

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

*Вергун В.А.,\* Ступницький О.І.\*\**

### **МЕХАНІЗМ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОЦІНКА ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ (на прикладі університетів США)**

*Стаття посвячена аналізу путей розвитку университетского образования «третьего поколения», особенностям процесса трансфера инновационных технологий в «новых» университетах США в условиях глобализации инновационных изменений.*

**Ключевые слова:** трансфер технологий, университет «третьего поколения», бизнес-инкубатор, научно-технологический парк, стартап-компания, научная мобильность.

*Стаття присвячена аналізу шляхів розвитку університетської освіти «третього покоління», особливостям процесу трансферу інноваційних технологій у «нових» університетах США в умовах глобалізації інноваційних змін..*

**Ключові слова:** трансфер технологій, університет «третього покоління», бізнес-інкубатор, науково-технологічний парк, стартап-компанія, наукова мобільність.

*The article deals with an analysis the ways of «third generation» industrial countries modern university education development, special process of transfer innovation technologies in «new» US universities in context of the globalization of innovation changes..*

**Key words:** the transfer of technologies, «third generation» university, business-incubator, science & technology park, start-up-company, scientific mobility.

Постановка проблеми. Сьогодні вища освіта перетворилася у один з найважливіших чинників впровадження інновацій, без якого неможливий поступальний розвиток економіки. Особливо це характерно для «нових» західних університетів (установ вищої освіти «третього покоління»), об'єднаних зі структурами бізнесу (корпораціями, підприємствами) у так звані «інноваційні ланцюжки» [1, р. 261]. Термін «трансфер технологій» у широкому значенні охоплює безліч видів діяльності університетів (найвідомішим і найпоширенішим неформалізованим механізмом трансферу технологій є наукові

\* доктор економічних наук, професор кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

\*\* кандидат економічних наук, професор кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

публікації). У вузькому значенні цей термін описує передачу прав інтелектуальної власності університету приватному сектору для подальшої комерціалізації, причому вказана «передача» (або трансфер) стає можливою завдяки патентам на винаходи університету і захисту авторських прав на програми, розроблені університетом, мультимедійні освітні інструменти та навчальні матеріали (біологічні матеріали, що перебувають у власності університету і розроблені у лабораторіях університету та торговельні марки, зареєстровані університетом, також входять у групу об'єктів інтелектуальної власності).

Метою статті є аналіз сучасного етапу побудови провідними вищими навчальними закладами моделі «нового» інноваційного університету «третього покоління», головним завданням якої стає ефективна взаємодія з бізнесом, інтенсивний процес трансферу технологій із академічної сфери у приватний сектор економіки.

Виклад основного матеріалу. На противагу промисловості, де трансфер здійснюється у вигляді фактичного продажу інформації, статті або послуги, нові університети «третього покоління» практично здійснюють трансфер інтелектуальної власності за допомогою ліцензування. Співробітництво бізнесу та інститутів вищої освіти є запорукою результативності технологічних інновацій, сприяючи бізнесу «розбудовувати свої динамічні можливості з урахуванням нових форм конкурентних переваг». Основними вигодами вказаного співробітництва є: 1) посилення ролі їх «тандему» у розвитку регіональної і національної економіки; 2) фінансування з відносною незалежністю у використанні коштів; 3) можливість реального застосування ідей, які диференційовані за сферами наукових знань; 4) доступ до високотехнологічного устаткування; 5) можливість заохочення і стимулювання власних співробітників шляхом преміювання та призначення стипендій [2].

У випадку формування взаємодії бізнесу і університетів за класичною схемою «постачальник-споживач», усі зусилля можуть бути марними. Проблеми ринку, такі як ціноутворення, економія коштів на навчання, якісна інформація комерційної спрямованості – усе це безумовно важливо, однак це не може призвести до максимального результату спільної роботи (тільки мережевий характер взаємин у даній ситуації є найбільш оптимальним). Ще одним наслідком труднощів у налагодженні взаємодії бізнес-структур і освітнього співтовариства є принципово нове явище – створення «корпоративних університетів». Даний процес розвивається поза зоною традиційної вищої освіти за своїми специфічними закономірностями. Наприклад, сьогодні у США налічується вже більше 1600 корпоративних бізнес-шкіл (засновниками яких є великі корпорації) [3], однією з яких є «Національний університет напівпровідників» (The National Semiconductor University). Він, окрім вузькоспеціалізованих навчальних курсів і програм, пропонує навчання за програмами бакалаврату і магістратури разом із традиційними університетами. У межах наукового співтовариства це викликає занепокоєння у зв'язку з тим, що традиційні і корпоративні вищі навчальні заклади мають принципово різну природу і метою їх є задоволення різних потреб [4].

