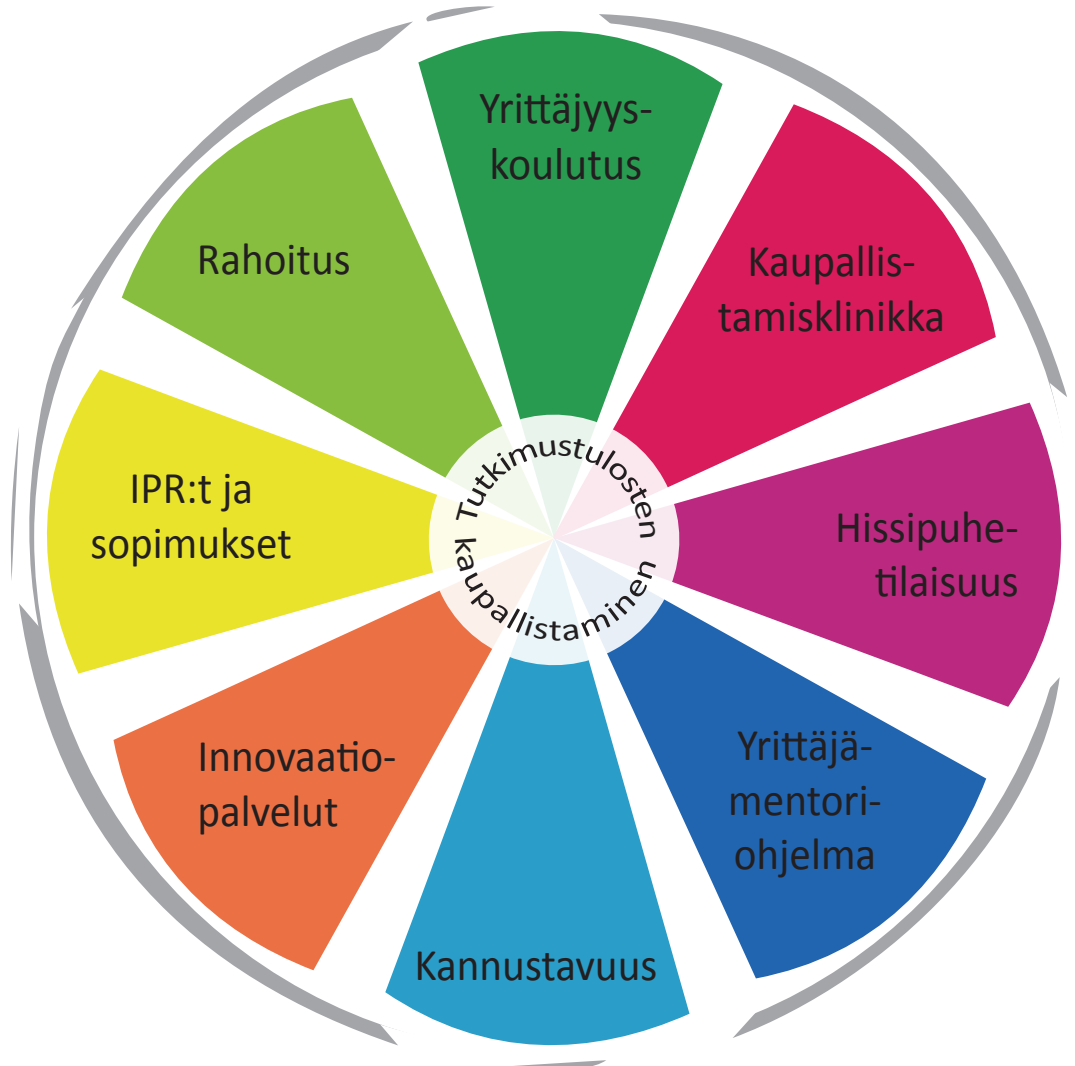


# Tutkimustulosten kaupallistaminen

Jyväskylän yliopistossa kehitetty kaupallistamismalli



# Sisällysluettelo

Johdanto.....	3
KAUPALLISTAMINEN.....	5
Kaupallistamismalli.....	8
<b>Kaupallistamisklinikka.....</b>	<b>9</b>
<b>Hissipuhetilaisuus.....</b>	<b>11</b>
<b>Yrittäjämentori-ohjelma.....</b>	<b>13</b>
KAUPALLISTAMISEN EDELLYTYKSET.....	15
<b>Kannustavuus.....</b>	<b>17</b>
<b>Innovaatiopalvelut.....</b>	<b>19</b>
<b>Kaupallistamismallin ipr- ja sopimusoikeudelliset ehdotukset.....</b>	<b>21</b>
<b>Siemenvaiheen sijoitusrahaston perustaminen yliopistoon.....</b>	<b>23</b>
<b>Yrittäjyyttä tukeva koulutus.....</b>	<b>25</b>
Johtopäätökset ja suositukset.....	29
IRPaK-hankkeen toteutus.....	31

Tekijät: IRPAK-hankkeeseen osallistujat  
Toimittanut: Eeva Pöykkö  
Tekijänoikeudet: Tekijät ja Jyväskylän yliopisto  
Graafinen suunnittelu: Tmi Riikka Aarnio  
ISBN: 978-951-39-5200-6  
Painopaikka: Jyväskylän Yliopistopaino 2013

# Johdanto

Yliopistojen perustehtävinä on pidetty tutkimusta ja opetusta. Tutkimustulosten kaupallinen hyödyntäminen on jätetty pääasiassa yritysten varaan. Monet arviot osoittavat, että hyödyntämismahdollisuuksia jää paljon käyttämättä. Onkin aiheellista kysyä voisiko yliopistoilla olla aktiivisempi rooli tutkimustulosten hyödyntämisessä kuin vain julkaista tutkimustuloksia muiden käytettäväksi. Yliopiston ”kolmannella tehtävällä” viitataan tutkimustulosten kaupalliseen ja muuhun hyödyntämiseen yhteiskunnassa.

## **Yliopistolaki ei suoraan viittaa kaupallistamiseen. Lain mukaan (2§)**

*Yliopistojen tehtävänä on edistää vapaata tutkimusta sekä tieteellistä ja taiteellista sivistystä, antaa tutkimukseen perustuvaa ylintä opetusta sekä kasvattaa opiskelijoita palvelemaan isänmaata ja ihmiskuntaa. Tehtäviään hoitaessaan yliopistojen tulee edistää elinikäistä oppimista, toimia vuorovaikutuksessa muun yhteiskunnan kanssa sekä edistää tutkimustulosten ja taiteellisen toiminnan yhteiskunnallista vaikuttavuutta.*

Lain mukaan yliopiston vuorovaikutus yhteiskunnan kanssa ja tutkimustulosten yhteiskunnallisen vaikuttavuuden edistäminen ovat perustehtäville alisteisia ja palvelevat niitä. Tämä sama näkökulma on omaksuttu yliopiston uudessa rahoitusmallissa, jossa korostuvat tutkimukset ja julkaisut, mutta kaupallistamisesta ei puhuta mitään.

Yliopistolain ja rahoitusmallin perusteella voidaan sanoa, että kaupallistamista ei ole kielletty, mutta siihen ei myöskään erityisesti kannusteta. Kaupallistaminen on kuitenkin merkittävä keino edistää yliopistojen yhteiskunnallista vaikuttavuutta.

## **Kaupallistamisen kehittämiseen liittyy yliopistoissa suuria haasteita**

- Kulttuuri: Miten kaupallistaminen sovitetaan akateemiseen kulttuuriin, jossa tutkimus ja opetus ovat keskeisiä tehtäviä?
- Kannusteet: Miten tutkijoita ja yliopistoja kannustetaan kaupallistamiseen ja yrittäjyyteen?
- Osaaminen: Mistä saadaan se juridinen ja muu osaaminen, jota tutkimustulosten tuoteistaminen ja kaupallistaminen edellyttävät?

Usein tutkimustyö ja yrittäminen asetetaan vastakkain. Hyvä tutkija ei välttämättä sovellu yrittäjäksi. Yrittäminen edellyttää intohimoa ja riskinottoa. Tutkijayrittäjäpersoonia on yllättävänkin paljon yliopistoissa ja he ansaitsevat kaiken tuen. Kuitenkin yliopistollisten kaupallistamisprosessien yleinen menestys on rakennettava sellaisten toimintamallien varaan, joissa tutkija on tutkijana mukana riittävän kaupallistamisosaamisen omaavissa tiimeissä. Tätä varten on kehitettävä kykyä ja kannusteita yhteistoimintaan ja yhdessä luomiseen.

