



riska neiztikt – ja uzņēmums nav gatavs riskēt, tas nevar neko. Daudzi uzņēmumi joprojām domā, kas notiks rīt, bet nav gatavi domāt, kas notiks pēc 10 gadiem. Tās lielās kapitālsabiedrības, ar kurām sadarbojamies – LMT, "Latvijas Valsts meži", "Latvenergo" un citas, – ir gatavas jaunām idejām. Mums ir gan uzņēmumi, gan pētnieki, kas ir gatavi riskēt, vajag tikai sasniegt noteiktu kritisko masu, lai to darītu, noteiktu starta kapitālu.

Zinātnieki nereti baidās rīkoties, ja viņiem nav noteiktu prasmju. Viņi labi dara konkrētas lietas, bet, kolīdz jāmanevrē pa labi vai pa kreisi, kļūst piesardzīgi. Protams, no vienas puses, tam, kas tiek darīts, jābūt zinātniski pamatotam, bet, no otras puses, jaunajai pievienotajai vērtībai nav jābūt nekādam kosmosam, bet gan vienkārši kaut kam jaunam. Lai to visu izdarītu, jābūt komandai – bez mārketinga vai vadības pieredzes tādas lietas izdarīt nevar. Mēs "ievelkam" universitātē biznesa cilvēkus un stimulējam viņus darboties. Zinātnieki sāk viņiem uzticēties, un tad var darīt kopīgas lietas. Šāds cilvēks no malas parasti ir neatlaidīgs – ja arī kaut kas nesanāk, izmēģina jaunas lietas, līdz tiek atrasts risinājums. Mums ir vajadzīgi produktu attīstītāji, ideju ģeneratori, kas nāk no biznesa. Un ir ārkārtīgi svarīgi, lai zinātnieki viņiem uzticas. Šāds eksperts, biznesā labi zināmu cilvēku tīkls mums ir, vajag tikai jaunas idejas un cilvēkus, kuri tās neatlaidīgi virzītu.

” Ir svarīgi valsts līmenī pateikt, ka universitātes uzdevums ir radīt idejas, nevis pelnīt

Vai varat nosaukt veiksmīgākos produktus, kas radušies šādas sadarbības rezultātā?

LMT "Viedsargs" – hokeja trenāžieris vārtsargiem, kas ir no nulles izveidots produkts. Viens uzņēmums izstrādā aplikāciju, ar kuru kontrolēt kameras hokeja laukumā. Veiksmīgus produktus radījis uzņēmums "Madara Cosmetics". Ir arī nišas produkti, teiksim, 3D printēšana. Nereti uzņēmumi, kas saņem šādu pirmo grūdienu, tālāk aug un attīstās patstāvīgi. Svarīgi ir saprast, kā izmērīt šādas sadarbības rezultātus, jo par tiem nevar spriest tikai pēc ienākumiem.

Pēc kā vēl?

Pēc tā, cik lielā mērā universitātes darbība uzņēmumiem ir radījusi jaunu pievienoto vērtību. Jāskatās, vai uzņēmums sāk augt tāpēc, ka sadarbojas ar universitāti, bet to izmērīt ir gandrīz neiespējami. Sadarbībā ar mums ir izveidoti koka velosipēdi, dažādas aplikācijas un daudz kas cits.