У порівнянні з європейськими університетами, вищі освітні установи США мають ряд особливостей, що полягають, перш за все, у широкому залученні бізнесу у систему адміністрування університетів, коли представники найбільших фірм є безпосередніми розробниками і керівниками освітніх програм та курсів. З одного боку, основою подібної політики є визнання факту існування певного типу знань представників бізнесу, а накопичений ними досвід, на думку розробників подібних ініціатив, може стати досить корисним при формуванні освітнього простору майбутнього.

З іншого – бізнес у значній мірі залежить від університетів, оскільки на сьогоднішній день незаперечним є той факт, що успішна кар'єра у США неможлива без наявності університетського ступеня. Запорукою успіху функціонування американських університетів

є диверсифікованість джерел фінансування і розширення дослідницького поля. Тобто, обидві місії доповнюють одна іншу, забезпечуючи більшу адаптивність університетів до інноваційних процесів.

Американські бізнес-структури є постійними замовниками наукових і освітніх послуг, що крім практичного навчання студентів, забезпечує установи вищої освіти фінансуванням: приватні корпорації фінансують понад 60% наукових досліджень університетів [5]. При цьому законодавством США передбачені численні пільги для корпорацій, що фінансують НДДКР: можливість роботи у лабораторіях, що належать державі, зниження податків на прибуток; безоплатна оренда державних земель; пільги на придбання сировини і матеріалів. Протягом останніх років у США відбувається інтенсивний процес створення «Спеціалізованих центрів трансферу продукції інтелектуальної власності на світові ринки», які хоча і мають особливий статус, функціонують самостійно, здійснюють відбір найбільш перспективних інноваційних проектів, забезпечують правовий захист авторських прав, захищають загальнонаціональні інтереси США на світовому ринку наукомісткої продукції, проте існують у якості структурних підрозділів нових університетів «третього покоління».

Разом з тим, слід зазначити, що існують об'єктивні перманентно існуючі обставини у сфері взаємодії бізнес-структур і нових університетів «третього покоління» у США. По-перше, завдяки особливостям професійної підготовки і стереотипам світогляду, багато вчених і університетських викладачів не в змозі працювати «у ритмі» бізнесу. Традиційно мислення підприємців і університетських працівників різниться, а іноді вони фактично «розмовляють різними мовами», що визначається природними основами комерційних структур і установ вищої освіти.

По-друге, свій негативний вплив має різне відношення до рамок діяльності у часових вимірах. Комерційні фірми орієнтуються на строки і результати, а університети – на дотримання всіх передбачених регламентів, навіть якщо це зашкодить кінцевому результату.

По-третє, бюрократичний характер багатьох установ вищої освіти (у тому числі тих, які залежать від державного фінансування) призводить до обрання «стратегії запобігання будь-яких ризиків», що може бути виправдане з погляду університетських адміністраторів, але неприпустимо для їхніх бізнес-партнерів.

По-четверте, університети є організаціями, що мають досить закритий характер і складну внутрішню структуру. Бізнес-партнери найчастіше «не мають уяви, як функціонує той або інший підрозділ університету, де перебуває потрібний їм «центр експертизи», або хто відповідає за реалізацію конкретних проектів» [6].

По-п'яте, серйозною перешкодою для співробітництва університетів і бізнес-структур є особливий характер внутрішньої культури університетів, за якої першочерговою вважається викладацька і дослідницька робота, тобто орієнтація на «швидкий результат» і одержання прибутку не є за даних умов першочерговим завданням.