Innovaatiopolitiikassa on luotu instrumentteja lisätä kaupallistamista yliopistoissa. Vuosina 2008-2013 Tekes toteutti Tutkimuksesta liiketoimintaa eli TULI-rahoituksen. Tämän jatkoksi Tekes käynnisti uuden *Tutkimusideoista uutta tietoa ja liiketoimintaa* eli TUTL-rahoituksen, jolla edistetään idean kehittämistä ja valmistellaan sen kaupallistamista uutena liiketoimintana. TUTL-rahoituksessa tutkimusryhmä voi saada merkittävän rahoituksen useaksi vuodeksi. Tukeakseen yliopistojen valmiuksia kaupallistamiseen ja TUTL-rahoituksen hakemiseen Tekes rahoitti yliopistojen kaupallistamiskyvykkyyttä kehittäviä hankkeita.

Jyväskylän yliopiston kehittämishanke oli vuosina 2011-2013 Agora Centerin koordinoimana toteutettu *Ihmiskesteisten ratkaisujen ja palvelujen kaupallistaminen* (IRPaK) -hanke. Tämä kirjanen esittelee hankkeessa kehitetyn kaupallistamismallin ja sen onnistuneen soveltamisen ehdot. Esitämme myös ratkaisuehdotuksiamme edellä mainittuihin kulttuurin, kannusteiden ja osaamisen haasteisiin. Kaupallistamismallin puolesta puhuu tähän mennessä hyväksytyt kuusi TUTL-hanketta, yhteisbudjeteiltaan 7 miljoonaa euroa. Hankkeessa kehitetty kaupallistamismalli on toistaiseksi pilotti, josta saatuja kokemuksia arvioidaan yliopistossa. Hankkeen on arvioinut konsulttiyhtiö Ramboll ja sen suosituksia ja johtopäätöksiä on hyödynnetty kirjassa.

Kirjan lopussa on kuvattu lyhyesti IRPaK-hanke ja siinä mukana olleet henkilöt.

# KAUPALLISTAMINEN



# Kaupallistamismalli

Yliopistossa on paljon kaupallista potentiaalia omaavia tutkimustuloksia ja uusia ideoita. Jotta niitä saataisiin aiempaa määrätietoisemmin hyötykäyttöön ja kaupallisiksi tuotteiksi, tulee yliopiston toimintaympäristön olla kannustava. Myös toimintamallien ja prosessien on tuettava kaupallistamista.

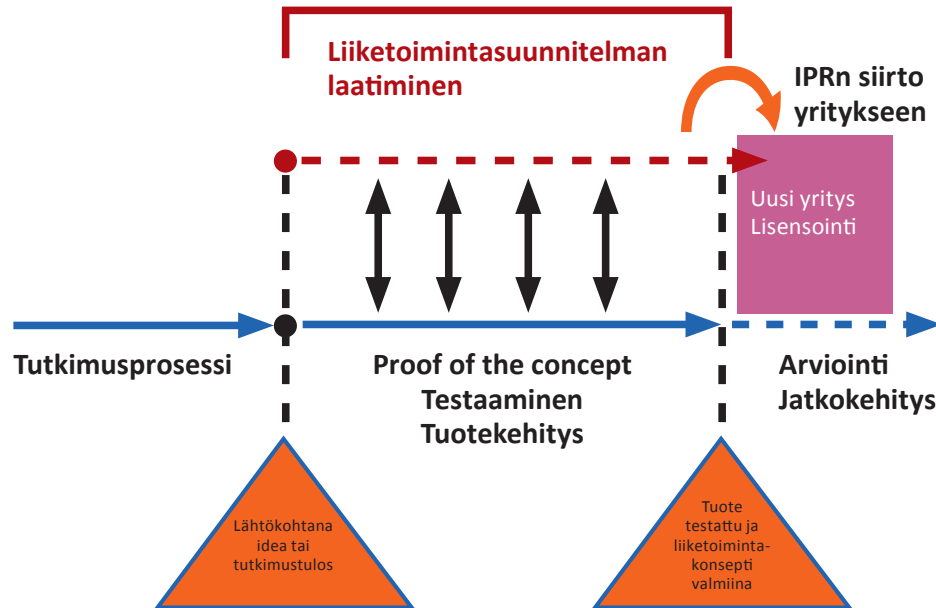
Tutkimusryhmät tarvitsevat oman substanssiosaamisensa lisäksi liiketoimintavalmiuksia. Niitä voidaan parantaa koulutuksen lisäksi tuomalla kokeneita liiketoimintaosaajia mukaan tutkimusryhmiin. Vaikka liiketoimintaosaajat tulisivatkin ulkopuolelta, täytyy tutkijoilla olla myös oma kiinnostus tulosten kaupallistamiseen. Prosessin johtaessa uuteen liiketoimintaan tarvitsee yritys myös substanssiosaajia kehityksen jatkamiseen.

Tähän tarpeeseen on vastattu käynnistämällä uusia toimintamalleja kaupallistamisprosessin eri vaiheisiin. Niillä varmistetaan, että tiimien tueksi on tarjolla oikeantyyppistä tukea ja osaamista aina ideavaiheesta kaupallistamiseen saakka. Seuraavassa esitellyt toimintamallit kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa:

- Kaupallistamisklinikka on viikoittainen klinikka, jossa tutkijat ja opiskelijat saavat sparrausta hankeaihoilleen.
- Yrittäjämentori-ohjelmassa kokeneita liiketoimintaosaajia palkataan kaupallistamiseen tähtäävien ideoiden tueksi.
- Hissipuhe- ja sparrausprosessi on aktiivinen, paljon iteraatiokierroksia sisältävä toimintamalli, jossa osallistujat esittävät ideansa kiteytetysti.

Julkaisussa kuvatut toimintamallit ovat osoittautuneet tarpeellisiksi. Niissä on ollut paljon osallistujia ja on saavutettu erinomaisia tuloksia. Toimintamallit pyritään vakiinnuttamaan osaksi yliopiston toimintaa ja niitä kehitetään myös eteenpäin.

# Kaupallistaminen



Kaupallistamisprosessissa kaupallistaminen yhdistyy tutkimusprosessiin. Ideat syntyvät usein pitkällisen tutkimustyön tuloksina. Kaupallistamisvaiheessa tutkimustyötä jatketaan testamalla idean toimivuutta (proof of the concept) ja tekemällä tuotekehitystä. Samaan aikaan käynnistetään toinen prosessi, jossa suunnitellaan kaupallistamista ja laaditaan mahdollisia liiketoimintasuunnitelmia ottaen huomioon kysyntä- ja markkinatekijöitä. Nämä kaksi prosessia ovat koko ajan vuorovaikutuksessa keskenään. Erityisesti tässä rinnakkaisprosessoinnissa on tärkeää selvittää tutkimustulosten immateriaalioikeudet. Kun tuote on testattu ja liiketoimintasuunnitelma on valmiina, voidaan perustaa uusi yritys ja siirtää sille tuotteen immateriaalioikeudet. On mahdollista myydä tai lisensoida immateriaalioikeudet olemassa olevalle yritykselle. Usein on tarvetta jatkaa tutkimusprosessia arvioimalla ja kehittämällä tuotetta edelleen. Tämä vaatii kuitenkin erillisiä järjestelyjä, sillä IPR:ien siirtäminen yritykselle katkaisee helposti yhteydet yliopistoon.

## CASE: DisGuard

Liikenneturvallisuuden parantamiseen liittyvä case-hanke perustuu väitöstutkimukselle. Jo aiemmin tutkija oli jättänyt keksintöilmoituksia ja pohtinut, voisiko ideoilla olla kaupallista potentiaalia. Vähitellen kimmokkeita alkoi tulla useammasta suunnasta: Tekes esitteli uuden rahoitusinstrumentin (TUTL) ja yliopisto tiedotti sekä läpi menneistä hankkeista että uusien hakujen aikatauluista. Myös tutkijavaihto Yhdysvaltoihin kannusti eteenpäin: ideoiden kehittelylle jäi enemmän aikaa ja Amerikassa oli mahdollisuus tutustua paikalliseen liikennekulttuuriin sekä vahvaan kaupallisuuteen. Lisäksi yhteistyökumppani näki kaupallistamis-potentiaalin ja rohkaisi eteenpäin. Ensimmäisessä hissipuhetilaisuudessa tutkija esittikin kasan ideoita. Näistä valittiin potentiaalisin idea hiottavaksi.

Tutkija korostaa hyvien ideoiden perustuvan tutkijan omalle mielenkiinnolle ja

pitkälliselle tutkimustyölle. Kaupallistamisprosessi oli kuitenkin tärkeä idean jalostamisvaiheessa. Hissipuhetilaisuuksiin osallistuminen ja niissä saatu palaute auttoivat tutkijaa idean jäsentämisessä ja hankehakemuksen kirjoittamisessa: tutkija sai arvokasta apua siihen, mitä asioita tulisi vielä miettiä, mihin fokusoitua ja millaista taustatyötä hanke vaatii. Ratkaisevan tärkeää oli saada sparrausta hakemuksen eri vaiheissa.

