

Sử dụng kết quả nghiên cứu khoa học phục vụ sản xuất và đời sống

HUỶNH VĂN ANH
Vụ trưởng Vụ KHTV

Mười năm qua chúng ta đã thu được nhiều kết quả nghiên cứu trong hai chương trình cấp nhà nước (chương trình nghiên cứu Đồng bằng sông Cửu Long, chương trình đánh giá, khai thác và bảo vệ tài nguyên nước 42 A) và 6 chương trình cấp Tổng cục. Tất cả có hơn 40 đề tài đã được nghiệm thu, đánh giá.

Tuy nhiên, những kết quả đó chưa được sử dụng nhiều để phục vụ phát triển kinh tế xã hội. Có thể nói các kết quả nghiên cứu chưa chuyển thành sản phẩm để đưa đến người sử dụng.

Kinh nghiệm cho thấy, từ kết quả nghiên cứu khoa học phải trải qua giai đoạn áp dụng thử vào sản xuất, xây dựng qui trình công nghệ, cải tiến thiết bị rồi mới thực sự được áp dụng vào sản xuất.

Một đề tài nghiên cứu nếu chỉ kết thúc ở giai đoạn nghiệm thu, đánh giá và đưa vào lưu trữ thì cũng dễ dàng lãng quên.

Vì vậy, làm thế nào để đưa các kết quả nghiên cứu áp dụng vào sản xuất và phục vụ đời sống. Kết quả nghiên cứu càng được sử dụng nhiều, sản phẩm càng đa dạng thì hiệu quả kinh tế càng lớn.

Với mục tiêu đưa các kết quả nghiên cứu đã có tham gia vào việc phục vụ tích cực cho sự nghiệp phát triển sản xuất và đời sống con người, chương trình tiến hành với những nội dung sau đây.

I - LẬP DANH MỤC CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHÍ TƯỢNG THỦY VĂN

Kết quả nghiên cứu KTTV trong mười năm qua là một khối lượng khá lớn các báo cáo tổng kết khoa học đang nằm rải ở các đơn vị.

Những kết quả nghiên cứu này cũng không loại trừ nhiều trường hợp trùng lặp hoặc kết quả nghiên cứu sau đã bao gồm kết quả của đề tài nghiên cứu trước và được nâng cao hơn hoàn thiện hơn. Do đó, việc lập danh mục các kết quả nghiên cứu không thể chỉ là thống kê đơn giản mà phải lựa chọn, phân loại.

Công việc có thể tiến hành từng bước:

1. Lập danh mục, thống kê các kết quả nghiên cứu. Tiêu thức thống kê phản ánh nội dung của kết quả nghiên cứu, năm nghiệm thu, cấp đề tài, đơn vị quản lý, hiện nằm ở đâu (người, cơ quan lưu giữ).
2. Nghiên cứu các kết quả để phân loại theo bộ môn lớn: khí tượng, thủy văn, hải văn, môi trường... Đồng thời xem xét bước đầu sự trùng lặp đề sắp xếp vào cùng loại theo đề tài, vấn đề, đề mục...
3. Lập chương trình thư mục đề lưu giữ trên đĩa từ.

II - CHUYÊN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THÀNH SẢN PHẨM

Mục tiêu chủ yếu là chuyển các kết quả nghiên cứu thành sản phẩm KTTV đáp ứng yêu cầu của người sử dụng (khách hàng). Yêu cầu của khách hàng là đa dạng, do đó không thể ấn định trước dạng sản phẩm mà phải theo yêu cầu, theo đơn đặt hàng của người sử dụng. Giải pháp có thể là:

1. Tổ chức bộ phận tính toán, biên soạn theo yêu cầu của khách hàng.

Bộ phận này có thể là chuyên trách, cũng có thể không chuyên trách. Trong giai đoạn ban đầu, nên tổ chức bộ phận chuyên trách (2-3 người) chỉ làm nhiệm vụ điều hành, tiếp nhận đơn đặt hàng và giao cho các chuyên gia (nhóm chuyên gia) nghiên cứu, hình thành dự án thực hiện.

Nội dung công việc là căn cứ vào kết quả nghiên cứu, tính toán, biên soạn thành văn bản, số liệu theo đơn đặt hàng của người sử dụng.

2. Tăng cường phương tiện tính toán, ấn loát để sản phẩm làm ra đảm bảo yêu cầu chính xác trong tính toán, rõ ràng trong ấn loát và đẹp, thuận tiện khi sử dụng trong việc trình bày (mẫu mã đẹp dễ, tiện dụng).

III - BIỆN PHÁP CUNG ỨNG SẢN PHẨM

Sản phẩm nghiên cứu KTTV tuy được sử dụng nhiều nhưng là một loại sản phẩm không phổ cập, do đó không phải mọi người đều biết sử dụng và biết địa chỉ cung ứng khi cần đến.

Vì vậy, cần có biện pháp thích hợp để giới thiệu cho người dùng.

1. Tìm khách hàng

Ngoài việc tuyên truyền, chào hàng sẽ nói đến dưới đây phải có chính sách thỏa đáng đối với người giới thiệu khách hàng.

Lập danh sách khách hàng dự kiến để giới thiệu sản phẩm, danh sách này dựa trên thống kê nhiều năm theo dõi việc sử dụng kết quả nghiên cứu khoa học KTTV.

Tuyên truyền, chào hàng

a) Quảng cáo trên phương tiện thông tin đại chúng (ti vi, truyền thanh, đăng báo, quảng cáo...) nhằm tuyên truyền khả năng phục vụ (các loại công việc), nội dung kết quả nghiên cứu có thể áp dụng vào sản xuất, dự kiến tỉ lệ làm lợi cho sản xuất, thời gian hoàn vốn.

b) Soạn thảo các loại bản tin chào hàng ngắn, súc tích, hấp dẫn và dễ nhớ.

Những bản tin này sẽ công bố trên phương tiện thông tin đại chúng (ti vi, truyền thanh, báo chí...) với nội dung mô tả sản phẩm đã có và mới có.

Bản tin chào hàng và bản tin quảng cáo về bản chất giống nhau nhưng về kỹ thuật có khác.

Bản tin quảng cáo nhằm trình bày khả năng phục vụ của sản phẩm nghiên cứu KTTV, khả năng đáp ứng hợp đồng của cơ quan, đơn vị nghiên cứu KTTV.

Bản tin chào hàng giới thiệu cụ thể sản phẩm với những thông tin đầy đủ mang tính chất hướng dẫn sử dụng để khách hàng lựa chọn.

Nội dung thông tin chào hàng có thể là:

1. Minh họa sản phẩm

Mục tiêu sử dụng - nhằm hướng dẫn khách hàng lựa chọn sử dụng cho công việc của mình.

Thiết kế sản phẩm - dạng trình bày, bản thuyết minh, bản đồ, biểu đồ công thức tính toán, phạm vi sử dụng.

Chỉ tiêu kỹ thuật - độ chính xác tính toán đạt được, phạm vi áp dụng.

2. Mẫu hàng - mẫu bản đồ, biểu đồ, bản thuyết minh, báo cáo.

3. Thông tin về giá - thể thức thanh toán, giá đơn vị...

4. Phương thức phục vụ - địa chỉ liên hệ, số điện thoại... Cung ứng theo yêu cầu của khách hàng:

- Cung cấp số liệu, tài liệu hướng dẫn.

- Cử chuyên gia

- Tổ chức điều tra khảo sát, lập báo cáo, quy hoạch v.v