Наразі Національний науковий фонд США (NSF) здійснює фінансову, інформаційну і організаційну підтримку конкретних дослідницьких проектів та інноваційних програм інтегрованих об'єднань бізнес-структур і університетів. Серед основних це: 1) програма інноваційних досліджень малого бізнесу – Small Business Innovation Research – SBIR, мета якої – надати можливість малому бізнесу одержати джерела фінансування для започаткування нових бізнес-проектів; 2) програма STTR – фінансування НДДКР, які здійснюються підприємствами малого бізнесу у співпраці з університетами і федеральними дослідницькими установами (вона визначає мінімальний внесок усіх учасників у дослідницьку роботу: для університетів цей показник становить 30%, а для фірм – 40%). У межах про-

грам перелік питань інтелектуальної власності чітко регламентується: всі учасники повинні перед початком роботи укласти письмові угоди щодо їх частки у правах на результат дослідницької діяльності. Плідність співпраці полягає у об'єднанні комерційного потенціалу і гнучкості малого бізнесу з науково-технологічними досягненнями американських університетів, вирішуючи при цьому проблеми прав на інтелектуальну власність.

За останні роки особливої актуальності набули дослідження, пов'язані з вимірами ефективності трансферу технологій у нових інноваційних університетах «третього покоління». Визначені провідні механізми університетського трансферу технологій включають у себе: 1) ліцензійні угоди між університетом і приватними компаніями; 2) наукові парки; 3) інкубатори; 4) стартап компанії, що створені на базі університету. Пріоритетність вибору механізмів на практиці залежить від конкретної стратегії трансферу технологій, обраної університетом. Наприклад, якщо університет акцентує увагу на підприємницькому вимірі трансферу технологій, він повинен вирішувати наступні проблеми: 1) нестача практичних навичок і знань у співробітників відділів по трансферу технологій, 2) системи винагород співробітникам, що відображають їх зростаючу підприємницьку активність, 3) недоліки програм підвищення кваліфікації професорсько-викладацького складу, докторантів, аспірантів і студентів у сфері створення малих інноваційних компаній і взаємодії з існуючими підприємницькими структурами.

Такі організації як Асоціація університетських технологічних менеджерів (Association of University Technology Managers – AUTM) і Асоціація університетських компаній (University Companies Association – UNICO) у США сприяють просуванню трансферу технологій за допомогою публікацій результатів бенчмаркінг-досліджень, які використовуються вченими для пошуку відповідей на ключові наукові питання, пов'язані з підвищенням ефективності трансферу технологій. Вони підтримують розвиток університетського трансферу технологій до приватних компаній через законодавство, (наприклад, акт Байя-Доула, прийнятий у США у 1980 р.) і стимулювання спільних досліджень (наприклад, Національний акт про спільні дослідження 1984 р.), створення дослідницьких спільних підприємств університетів і фірм (наприклад, Програма передових технологій Департаменту Комерції США), спільне використання наукових результатів і лабораторних ресурсів (наприклад, спеціалізовані центри Національного наукового фонду), наукових парків і інкубаторів. Так, Акт Байя-Доула виник, власне, завдяки розумінню того факту, що привласнення урядом прав власності на винаходи, здійснені некомерційними установами і малим бізнесом у рамках досліджень, фінансованих державою, не призведе до ефективного трансферу інновацій у промисловість для комерціалізації.

Сьогодні керівники університетів і приватний сектор відчувають потребу у «посібниках з історій успіху», тобто, їм потрібна інформація щодо прикладів конкретного організаційного досвіду, пов'язаного зі стимулами, стратегічними завданнями, механізмами виміру та моніторингу, які змогли б підвищити ефективність процесів університетського трансферу технологій. Індикативні, якісні дослідження також необхідні у цьому контексті, оскільки визначення «коефіцієнту ефективності» може суттєво змінюватися залежно від виду діяльності, що спільно здійснюється (наприклад, інкубатори або відділи трансферу технологій), або від учасників цих процесів (наприклад, вчені, адміністратори університету, корпорації, які взаємодіють з університетом).