Miksi tutkija halusi kaupallistaa tutkimustuloksensa? Vastaus on selkeä: kaupallistaminen tuntui tehokkaimmalta väylältä edistää liikenneturvallisuutta ja vaikuttaa ihmisten hyvinvointiin. Tässä prosessissa tutkija voi myös nykyistä yritys-yhteistyötä konkreettisemmin todentaa kehittämänsä ratkaisun vaikutuksen yksittäiselle ihmiselle ja yhteiskunnalle.



# Kaupallistamisklinikka

Kaupallistamisklinikka on sparrauspalvelu tutkimusideansa tai -tuloksensa kaupallistamisesta kiinnostuneille tutkijoille ja muulle henkilökunnalle. Klinikkapalvelut koostuvat säännöllisesti kerran viikossa järjestettävästä kaikille avoimesta klinikasta ja muutoin tarpeen mukaan tapahtuvasta sparrauksesta. Kaupallistamisklinikka syntyi edistämään Tekesin Tutkimusideoita uutta tietoa ja liiketoimintaa -rahoituksen tunnettuutta. Lisäksi tunnistettiin tarve parantaa tutkijoiden, muun henkilökunnan ja opiskelijoiden oman osaamisen tai tutkimustulosten hyödyntämisen asenneilmapiiriä ja kaupallistamisajattelun edistämistä yleensä.

Kaupallistamisklinikan toiminnan tarkoituksena on ollut avoimena ympäristönä koota ja houkutella yliopistolta Tekesin rahoitushakuun soveltuvia hakijakandidaatteja. Klinikassa on tuettu ja valmennettu tutkijoita ja muuta henkilökuntaa oman ideansa muokkaamisessa Tekesin vaatimusten mukaisiksi projektisuunnitelmiksi ja hakemuksiksi.

Kaupallistamisklinikkaan osallistuneita on opastettu laatimaan Stanford Research Instituten (SRI) menetelmää soveltaen ytimekkäitä, myyviä hissipuhe-esityksiä aiheestaan. Tämän lisäksi klinikalla on opetettu rakentavan palautteen ja vertaisarvion antamista toisille hissipuheesittäjille. Tutkijat ovat saaneet tukea projekteihin tarvittavien monialaisten tiimien muodostamisessa. Viikoittain järjestetyn klinikan tarkoitus on ollut toimia myös avoimena alustana tutkijoiden ja alueen yrittäjien sekä yrittäjyyttä edistävien organisaatioiden välillä.

## **Kaupallistamisklinikan organisoituminen**

Klinikassa käytettävän materiaalin laatimisessa on hyödynnetty SRI:n kehittämää 5DOI-mallia (*5 Disciplines of Innovations*). Muina taustamateriaaleina kaupallistamisklinikan omien materiaalien tekemisessä on hyödynnetty *Business Model Generation* -kirjaa ja siinä esitettyä *Business Model Canvas* -työkalua. Nämä materiaalit ja mallit on kehitetty erityisesti vastaamaan kaupallistamisen keskeisiin kysymyksiin ja haasteisiin.

Kaupallistamisklinikkaa on markkinoitu yliopiston tiedekuntiin ja eri yksiköihin, joissa klinikan toiminnasta kertovia julisteita on jaettu ilmoitustauluille ja kahvihuoneisiin sekä muihin mahdollisiin yleisiin tiloihin. Lisäksi klinikasta on viestitty sähköpostitse uutiskirjeissä ja henkilökohtaisissa tapaamisissa laitosjohdon kanssa. Klinikan toiminnasta on vastannut kolme henkilöä ja siihen on käytetty noin 2-3 työpäivää viikossa.

### **Toiminnan tulokset ja kehittämis ehdotukset**

Kaupallistamisklinikkaa on pidetty heinäkuusta 2012 alkaen maaliskuun 2013 loppuun mennessä 39 kertaa ja niiden yhteenlaskettu osallistujamäärä on ollut kaikkiaan 88 henkilöä klinikkasparraajien lisäksi. Toiminnan vaikutuksia on seurattu esimerkiksi hissipuheesitysten ja projektisuunnitelmien kehittymisen sekä Tekesin edustajan hissipuheista antaman palautteen perusteella.

Kaupallistamisklinikan toiminta tulisi vakinaistaa ja klinikkaan voitaisiin kutsua aika ajoin esimerkiksi pääomasijoittajia arvioimaan myös sellaisia kaupallistamisaihioita, jotka voisivat käynnistyä ilman julkisrahoitteista projektia. Tähän on tullut myös ehdotus yliopiston ulkopuolelta. Mukaan tarvittaisiin lisäksi liiketoiminnassa ansioituneita osajia, jotka voisivat sparrata tutkijoita eteenpäin. Vuorovaikutus alueen muiden vastaaventyyppisten palveluiden kanssa rikastaisi edelleen kaupallistamisklinikan avointa ilmapiiriä.

# Hissipuhetilaisuus

## Mikä hissipuhe?

Tekesin uuden rahoitusinstrumentin yksi keskeinen käytännön toiminta on ollut niin sanottu hissipuhetilaisuus, jossa idean tai oman tutkimustuloksen esitykseen ja rahoittajan kiinnostuksen herättämiseksi on varattu lyhyt aika, noin 6-8 minuuttia. Siitä nimi hissipuhe. Asia tulisi siis esittää lyhyesti ja ytimekkäästi mahdolliselle asiakkaalle tai rahoittajalle.

Tapahtumana hissipuhetilaisuus edistää oman osaamisen, idean tai tutkimustuloksen esiintuomista ja lisää Tekesin uuden rahoitusinstrumentin tunnettavuutta. Tämän lisäksi tapahtuma opettaa rakentavan palautteen ja tärkeän vertaisarvion antamista toisille hissipuheiden esittäjille. Kohderyhmän muodostavat Tekesin Tutkimusideoista uutta tietoa ja liiketoimintaan -rahoitushakuun pyrkivät kandidaatit. Hissipuheen esittäjälle tarjotaan rahoituksen hakuprosessissa tukea oman esityksen valmistamiseksi laajasti tunnetun ja hyväksi koetun mallin mukaan.

## Hissipuhetilaisuuksien organisoituminen

Käytännössä rahoitushakuun pyrkiville tutkijoille on varattu kaksi eri hissipuhetilaisuutta, joista ensimmäinen on idean ensimmäinen esitys. Paikalla on yleensä idean esittäjän lisäksi muita samaan hakuun pyrkiviä kandidaatteja ja yliopistopalveluiden tukihenkilökuntaa. Jälkimmäisessä tilaisuudessa, noin viikkoa ennen rahoitushakemuksen mahdollista jättämistä, kuulijoina ovat myös Tekesin edustaja ja yliopiston hallintojohtaja.

Käytännön organisointiin on kuulunut tilojen varaus ja muu järjestely kuten kutsujen lähettäminen, tilaisuuden aikataulutus, palautteen kirjaaminen ja sen toimittaminen esittäjälle tilaisuuden jälkeen. Hissipuhetilaisuuksia on markkinoitu laajasti yliopiston alueella useita eri markkinointikanavia hyödyntämällä. Näitä ovat olleet mm. suoramarkkinointi, sähköposti, uutiskirjeet, henkilökohtaiset tapaamiset laitosjohdon kanssa jne. Tilaisuuksien käytännön toteuttamisesta on pääsääntöisesti vastannut kaksi henkilöä.

## **Toiminnan tulokset ja kehittämis ehdotukset**

Hissipuhetilaisuuksia pidettiin vuoden 2012-2013 aikana 10 kappaletta, joihin on osallistunut yhteensä 173 henkilöä (mukaan lukien järjestäjät). Tekesille jätettiin vuonna 2012 yhteensä 19 TUTL -hankehakemusta, joista kuusi on saanut positiivisen rahoituspäätöksen.

Toiminnan tuloksena voidaan pitää tutkijoiden aktiivista osallistumista hissipuhetilaisuuksiin (osallistuminen on tosin pakollinen rehtorin myöntämän yliopiston omarahoitusosuuden varmistamiseksi). Toiminnan vaikutuksia on seurattu myös esimerkiksi Tekesin edustajan hissipuheista antaman palautteen perusteella. Hissipuhetilaisuudet ovat merkittävä osa yliopiston kaupallistamishankkeiden haku- ja sparrausprosessia .

Hissipuhetilaisuuksia voidaan edelleen kehittää esimerkiksi kutsumalla mukaan ulkopuolisia liiketoimintaosaajia, pääomasijoittajia ja muiden korkeakoulujen edustajia. Voisi olla antoisaa järjestää valmennus- ja hissipuhetilaisuuksia yhdessä eri korkeakoulujen kanssa.

# Yrittäjämentori-ohjelma

Yrittäjämentori-ohjelman päätavoitteena on yhdistää tutkija tai tutkimusryhmä, jolla on lupaava tutkimustulos ja aikomus hyödyntää sitä kaupallisesti, sekä yrittäjä, joka kiinnostuu tutkimustuloksen kaupallisesta potentiaalista ja on halukas osallistumaan tutkimusryhmän työhön asian edistämiseksi.

