseti I., *Metody inkubacji projektów biznesowych*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2011.
- Reger G., *Technology foresight in companies: From an indicator to a network and process perspective*, "Technology Analysis & Strategic Management" 2001, Vol. 13, No. 4, s. 533–553.
- Rohrbeck R., *Harnessing a Network of Experts for Competitive Advantage: Technology Scouting in the ICT Industry*, "R&D Management" 2010, Vol. 40, No. 2, s. 169–180.
- Wolff M. F., *Scouting for Technology*, "Research Technology Management" 1992, Vol. 35, No. 2, s. 10–12.