Дійсно, успіх розвитку ліцензування університетської інтелектуальної власності залежить від наступних складових: 1) інституціональної структури вищого навчального закладу, 2) його організаційного потенціалу, 3) системи стимулювання задіяних у

дослідженнях вчених. Існування інформаційних і культурних бар'єрів між університетами і компаніями, особливо малими фірмами, призводить за інших рівних умов до ситуації, коли привабливість університетських технологій для комерційних інноваторів найчастіше буває досить «розмитою» форми [7, р. 347], а рівень доступності венчурного капіталу у регіоні, де розташований університет і його комерційна орієнтованість (тобто частка університетського дослідницького бюджету, залучена із промисловості) не виявляють істотного впливу на інтенсивність формування стартап компаній [8, р. 97].

Ключовою при цьому є оцінка двох моделей інноваційного розвитку, які слід розглядати у якості аналітичних концепцій. Модель STI важлива при аналізі спільної діяльності університету і компаній, де домінують науково-теоретичні або науково-аналітичні знання. Результати такої діяльності звичайно проходять кодифікацію у вигляді наукових статей, патентів і т.д. Такий тип інновацій як правило призводить до наукових відкриттів і винаходів. Інноваційна активність за цієї моделі набуває змісту у наукових розробках на рівні фірм і університетів, їх спільних проектах, за умов, коли дослідники мають загальний базис знань і є членами одного наукового співтовариства. Класичний, закритий експеримент є прототипом даної моделі інновацій. При цьому ключовий параметр – це знання – «знати що» (знання науково обґрунтованих фактів) і «знати чому» (знання наукових принципів, які пояснюють розвиток явищ і процесів). Модель STI є в основному лінійною: знання переходить від університетів і дослідних центрів, комерціалізується і використовується в умовах розвитку нових компаній, або у вже існуючих фірмах. За даної моделі легко зрозуміти, де необхідно вкладати ресурси, а також зв'язок між науковим базисом та інноваціями.

Проте, ця модель є занадто спрощеною, вона не відображає той факт, що процес інновацій може бути досить заплутаним і багатоскладовим за рахунок того, що діяльність університетів включає створення різних висококваліфікованих дослідницьких груп, стимулювання комерціалізації результатів дослідження шляхом різних методів передачі технологій і розробку різних програм по підготовці докторів і кандидатів наук в обумовлених сферах діяльності.

Дослідження і розвиток, у цілому, є менш істотним у моделі інновацій DUI, за якої під власне інноваціями розуміються поступові зміни в існуючій продукції і процесах, а ключове знання полягає у рівні освіти працівників і трудовому досвіді (вирішення існуючих проблем здійснюється на індивідуальному і колективному рівні). Фірми, які взаємодіють із замовниками і постачальниками, прагнуть спільно брати участь у інноваційній діяльності. Процес досліджень у самій фірмі диверсифікується, варіюючи від простого тестування до класичного експерименту, причому знання накопичуються дослідним шляхом (обмін ним відбувається на рівні спілкування працівників), а персонал перебуває у процесі постійного навчання. Аналітичне знання, отримане за освітою, комбінується зі знаннями, що домінують у компанії, отриманими на основі досвіду діяльності.

Дійсно, по-перше, моделі інновацій можуть різнитися залежно від можливостей університетів і співробітництва у галузі індустрії, причому останнє здійснюється більш продуктивно за домінування STI моделі (представники індустрії і університетів можуть мати подібні теоретичні знання, що сприяють розвитку співробітництва і розуміння).

По-друге, слід розрізняти роль університетів у стимулюванні індустріального розвитку на регіональному рівні, і вже на цій основі робити висновки щодо необхідності використання тієї або іншої моделі.

По-третє, модель STI також вимагає розвитку різних напрямків у межах співробітництва університетів та індустрії. Односторонній підхід до винятково теоретичних знань

неприпустимий, оскільки існують стимулюючі чинники розвитку економічної діяльності і пов'язані з нею необхідні знання. Іншою проблемною сферою є те, що за моделі STI часовий параметр найчастіше не приймається до уваги, що може призвести до затримки результатів. Таким чином, можна стверджувати про необхідність комбінації найважливіших чинників у цій сфері. Теоретичні знання, отримані у дослідницьких центрах, повинні поєднуватися з безпосереднім досвідом діяльності на рівні підприємств і персоналу. Вибір моделі інноваційного розвитку повинен здійснюватися на основі аналізу фірм, регіональних виробничих спеціалізацій та їх взаємодії з університетами. Ретельно продуманий і гнучкий підхід, що враховує широкий набір регіональних моделей для кооперації університетів і галузей промисловості, необхідний для розвитку сталої економіки регіону.