**Ohjelma etenee kolmessa vaiheessa, joissa yrittäjämentori ja tutkijat työskentelevät yhteistyössä:**

## 1. Aloitusvaihe

- Tutkimusryhmän idea / tutkimustulos
- Tiimiin soveltuvan yrittäjän löytäminen
- Perehtyminen tutkimustulokseen

## 2. Kaupallistamisen valmistelu

- Verkostojen rakentaminen
- Liiketoimintasuunnitelma
- Soveltava tutkimus
- Pilotointi

## 3. Ehdotus jatkotoimenpiteiksi

- Yrityksen perustaminen ja mahdollinen osakkuus yrityksessä
- Lisensointi olemassa olevalle yritykselle
- Muu hyödyntämistapa kuten tulosten julkaiseminen yleiseen käyttöön

Kaikkien Yrittäjämentori-ohjelman toimenpiteiden tulee lähteä liikkeelle asiaansa uskovista ja osaavista ihmisistä ja perustua ideaan tai tutkimustulokseen. Ohjelman suosituksena on rekrytoida yrittäjämentori osaksi tutkimustiimiä sille yliopiston ainelaitokselle, jolla on paras osaaminen asian edistämiseksi.

Vuoden 2012 aikana Jyväskylän yliopistossa pilotoitu Yrittäjämentori-ohjelma tavoitti noin 30 yrittäjää, jotka ilmaisivat kiinnostuksensa ohjelmaan. Haastattelujen perusteella ohjelmaan valittiin viisi yrittäjämentoria työskentelemään eri tiimien ja aihioden parissa. Ohjelman aikana yrittäjämentorit työstivät tutkimustuloksista kaupallistamissuunnitelmia sekä tekivät alustavaa pilotointia yhdessä tutkimusryhmän kanssa.

Yrittäjät palkattiin yliopistolle osa-aikaisesti 2-6 kk ajaksi. Työsopimus varmistti IPR-kuvion selkeyden ja sitoutti yrittäjät monitieteiseen työyhteisöön. Yrittäjistä kaksi tuli pääkaupunkiseudulta, yksi Oulusta, yksi Ruotsista ja yksi Jyväskylästä.

Kunkin yrittäjämentorin ensimmäinen sopimusjakso päättyi neuvotteluun, jossa sovittiin jatkotoimenpiteistä. Suurin osa aihioista vaikuttaa lupaavilta ja niitä kannustetaan etenemään joko jatkohankkeiksi tai suoraan perustettavaksi yritykseksi.

# KAUPALLISTAMISEN EDELLYTYKSET



# Jyväskylä Entrepreneurship Society



Yhteiskunnassamme yrittäjyyden arvoitus ja merkitys ovat lisääntyneet huomattavasti viime vuosina. Myös opiskelijoiden kiinnostus yrittäjyyttä kohtaan on kasvanut kaiken aikaa. He ovat perustaneet useita yrityksiä ja osasta on tullut upeita menestystarinoita. Myös Jyväskylän yrittäjähenkiset opiskelijat ovat olleet aktiivisia verkostoitujia. Samaan aikaan he ovat kaivanneet yhteistä foorumia. Tähän haasteeseen vastaa opiskelijalähtöinen Jyväskylä Entrepreneurship Society - JES. Keväällä 2013 toimintansa aloittaneen yhdistyksen tarkoituksena on edistää yrittäjyysmyönteistä kulttuuria ja kasvuyritystoiminnan yleisiä edellytyksiä sekä vaalia yrittäjähengeä ja toimia jäsentensä yhteistyöelimenä. Uudelle yhdistykselle oli suuri tarve, sillä jo valmisteluvaiheessa toimintaan osallistui yli sata opiskelijaa.

Toiminnan punaisena lankana on yhdessä kokeminen, yhdessä tekeminen ja keskinäinen sparraaminen. Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys järjestää kokouksia, koulutusta, tapahtumia, illanviettoja ja opintomatkoja. Verkostoituminen yliopistojen, ammattikorkeakoulujen, opiskelijajärjestöjen, yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa on tärkeä osa toimintaa. Yrittäjyyttä edistäviä tapahtumia järjestetään noin kuukauden välein. Järjestäminen tehdään yhteistyössä Jyväskylän Yliopiston, Jyväskylän Ammattikorkeakoulun ja Jyväskylän Kehittämiskeskuksen kanssa. JES on aktiivisesti mukana myös erilaisissa sidosryhmien tapahtumissa. Toimintaa pyritään kehittämään ja laajentamaan eri tavoin. Uudet jäsenet ovat aina tervetulleita.



# Kannustavuus

Yliopiston yleisen ilmapiirin tulee olla kaupallistamiseen kannustava. Kannustavan ilmapiirin merkitystä yrittäjämäiselle toiminnalle ei voi ylikorostaa, sillä innostuneet ihmiset ovat varsin tuotteliaita. Yleensä innostus ja hyvä tekemisen meininki leviävät myös ympäristöön.

Kannustavan ilmapiirin lisäksi yliopiston toimintamalleissa tulee kiinnittää huomiota kaupallistamismahdollisuuksia jarruttavien uhkakuvien poistamiselle. Esimerkkeinä voidaan mainita IPR-politiikka, tutkijoiden oikeuksiensiirtopaperit, organisaation virallinen suhtautuminen yrittäjyyteen sekä mahdollisuudet osa-aikaisuuteen ja virkavapaisiin.

Selkeät pelisäännöt ovat tarpeen, sillä on käynyt ilmi, että henkilöstön tuntemus edellä mainituista asioista ei ole riittävää. Lisäksi on noussut esiin myös väriä olettamuksia, jotka saattavat jarruttaa kiinnostusta yrittäjyyttä ja tutkimustulosten kaupallistamista kohtaan. Sekä yhteisen tahtotilan muodostaminen että siitä viestiminen kaikilla tasoilla on tärkeää.

Yksittäisenä keinona viestiä yliopiston tahtotilasta yrittäjyyteen liittyen ovat signaalit ura- ja palkkausjärjestelmässä. Jos esim. palkkausarvioinnissa saisi julkaisujen tapaan lisäpisteitä myös tutkimustulosten kaupallistamisesta, olisi se merkittävä kannustin yliopistolta tutkijalle. On myös tärkeää että yrittäjyys nähdään arvostettuna vaihtoehtona perinteiselle tutkijauralle.

Muita konkreettisia keinoja ovat tutkijoiden oikeuksiensiirtopapereiden kannustavuus. Niissä on tärkeää kertoa, että yliopisto kannustaa tutkijoita yrittäjyyteen ja auttaa syntyneiden IPR:ien siirtämisessä hyötykäyttöön. Tutkijoille suunnattu IPR-opas tuo esiin tutkijoiden oikeuksia ja IPR:iin liittyviä mahdollisuuksia sekä kannustaa IPR:ien hyödyntämiseen. Yliopistolla tulee olla selkeät pelisäännöt siitä, miten ja millaisilla ehdoilla IPR:t voivat siirtyä käynnistyviin yrityksiin.

Tutkijoilta saadun palautteen mukaan positiivisten kaupallistamis- ja yrittäjyysesimerkkien nostaminen aktiivisesti esiin viestinnässä toimii kannusteena myös muille. Taloudellista menestystä olennaisempi kannuste tutkijoille on usein se, että kaupallistaminen tarjoaa merkittävän väylän saattaa tutkimustulokset laajaan hyötykäyttöön ja nähdä niiden vaikutus ympäröivään yhteiskuntaan.

## CASE: CO-SKY

Logistiikan optimointiin liittyvässä hankkeessa tutkijat olivat jo kauemman aikaa ehtineet pohtia, miten he voisivat siirtää tutkimustuloksia käytäntöön. Haastetta riitti: tehokkaiden reittien etsintää on tutkittu pitkään ja sovellettu menestyksekkäästi mm. koulukuljetusten, postinjake-lun ja öljylaivojen reittien suunnitteluun, mutta vielä puuttuu toimiva optimointi suurelle massalle erilaisia suunnitteluongelmia. Hankkeen tavoitteena onkin ratkaista erityyppiset ongelmat yhtenäisellä, massakustomoitavalla tuotteella.

Tekesin uusi rahoitusinstrumentti tuli ratkaisuksi juuri sopivaan saumaan. Vaikka kaupallistamista oli ehditty miettiä, kirkastui konkreettinen ydin vasta loppumetreillä. Tutkijat osallistuivat ensimmäiselle hakukierrokselle, jolloin toiminta haki vielä muotoaan. Tekesin edustajien kanssa käydyt keskustelut avasivat

kuitenkin pääpiirteissään sen, millaisia hankkeita rahoitushaulla etsittiin. Varsinaista suunnitelmaa tutkijoilla ei tässä vaiheessa vielä ollut, se syntyi hissipuhe-tilaisuuden ja sparrausten myötä. Tarkentavat ja vaikeatkin kysymykset yhdessä kannustavan palautteen kanssa auttoivat suuresti hankkeen suunnittelussa.

Hankkeen tavoitteena on tehdä monistettavaa liiketoimintaa kansainvälisesti - saada Suomeen kasvua, työpaikkoja, verotuloja ja vientiä. Tutkija pitääkin tärkeänä, että he voivat toimia siltana ja viedä Suomesta käsin maailmalle sitä, minkä he kokevat tärkeäksi. Tähän liittyen kaikille tutkijoille heitettiin monistettavuuden haaste: Miettikää, miten ammattitaitonne voidaan monistaa niin, että se mitä te teette, olisi käytössä kaikkialla maailmassa.

# Innovaatiopalvelut

Kaikissa yliopistoissa on tutkimustuloksien kaupallistamista tukevia innovaatiopalveluja. Jyväskylän yliopistossa toimii yliopistopalvelujen osana Tutkimuksen tuki, yrittäjyys ja innovaatiot palveluyksikkö, jonka tehtäviin kuuluvat kaupallistettavien tutkimustulosten tunnistaminen, arviointi ja jalostus, IPR-neuvonta ja IRP:n hallinta, kaupallistamissopimusten valmistelu rehtorille päätettäväksi sekä kumppanuuksien rakentamista kaupallistamistoimijoihin. Yrittäjyyspalvelut-yksikkö puolestaan edistää yliopistolähtöistä yrittäjyyttä avustamalla liikeideoiden arvioinnissa sekä liiketoiminnan ja rahoituksen suunnittelussa. Yrittäjäksi aikova saa yrittäjyyspalveluista kokemuksen tuomaa monipuolista tietoa ja ohjausta yrittäjyydestä.

Innovaatiopalvelujen haasteita ovat tutkijoiden mukaan saaminen innovaatiotoimintaan ja keksintöjen kaupallistamiseen kannustavan kulttuurin luominen. Toiminnan kehittämisen kannalta rahoituspohjan lyhytjänteisyys ja kaupallistamisen resurssien jako, ohjaus ja kanavointi ovat myös haastavia ongelmia.

Kaupallistamisen kehittämisen kannalta on keskeistä, miten innovaatiotoiminnan ja kaupallistamisen tukitoimet organisoidaan yliopistossa. Toisessa ääripäässä on hajautettu malli, jossa tiedekunnat päättävät itse, mitä prosesseja ottavat käyttöön ja miten järjestävät kaupallistamistoiminnan sopimaan parhaiten omaan toimintatapaansa. Toisessa ääripäässä on keskitetty malli, jossa kaupallistamisen tukitoimet keskitetään koko yliopistoa palvelemaan innovaatiopalveluyksikköön. Näiden välissä on hajakeskitetty malli, jossa tietyt toiminnot kuten IPR- ja sopimusasiat on keskitetty ja hankekohtaiseen sparraukseen liittyvät toiminnot ovat tiedekunnilla ja laitoksissa. Tämä malli vastaa kansainvälistä suuntausta, jossa innovaatiotoiminta ja kaupallistaminen nähdään yliopistonlaajuisena kokonaisuutena, jota ei voida hoitaa yhden keskitetyn toimiston puitteissa. Rehtorin asettama työryhmä esittää vuoden 2013 loppuun mennessä oman näkemyksensä innovaatiotoiminnan organisoimisesta.

# CASE: Hyvän elämän kompassi

Hyvän elämän kompassi on Jyväskylän yliopiston psykologian laitoksen kehittämä verkkopohjainen itsehoito-ohjelma mielialaongelmien hoitoon ja niiden ehkäisyyn. Innovaatio on merkittävä, sillä tutkittuja ja tehokkaita verkkopalvelumalleja on Suomessa tarjolla vähän. Palveluista hyötyviä henkilöitä on kuitenkin satoja tuhansia. Pyrkimyksenä on sen vuoksi tarjota tutkittuja ja näyttöön perustuvia mielenterveys- ja hyvinvointipalveluita, jotka ovat kustannustehokkaita, joustavia ja helposti saavutettavissa.

Projektin aikana tehtiin yliopistolähtöisen palveluinnovaation tuotteistamis- ja markkinointiselvitys. Siinä selvitettiin palveluiden markkinoita, kilpailutilannetta, mahdollisia toimintaympäristöjä,

tuotepolitiikkaa ja suunnittelua. Palvelun markkinointi ja myynti todettiin haastavaksi. Lisäksi havaittiin, että palveluinnovaation kehittämisen yhteydessä materiaalin omistuskysymykset voivat olla ongelmallisia ja ne olisi hyvä huomioida varsin aikaisessa vaiheessa.

Hankkeessa testattiin kehitettyä palveluinnovaatiota eri käyttäjäryhmillä ja erilaisia palvelumalleja hyödyntäen. Palveluinnovaation vaikuttavuudesta eri palveluympäristöissä ja eri käyttäjäryhmillä saatiin erittäin rohkaisevia tuloksia. Samalla hankittiin tietoa palvelu- ja toimintamallien hyväksyttävyydestä sekä ideoita jatkokehitystä varten.

# Kaupallistamismallin ipr- ja sopimusoikeudelliset ehdotukset

## Tausta

Immateriaalioikeuksien osuus maailmankaupasta on 10-15 %. Luku on nopeassa kasvussa, mutta Suomen osuus on laskussa. IPR:iä pidetään keskeisenä kasvu- ja kilpailutekijänä. Yliopistoilta odotetaan yhä vahvempaa roolia IPR:ien luomisessa, välittämisessä ja hyödyntämisessä. Tätä edellyttävät myös valtioneuvoston Tutkimus- ja innovaationeuvoston toimintaohjelma (2012) ”Suomi osaamispohjaiseen nousuun” sekä TEMin IPR-strategia (2009).

Jyväskylän yliopiston kaupallistamishankkeessa selvitettiin IPR:ien merkitystä ja hyödyntämistapoja. Esitämme keskeiset havaintomme ja suosituksemme johtopäätöksinä.

## Johtopäätös 1:

### *Yliopiston keskeisten IPR-poliittisten periaatteiden harmonisointi ja kodifointi*

Lainsäädäntö, kuten yliopisto-, tekijänoikeus- ja korkeakoulukeksintölaki, muodostavat yliopiston IPR-toiminnan normiympäristön. Pieni osa normeista on pakottavia, suurin osa tahdonvaltaisia eli toisin voidaan sopia. Lisäksi osa IPR-toiminnasta toteutuu sääntelemättömällä alueella, jossa yliopistolla on esim. työnantajavaltaa. Yliopiston IPR-poliittinen liikkumavara on siten laaja.

## Johtopäätös 2:

### *IPR-arviointi osaksi hankevalmistelua mahdollisimman aikaisin*

Tutkimusaineistot ovat yleensä kumulatiivisia kokonaisuuksia: ne perustuvat useiden peräkkäisten ja rinnakkaisten projektien työlle. Oikeudellisin termein kuvaten ne koostuvat tulos- ja tausta-aineistoista. Jälkimmäisiin saattaa sisältyä IPR:iä, joita yliopisto ei omista ja joita ilman uutta hanketta ei voida toteuttaa tai ainakaan kaupallisesti hyödyntää.

### Johtopäätös 3:

#### *IPR:ien laatua parannettava*

Vanhat meriittipatentoinnin ajat ovat yliopistoissa ohi. Patentoinnin pitää kohdistua tieteellisesti merkittävien ratkaisujen sijasta kaupallista potentiaalia omaaviin innovaatioihin. IPR ei ole itseisarvo. Se tulisi nähdä kaupallistamisprosessin lisäarvona.

### Johtopäätös 4:

#### *IPR:ien tunnistusmekanismeja kehitettävä*

IPR:n tunnistaminen ei ole itsestäänselvyys. Keksinnöllisyysvaatimuksen tai teostason täyttymisen arviointi edellyttää usein erityisasiantuntemusta, jota tutkijalla ei ole. Erityisen ongelmallisia ovat tekijänoikeudelliset aineistot, esim. ohjelmistot, tietokannat, kyselylomakkeet ja opetusaineistot. Teostason vahvistaa viime kädessä tuomioistuin.

### Johtopäätös 5:

#### *IPR:ien uusia luomis- ja jakelumuotoja tulisi harkita riskit huomioon ottaen*

Perinteinen malli, jossa joko yliopisto tai (tutkija)yritys myy tai lisensoi IPR:n teollisuudelle on saanut rinnalleen uusia hyödyntämismalleja. Ne perustuvat avoimuuteen, tiedon jakamiseen ja sekä horisontaaliseen että vertikaaliseen yhteistyöhön. Tällaisia ajattelutapoja ovat mm. Open Data, Open Science ja Open Innovation. Sopimustasolla niitä edustavat mm. Open Source ja Creative Commons -lisensointimallit.