Бізнес-інкубатори при університетах США створюють найбільш сприятливі умови для стартового розвитку малих компаній шляхом надання комплексу послуг і ресурсів (забезпечення підприємств офісними, виробничими та складськими площами на пільгових умовах, засобами зв'язку, оргтехнікою, необхідним устаткуванням), проведення навчання персоналу, консалтингу і т.д. Відмінною рисою даної форми організації є те, що в першу чергу така структура піклується не про розвиток конкретного товару або послуги, а про незалежного господарюючого суб'єкта, «кінцевим продуктом» її діяльності є незалежний підприємець, що встиг добре адаптуватися до умов ринкового середовища. Середній термін перебування малого підприємства в університетському бізнес-інкубаторі у США становить 3-4 місяці.

Сьогодні за приблизними оцінками експертів у світі діють близько 4 тисяч бізнес-інкубаторів. У США, за різними оцінками фахівців діє від 850 до 1100 бізнес-інкубаторів (різниця в підрахунках пояснюється відмінністю критеріїв, що застосовуються за однією або іншою оцінкою), причому більше половини з них засновані університетами [9]. Починаючи приблизно з 2000 р. некомерційні бізнес-інкубатори усе більш активно витісняються комерційними.

Бізнес-інкубатори при університетах різних країн мають свою специфіку, а їх відмінності обумовлені різницею у завданнях, у наборі джерел фінансування і т.д. У Європі, наприклад, деякі бізнес-інкубатори називаються «центрами бізнес-інновацій». Більшість цих центрів були створені за підтримки регіональних і міських влад і обслуговують малі та середні старт-ап-компанії, у той час як бізнес-інкубатори у США працюють, в основному, з починаючими, молодими або фірмами, що розвиваються, причому ефективність їх діяльності достатньо висока: за різними оцінками, від 70 до 80% «випускників» інкубаторів «живуть» ще мінімум 3 роки, у той час як щонайменше 3/4 «неінкубованих» компаній припиняють свою діяльність у перші півтора роки свого існування. Згідно офіційної статистики США 87% починаючих компаній, що розвиваються у бізнес-інкубаторах, досягають успіху і залишаються на ринку, причому 84% компаній залишаються працювати у тій сфері, за якою вони отримували підтримку [10, р. 464]. У цілому, 47% бізнес-інкубаторів США надають свої послуги для компаній з різноманітними видами діяльності, 37% – зосереджують свою увагу на фірмах, пов'язаних з технологіями (в основному, інформаційно-комунікаційними), 7% інкубаторів обслуговує виробничі підприємства, 6% працює з підприємствами, що надають різноманітні послуги [11, р. 12].

Університет штату Меріленд (далі – UMD), м. Коледж Парк, є головним університетом штату, заснований у 1856 р. і згідно з Академічним рейтингом університетів світу (Academic Ranking of World Universities (ARWU) у 2011 р. посів 38-ме місце серед кращих університетів світу, 13-те місце серед кращих державних університетів США і 29-те місце у загальному рейтингу університетів США (як державних, так і приватних). Він є кла-

сичним зразком нових інноваційних університетів «третього покоління». Згідно з окремим рейтингом ARWU для спеціальностей і наукових напрямків, що розвиваються університетами, UMD займає 13-тє місце у світі по інженерних і комп'ютерних науках, 21-ше місце – по соціальних науках і 25-тє місце за рівнем розвитку природничо-наукових спеціальностей і математики. У цілому, серед 20-ти кращих університетів США, що лідирують одночасно у декількох сферах, а саме у галузі інженерних і комп'ютерних наук, математики, фізики, соціальних наук, економіки та бізнесу, UMD посідає п'яте місце після Стенфорду, Берклі, Массачусетського технологічного інституту і Університету штату Мічиган.