### Johtopäätös 6:

#### *IPR- ja sopimusosaamista parannettava*

Ottaen huomioon alussa mainittu maailmanlaajuinen IPR-ekspansio ja tarve tehostaa oikeuksien hyödyntämistä kaikilla tasoilla, olisi harkittava yliopiston tutkijoiden, muun henkilöstön ja opiskelijoiden koulutustarve.

### Johtopäätös 7:

#### *Tutkijoiden julkaisu- ja muut perusoikeudet turvattava*

Tieteen ja ilmaisun vapaus on turvattu perustus- ja yliopistolaisissa. Niitä sovelletaan kaikkeen yliopistolla tehtävään "tieteelliseen tutkimukseen" eli myös tilaustutkimukseen. Yliopistolla on velvollisuus huolehtia näiden oikeuksien toteutumisesta.

# Siemenvaiheen sijoitusrahaston perustaminen yliopistoon

Osana yhteiskunnallista vuorovaikutustehtävää on luontevaa, että yliopisto edistää yrittäjyyttä. Helpottamalla uusien yritysten syntyä yliopistoseudulla mahdollistetaan yliopistolähtöisten tutkimustulosten ja innovaatioiden menestyksellä kaupallistaminen sekä luodaan työpaikkoja, jolloin yhä useampi opiskelija voi valmistuttuaan jäädä alueelle.

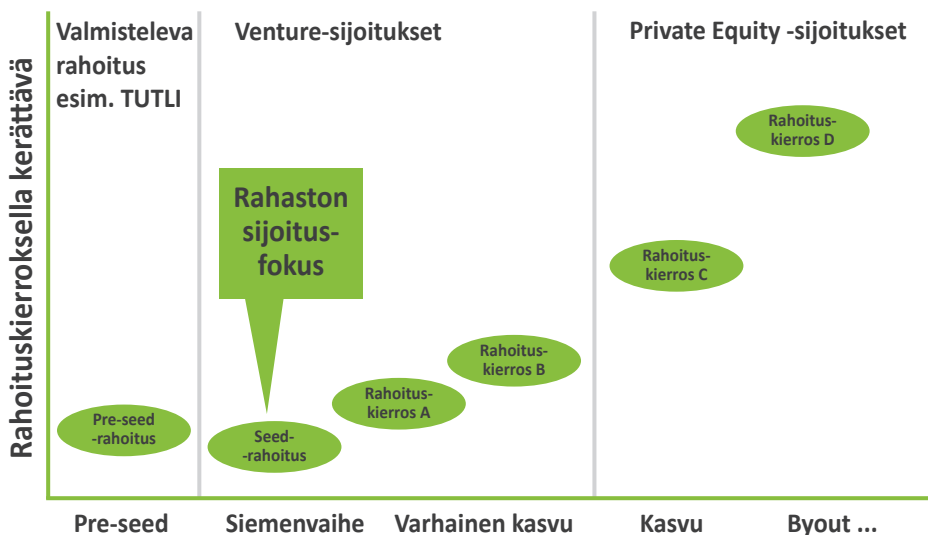
Yrityksen elinkaari kulkee valmisteluvaiheesta (pre-seed) siemenvaiheen ja varhaisen kasvun vaiheen kautta joko vakiintuneeseen liiketoimintaan tai nopeamman kasvun vaiheeseen. Vain osa yrityksistä selviää elinkaaren vaiheesta toiseen. Sataa kasvuyritystä kohden tarvitaan arviolta tuhat seed-vaiheen yhtiötä, joista ainakin 300 tarvitsee siemenvaiheen rahoitusta. Kasvuyrityksiä tarvitaan, koska ne ovat merkittävä työllistäjä. Työ- ja elinkeinoministeriön Kasvuyrityskatsauksen mukaan Suomessa oli 668 kasvuyritystä vuosina 2007–2010. Vähäisestä lukumäärästään huolimatta nuo yritykset loivat noina vuosina puolet kaikista Suomeen syntyneistä työpaikoista eli noin 50 000 työpaikkaa.

Suomessa pääomien puute on ehkä keskeisin pullonkaula uusien yritysten käynnistämiseksi. Osaratkaisuna varhaisen vaiheen rahoituksen vähäisyyteen Keski-Suomessa esitetään, että alueen korkeakoulut – Jyväskylän yliopisto ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu – perustavat yhdessä siemenvaiheen pääomasijoituksia tekevän rahaston, joka toimii ”pehmeänä” pääomasijoittajana, tehden vuosittain useita, kooltaan pieniä sijoituksia korkeakoululähtöisiin startup-yrityksiin. Pehmeydellä viitataan siihen, että rahasto ei pyri maksimoimaan suoraa rahallista tuottoa vaan yhteiskunnallisen vaikutuksen mahdollistamalla uusien, innovatiivisten yritysten käynnistymisen. Rahasto on valmis tekemään tilaa muille toimijoille tarjoten omaa sijoitusosuuttaan myytäväksi kohtuullisella tuotolla joko kaupallisin periaattein toimiville sijoittajille, yrittäjille tai yrittäjien valitsemille uusille avainhenkilöille. Rahastoon palautuneet pääomat tuottoineen sijoitetaan uudestaan, joten osakeyhtiö on sopivin yhtiömuoto rahastolle.

Rahaston valmistelutyö on pitkällä ja yhteinen näkemys sijoittajien kesken on saavutettu. Rahaston on tarkoitus aloittaa sijoitustoiminta vuoden 2013 aikana, sen jälkeen kun yliopiston hallitus on tehnyt päätöksen sen perustamisesta. Rahaston perustaminen on projektiluonteinen tehtävä mutta sen toiminta on jatkuvaa ja pitkävaikutteista. Hallinnointiin kuuluu olennaisena osana yrittäjien valmentaminen ja osallistuminen yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen hallitustyöskentelyn kautta: yritys saa rahan lisäksi osaamispääomaa.

Siemenrahaston lisäksi Jyväskylän yliopistossa valmistellaan käynnistysrahastoa, jonka kautta IPR:t voitaisiin sijoittaa apporttina yritykseen ilman, että yliopisto tulee suoraan yrityksen osakkaaksi. Tämä rahasto voisi myös tehdä suoria pääomasijoituksia - mahdollisesti yhdessä siemenrahaston kanssa.

### Yhtiön kehitysvaihe



Pääomasijoituksia tarvitsevat yleensä yhtiöt, joiden liiketoiminta perustuu tuotteiksi tai palveluiksi jalostettaviin ideoihin tai jotka haluavat laajentaa toimintaansa maantieteellisesti. Yhtiön kehityskaaren eri vaiheissa investointi- ja rahoitustarpeet ovat erilaisia. Riskisijoittamiseksi kutsutaan pääomasijoituksen tekemistä siemen- tai kasvuvaiheen yritykseen. Siemen- eli seed-vaiheen pääomien puute vaikeuttaa uusien yritysten perustamista. Suunnitellun rahaston tehtävänä on helpottaa korkeakoululähtöisten uusien yritysten siemenvaiheen rahoituksen saamista.



# Yrittäjyyttä tukeva koulutus

Yrittäjyyskoulutusta tarvitaan liiketoimintaosaamisen ja yrittäjämäisen työskentelyn lisäämiseksi sekä yrittäjämönteisen ilmapiirin tukemiseksi. Yrittäjämäinen asenne on tärkeää lähes kaikissa työtehtävissä. Monialaisuus, yhteistyötaidot sekä kyky ymmärtää muita ja muiden osaamisalueita ovat yhä tärkeämpiä työelämä- ja yrittäjyysvalmiuksia. Monialainen ryhmätyöskentely parantaa osallistujien valmiuksia laaja-alaiseen yhteistyöhön, lisää ymmärrystä muista aloista ja laajentaa verkostoja. Tärkeyttä korostaa myös se, että innovaatiot syntyvät yhä useammin rajapinnoissa.

IRPaK-hankkeessa pilotoitiin kolme uutta kurssia: Yrittäjyystarinoita, Immateriaali-, sopimus- ja yhtiöoikeuden perusteet sekä Palvelusuunnittelu ja -konseptointi. Nämä perus- ja jatko-opiskelijoille suunnatut kurssit täyttävät osaltaan yliopiston koulutustarjonnan aukkoja. Pilotoinnin tavoitteena oli alusta asti, että kurssit jatkuisivat myös pilotoinnin jälkeen. Kursseilla nostettiin esiin mm. kannustavia ja opettavia esimerkkejä.

Opiskelijoiden antamissa palautteissa korostui tarve soveltavaan, yrittäjyysvalmiuksia kehittävään koulutukseen. Opiskelijat ovat nostaneet toistuvasti esiin tarpeen saada oman yritys- tai tuoteidean eteenpäin kehittämistä tukevaa koulutusta. Työpajamuotoista koulutusta on toivotu esimerkiksi oman osaamisen ja palveluiden tuotteistamisesta ja markkinoinnista, liiketoimintasuunnitelman laatimisesta sekä myyntityöstä.

## Yrittäjyystarinoita-kurssi

### *Tausta*

Yrittäjyystarinoita-kurssin tarkoituksena oli avartaa ja laajentaa opiskelijoiden käsityksiä työllistymisestä sekä oman osaamisen ja asiantuntijuuden hyödyntämisestä todellisten, paikallisten yrittäjien kertomien uratarinoiden kautta. Lisäksi kurssi pyrki vahvistamaan yrittäjyysmyönteistä ilmapiiriä koko yliopiston tasolla rohkaisemalla opiskelijoita pohtimaan mahdollisuutta (oman) työpaikan luomisesta. Kurssin tärkeimpänä osaamistavoitteena oli saada opiskelijat ymmärtämään, mitä yrittäjyys, yrittäminen ja yrittäjämäinen toimintatapa tarkoittavat käytännössä.

### *Toteutus ja kurssisisältö*

Kurssi järjestettiin syventävien opintojen tasoisena. Kurssi koostui kahden päivän aloitusseminaarista, monipuolisista yrittäjyystarina-luennoista, loppuseminaarista ja henkilökohtaisesta kirjoitustehtävästä, jonka tehtävänantona oli laatia suunnitelma oman osaamisen hyödyntämisestä valmistumisen jälkeen sekä pohtia, voiko yrittäjyys olla vaihtoehto itselle. Kurssin suoritti 75 opiskelijaa.

### **Immateriaali, sopimus- ja yhtiöoikeuden peruskurssi**

Immateriaali-, sopimus- ja yhtiöoikeuden peruskurssi oli suunnattu sekä opiskelijoille, tutkijoille että henkilökunnalle. Osallistujia oli neljäkymmentä. Kurssi vastasi tarpeeseen lisätä juridista yleissivistystä. Fokuksessa oli perusasioiden ymmärtäminen ja soveltaminen työntekijänä, yrittäjänä ja opiskelijana. Sisältöön kuului myös oikeuksien ja vastuiden, mahdollisuuksien ja riskien alustava tunnistaminen.

Luentokertoja oli seitsemän ja kurssi eteni aihealueittain. Case-esimerkit olivat tärkeässä roolissa kunkin aihealueen käsittelyssä. Kurssille tultiin hakemaan käytännönläheistä ymmärrystä ja osaamista työssä vastaantuleviin juridisiin kysymyksiin. Kurssilaiset kokivat, että juridiset kysymykset ovat usein hyvin kompleksisia. Luennoilla he saivat yleiskuvan pääperiaatteista ja oppivat hyödyntämään tietoa opinnoissa ja tutkimuksessa (mm. tutkimus- ja tuotekehityssopimuksia tehtäessä). Lisäksi he oppivat, millaisissa tilanteissa kannattaa konsultoida juristia. Havainnollisten esimerkkien ja keskustelevan otteen ansiosta kiinnostus vain kasvoi kurssin edetessä.

### **Palvelusuunnittelu ja -konseptointi -kurssi**

Jyväskylän yliopiston kaikkien tiedekuntien maisteri- ja jatko-opiskelijoille suunnattu Palvelusuunnittelu ja konseptointi -kurssi tavoitteena on ollut

- herättää ja vahvistaa yliopisto-opiskelijoiden kiinnostusta palvelujen suunnitteluun ja kehittämiseen
- perehdyttää opiskelijat käyttäjäkeskeiseen, monialaiseen muotoiluajatteluun (erityisesti palvelumuotoilu) ja konseptointiin perustuvaan palvelujen suunnitteluun
- antaa ohjausta opiskelijoiden omiin palvelukehittämisideoihin
- tarjota yliopiston henkilökunnalle mahdollisuus perehtyä palvelujen suunnitteluun ja konseptointiin

Muotoiluohjautuneessa palvelukonseptoinnissa (palveludesign) palvelujen kehittämistä tehdään muotoiluajattelu- ja ratkaisukeskeisesti. Työ on luovaa, monialaista ja kokeilemiseen perustuvaa suunnittelua. Se on samalla oppimisprosessi ja ryhmätyöskentelyn ympäristö.

Yliopistokontekstissa palvelukonseptoinnissa tutkimus ja tutkimukseen perustuva tieto ja osaaminen ovat perusta pitkäjänteiselle kehittämiselle ja uusille palveluinnovaatioille, joiden toteuttamiseksi tarvitaan yhteistä suunnittelua ja ongelmanratkaisua erilaisten toimijoiden ja erityisalojen kesken. Myös yliopiston ulkopuoliset toimijat tuovat usein tarpeellisen lisän palvelujen suunnitteluun ja toteutukseen.

Kurssi on osoittautunut erittäin tarpeelliseksi ja jatkokehittämisen arvoiseksi. Opiskelijoiden motivaatio ja kiinnostus palveluiden kehittämiseen on selvästikin kasvamassa. Opiskelijat ovat innostuneet aiheesta ja erityisesti palveluideoiden kehittämisestä ja toteuttamisesta.

# Yrittäjyysportaali

Hankkeessa kehitetty yrittäjyysportaali on sivusto, josta opiskelijat ja tutkijat löytävät oman osaamisen tuotteistamista ja akateemista yrittäjyyttä tukevat toiminnot, tapahtumat, kurssit ja palvelut.

Portaalille on ollut suuri tarve, sillä aiemmin tieto oli saatavilla hyvin sirpaleisesti. Uusi portaali vastaa opiskelijoiden ja tutkijoiden lisäksi myös alueen yrittäjien esittämiin tarpeisiin löytää tieto helposti ja kootusti yhdestä paikasta. Yliopiston pääsivujen juureen luotu yrittäjyysportaali on koottu yhteistyössä yliopiston eri tiedekuntien ja yliopistoviestinnän kanssa.

Portaalin rakenne alkaa ideavaiheesta, jossa opiskelija tai tutkija voi aloittaa oman ideansa hiomisen. Tarjolla on tukea, sparrausta ja verkostoja sekä kilpailuja, joiden avulla ideaa voi lähteä jalostamaan hyötykäyttöön.

Koulutusosio kokoaa yhteen Jyväskylän yliopiston ja Keski-Suomen muiden toimijoiden tarjoaman käytännönläheisen koulutuksen yrittäjyyteen ja idean tuotteistamiseen liittyen. Mukaan on otettu myös hyödyllisiksi havaittuja ulkomaisia verkkokursseja.

Palveluihin on koottu yliopiston tarjoamia palveluja tutkimustulosten kaupallistamisen tueksi. Lisäksi on kuvattu alueen muiden toimijoiden runsas tarjonta niin alkaville kuin jo käynnissä oleville yrityksille.

Yhteyshenkilöverkostosta voi etsiä osaamista, yhteistyötä tai kontakteja Jyväskylän yliopiston sisältä. Yrittäjyysportaalista löydät alkuvaiheen askelmerkit.

*[www.jyu.fi/yrittajyys](http://www.jyu.fi/yrittajyys)*

# Johtopäätökset ja suositukset

Tutkimustulosten kaupallistaminen avaa yliopistoille ja tutkijoille aivan uudet mahdollisuudet hyödyntää tutkimustuloksiaan. Kyse ei ole vain taloudellisesta hyödystä vaan vielä enemmän sen näkemisestä, että tutkimustuloksilla on yhteiskunnallista merkitystä.

Tutkimustulosten kaupallistaminen on suuri kulttuurinen muutos yliopistoissa, joiden perustehtävinä ovat opetus ja tutkimus. Kaupallistaminen nähdään osana yliopistojen yhteiskunnallista vuorovaikutusta ja vaikuttavuutta. Mutta niin kauan kun yliopistoissa ei ole selkeää strategiaa kaupallistamisesta, sen kehittäminen on hapuilevaa ja satunnaista ja siinä liikutaan tulkinnanvaraisella alueella. Kaupallistamiseen tarvitaan mitattavat kannusteet ja selkeät pelisäännöt, jotka koskevat mm. IPR-asioita, rahoitusta ja työajan käyttöä.

Kaupallistamisen kehittäminen on kokonaisvaltainen prosessi. Lähes kaikkia yliopistojen toimintoja joudutaan arvioimaan myös kaupallistamisen kannalta. Tärkeässä asemassa ovat yliopistojen laitokset ja tiedekunnat, joiden on sovittava kaupallistamiseen käytettävät panokset opetus- ja tutkimustavoitteisiin. Erityisesti kaupallistamisessa tarvittava monitieteisyys edellyttää uudenlaista yhteistyötä laitosten välillä. Tutkijoille suuntautuminen tutkimustulostensa kaupallistamiseen on iso valinta, jolla voi olla suuri vaikutus urakehitykseen.