Заснований у 2009 р. на території UMD Міжнародний інкубатор (далі – МІ) створює умови для успішного розвитку інноваційних проєктів, використовуючи сучасні технологічні рішення та інші ресурси найвищого міжнародного рівня. Діяльність МІ є показовим прикладом сприяння розвитку інноваційної діяльності починаючих компаній і являє собою результат спільної ініціативи Міністерства бізнесу та економічного розвитку штату і Університету штату Меріленд. Інкубатор створений для організації співробітництва у таких галузях, як охорона здоров'я, навколишнє середовище, сільське господарство, енергетика і пожежобезпека, а місією його діяльності є сприяння залученню високотехнологічних компаній штату Меріленд у міжнародний трансфер технологій. Реалізація даної місії здійснюється шляхом залучення як малих інноваційних, так і великих міжнародних (транснаціональних) компаній до співробітництва у спільному впровадженні розробок з компаніями штату.

МІ здійснює залучення іноземних компаній у штат, сприяє їхньому зростанню і розвитку, надає послуги по проведенню розробок і досліджень, допомогу у становленні та розвитку бізнесу, інфраструктуру і логістику за конкурентними цінами іноземним компаніям, що бажають закріпитися на ринку США. Крім цього, МІ надає компаніям-партнерам прямий доступ до дослідницьких лабораторій, виробничих приміщень, безпосереднє практичне навчання та можливості по використанню зв'язків з потенційними партнерами і інвесторами, а також можливість залучення до співробітництва викладачів, вчених, молодих дослідників університету. У 2011 р. офіційний статус резидента МІ мали 13 іноземних компаній-партнерів [12].

Отже, по-перше, бізнес-інкубатор це, по суті, інфраструктурна невід'ємна частина університету здатна ефективно сприяти розвитку власних інноваційних рішень, які є результатом наукової діяльності вчених інноваційного університету «третього покоління».

По-друге, інкубатор здійснює активну діяльність із залучення зовнішніх компаній, які прагнуть розбудувати свою інноваційну діяльність саме на його території, взаємодіючи з фахівцями університету, які спеціалізуються у відповідній сфері, що, у свою чергу, створює синергетичний ефект. Останній має системний характер і проявляється у зростанні ефективності інноваційної діяльності в результаті інтеграції технологічних рішень компаній і наукових розробок університету. У такій синергетичній взаємодії можна виділити три основні процеси: адекватне планування, ефективний обмін знаннями і поточною інформацією між співробітниками компаній і університетом, а також поточну координацію діяльності. У цьому конкретному випадку колективне керівництво характеризується ефективною сукупністю компетенцій.

По-третє, важливим є той факт, що у цілому більшість бізнес-інкубаторів у США створені саме за підтримки університетів не меншою мірою, ніж органів місцевого самоврядування або організацій, що здійснюють свою діяльність у сфері економічного розвитку. Цей факт підкреслює необхідність активізації державно-приватного партнерства у інноваційній сфері і важливість спільної діяльності по реалізації трансферу технологій різних інституціональних стейкхолдерів, що входять в інноваційну систему регіону.

По-четверте, забезпечення творчого середовища є головною метою будь-якого бізнес-інкубатора, тому, як правило, більшість інкубаторів не мають твердих цільових показників діяльності і не висувають типових, стандартних вимог до всіх компаній, а використовують в основному індивідуальний підхід.

Висновки. За ефективного комбінування системи планування і управління бізнес-інкубатор є не лише самоокупною організацією, але й комерційно вигідним підприємством за рахунок комерціалізації ресурсів і використання приватних коштів спонсорів і благодійних організацій. У розвитку інноваційного потенціалу економіки України, що є сьогодні пріоритетною метою державної економічної політики і, фактично, єдиною умовою забезпечення її конкурентоспроможності на світовому ринку, більш ніж вагому роль здатні відіграти малі інноваційні компанії, які були б створені на базі провідних українських університетів. Орієнтуючись на перспективу участі у малих інноваційних компаніях, дослідницький університет повинен приділяти особливу увагу так званій моделі «пулл-маркетингу» (marketing-pull model), яка, на відміну від моделі «технологічного прориву» (technology-push model), припускає активну позицію університету як кластерного ядра стосовно провідних досліджень і прагнення виводити на ринок потенційно конкурентоспроможну і новітню з погляду ринкового попиту технологію або продукцію. Саме на базі університетів можливо здійснити ефективне використання чинних умов (технологічних рішень, інвестицій, кадрів і підприємницьких ініціатив) для сприяння економічному розвитку. Це починають розуміти у Росії. Так, відповідно до Федерального закону № 217-ФЗ, прийнятому у 2009 р., російським університетам і НДІ надане право самостійно створювати господарчі товариства, що застосовують результати інтелектуальної діяльності, виключні права на які належать цим установам [13]. Проте, цей закон, що спрямований на створення сприятливих умов для ефективного розвитку малого і середнього бізнесу у інноваційній сфері російських університетів, носить більш декларативний характер, у ньому не прописаний власне механізм взаємодії бізнесу і навчальних закладів, мотиваційні аспекти для суб'єктів цієї взаємодії, а окремі положення не кореспондують з іншими законами і законодавчими актами, що власне гальмує його впровадження [14]. В Україні, на жаль, наразі не існує навіть «натяку» на подібний закон, що, безумовно, серйозно гальмує процес інноваційного розвитку вітчизняної економіки.

#### Список використаних джерел:

1. Dasgupta M., Gupta R., Sahay A. Linking Technological Innovation, Technology Strategy and Organizational Factors // *Global Business Review*. – 2011. – №12. – Р. 259-264.
2. Lambert Review of Business-University Collaboration. July, 2003. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.hm-treasury.gov.uk/d/lambertemergingissues\\_173.pdf](http://www.hm-treasury.gov.uk/d/lambertemergingissues_173.pdf).
3. Ryan L. Corporate Universities: An Overview from Academic and Professional Journals // *Corporate Education Advisers*. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.corpedadvisers.com.au/resources/research>.
4. Ryan L. Corporate Universities: An Overview from Academic and Professional Journals // *Corporate Education Advisers*. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.corpedadvisers.com.au/resources/research>.
5. Wooldridge A. The brains business // *The Economist*. 8.09.05. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economist.com/node/4339960>.
6. Система фандрайзинга в современном ВУЗе // *Современные образовательные технологии*. 2 июля 2009 г. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.education2b.ru/node/56>.



7. Thursby, J.G, and Thursby, M.C. Gender Patterns of Research and Licensing Activity of Science and Engineering Faculty // *Journal of Technology Transfer*. – 2005. – № 30(4). – P. 343-353.
8. Thursby, J. G. and Thursby, M.C. (2002). Who is Selling the Ivory Tower? Sources of Growth in University Licensing // *Management Science*. – 2002. – №48. – P. 90-104.
9. ASME (1996-2008). Business incubators. Retrieved Oct. 18, 2009. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sbtdec.org>.
10. Audretsch, D. B., and Keilbach, M. (2005). Entrepreneurship Capital and Regional Growth // *The Annals of Regional Science*. – 2005. – №39(3). – P. 457-469.
11. Glaeser, E.L., Kerr, W.R. (2009). Cluster of Entrepreneurship. US Census Bureau for Economic Studies // *CE-WP*. – 2009. – P. 09-36.
12. Maryland International incubator. University of Maryland, College Park, 2010. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mtech.umd.edu/mi2>.
13. Федеральный закон РФ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных товариществ с целью практического использования (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» № 217-ФЗ від 02.08.2009; Концепция развития сети бизнес-инкубаторов в Российской Федерации. Интернет-портал некоммерческой организации «Ресурсный центр малого предпринимательства». – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rcsme.ru>.
14. Почему вузы не спешат открывать инновационные предприятия / «Российская Газета», № 5208 (129), 16.06.2010 г. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://raexpert.ru>. Почему вузы не хотят инноваций / Журн. «Финанс», № 24 (355) 05-11.07.2010 г. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://raexpert.ru>.