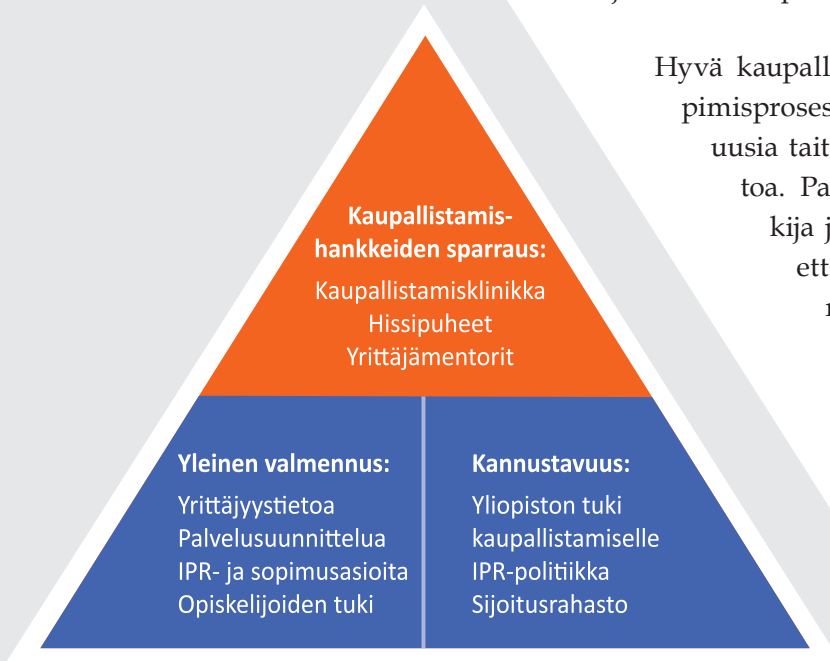
Jyväskylän yliopiston tutkimustulosten kaupallistamismallissa kehitetään kaupallistamista moniulotteisesti. Terävänä kärkenä on kaupallistamishankkeiden sparraus kaupallistamisklinikan ja hissipuheiden harjoittelun avulla. Sparrausta tukevat yrittäjämentorit, jotka ovat yrittäjäkokemusta omaavia asiantuntijoita ja välittävät osaamistaan kaupallistamiseen tähtääville tiimeille. Yliopiston innovaatioasiantuntijat neuvovat IPR-asioissa, lisensoinnissa ja yrityksen perustamisessa.

Kaupallistamisen edistämiseksi tarvitaan myös tietoa, kannusteita ja myönteistä ilmapiiriä. Yrittäjätarinoilla on suuri vaikutus opiskelijoihin ja menestyneet yliopistolähtöiset yritykset ovat esikuvana tutkijoille. Tarvitaan myös tietoa yrittäjyydestä, palvelusuunnittelusta ja juridiikasta. Näitä käsitteleviä kursseja tulee tarjota koko yliopistoyhteisölle. Ajankohtaista tietoa rahoituksesta ja koulutuksesta saa yrittäjyysportaalien kautta.

Yliopiston kaupallistamiseen liittyvät kannustavat linjaukset ja selkeät ohjeet ovat tärkeitä viestejä tutkijoille ja laitoksille. Jokaisen on tiedettävä, miten yliopisto suhtautuu kaupallistamishankkeisiin. Erityisen tärkeää on IPRien mahdollisimman yksikäsitteinen määrittely. Myös tutkijoiden osallistumiselle (perustamiensa) yrityksiin toimintaan on saatava yhteiset pelisäännöt, etenkin jos yliopisto on myös sijoittajana.

Vaikka tutkimustulosten kaupallistamismalli koskee ensisijassa tutkijoita, sen avulla voidaan kannustaa myös opiskelijoita yrittäjiksi. Onkin ilmeistä, että suurin osa yliopistolähtöisistä yrityksistä tulee olemaan opiskelijoiden perustamia. Opiskelijat kehittelevät bisneksiään yliopistossa saamaansa opetukseen tukeutuen. Tutkimustulosten kaupallistamisessa on taas kysymys nimenomaan yliopistossa syntyneiden tutkimustulosten hyödyntämisestä. Parhaimmillaan kaupallistamismalli tukee rinnakkaisesti tutkijavetoisia ja opiskelijavetoisia kaupallistamishankkeita.

Hyvä kaupallistamismalli on parhaimmillaan oppimisprosessi yliopistolle ja tutkijoille. Tarvitaan uusia taitoja ja tietoja, uteliaisuutta ja riskinottoa. Parhaiten asioita oppii tekemällä. Tutkija joutuu myös nöyrytymään sen edessä, että tutkimustuloksen kaupallisen menestyksen ratkaisevat viime kädessä markkinat ja asiakkaat. Menestys palkitsee yrittäjän taloudellisesti mutta vielä suurempi palkinto on se kun näkee että ihmiset todella tarvitsevat tutkijan kehittämää ratkaisuja.



# IRPaK-hankkeen toteutus

## Hankkeen nimi:

Ihmiskeskeisten ratkaisujen ja palvelujen kaupallistaminen (IRPaK)

## Toteuttajatahot Jyväskylän yliopistossa:

- Agora Center • Informaatioteknologian tiedekunta
- Psykologian laitos • Tutkimuksen tuki, yrittäjyys ja innovaatiot

**Kesto:** 15.9.2011 – 30.4.2013,

**Budjetti:** 1 M€, josta Tekes rahoitti 50 %

## Hankkeen johtoryhmätyöskentelyyn ovat osallistuneet:

Antti Hautamäki (puheenjohtaja), Sirkka-Liisa Korppi-Tommola, Raimo Lappalainen, Kirsi Moisander, Pekka Neittaanmäki, Jaakko Pehkonen, Riikka Reitzer, Jari Ritsilä, Jorma Routti, Jyrki Saarivaara ja Sami Ylönen (esittelijä). Johtoryhmän sihteerinä ovat toimineet Sari-Minna Havimäki ja Eeva Pöykkö.

## Osallistujat:

**Antti Hautamäki**, vastuullinen johtaja, tutkimusprofessori, Agora Center

**Sami Ylönen**, projektipäällikkö, Agora Center

**Päivi Fadjukoff**, Kehittämispäällikkö, Agora Center

**Johannes Harju**, Pekan paja, Informaatioteknologian tiedekunta

**Sari-Minna Havimäki**, Yrittäjäksi yliopistosta -julkaisu, Agora Center

**Juho Heikkinen**, Yrittäjyystarinoita-kurssi, Agora Center

**Merie Joseph**, Case-analyysit, Agora Center

**Elja Kallberg**, Kaupallistamisklinikka ja hissipuheet, Tutkimuksen tuki, yrittäjyys ja innovaatiot

**Katriina Lahtinen**, Palvelusuunnittelu ja konseptointi -kurssi, Agora Center

**Markku Lampola**, Oikeudellinen asiantuntija, Agora Center

**Päivi Lappalainen**, Case-tutkimus, Psykologian laitos

**Raimo Lappalainen**, Professori, Psykologian laitos

**Heikki Lyytinen**, Professori, Psykologian laitos

**Pekka Neittaanmäki**, Dekaan, Informaatioteknologian tiedekunta

**Mikko Pitkänen**, Yrittäjämentori-ohjelma, Agora Center

**Niina Pitkänen**, Yrittäjyystarinoita-kurssi, Työelämäpalvelut

**Eeva Pöykkö**, Viestintä, loppujulkaisun toimittaminen, yrittäjyysportaali, Agora Center

**Markku Ranta**, Kaupallistamisen asiantuntija, Informaatioteknologian tiedekunta

**Riikka Reitzer**, Innovaatioasiantuntija, Tutkimuksen tuki, yrittäjyys ja innovaatiot

**Seppo Risku**, Kaupallistamisklinikka ja hissipuheet, Agora Center

**Tommo Reti**, Yrittäjämentori, Agora Center

**Seppo Sneck**, Yritysasiantuntija, sijoitusrahastovalmistelu, Tutkimuksen tuki, yrittäjyys ja innovaatiot

**Lisäksi hankkeessa ovat työskennelleet myös:** Anna-Riitta Granlund, Kayano Fukuda, Lauri Heikkinen, Jarno Kansanaho, Jaana Kuula, Martti Lehto, Jukka Liimatainen, Jukka Varsaluoma, Nezer Zaidenberg, Chihiro Watanabe.

## Hankkeessa tuotettuja materiaaleja:

**Sari-Minna Havimäki:** *Yrittäjäksi yliopistosta*. Jyväskylän yliopisto 2012.

**Riikka Reitzer:** *IPR-opas*. Jyväskylän yliopisto 2013.

**Kimmo Halme ja Kalle Piirainen:** *IRPaK-hankkeen evaluointiraportti*. Ramboll Management Consulting 2013.

**Yrittäjyysportaali:** [www.jyu.fi/yrittajyys](http://www.jyu.fi/yrittajyys)

