

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа магистратуры по направлению  
подготовки 040100 «Социология»**

**Профиль: «Экономическая социология»**

*На правах рукописи*

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

**Инновация как фактор развития социально ориентированной рыночной  
экономики**

Выполнила:

Гроссман Анастасия Олеговна

Научный руководитель:

д-р соц. наук, профессор,

Петров Александр Викторович

Санкт-Петербург

2017

## Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Понятие «инновации» через призму общественных наук. Роль инновации в современном социальном процессе.....	6
Глава 2. Социально ориентированная рыночная экономика: понятие и основные характеристики.....	19
Глава 3. Инновация в системе социально ориентированной рыночной экономики: внедрение предпринимательской культуры через парадигму предпринимательского университета.....	32
Глава 4. Университет Билефельда как предпринимательский университет (кейс).....	44
Заключение.....	
58Список литературы.....	
61	
Приложение. Транскрипт экспертного интервью.....	
72	

## Введение

Современные общества вступают в информационную эпоху развития. В новых обстоятельствах резко повышается роль знания, которое, условно говоря, становится главным капиталом, тогда как информация превращается в основную валюту.

Инновация занимает положение краеугольного камня информационного общества. Нововведения, ставшие практикой, должны постоянно совершенствоваться, вследствие чего на передний план выдвигаются наука и образование.

Ученые стремятся понять механизмы внедрения новшеств, дать четкое определение понятию «инновация», описать ее роль и перспективы в современном обществе.

С инновационными процессами теперь связывают показатели экономического роста и условий устойчивого общественного развития. Инновация видится лекарством от всех социальных болезней и наделяется почти магическими свойствами по оздоровлению рынка труда и экономической инфраструктуры, в целом.

Вместе с тем, понятие «инновации», не приложенное к определенной социально-экономической и политической среде, выглядит весьма абстрактным. В данном исследовании мы стремимся поместить инновацию в конкретные обстоятельства социально ориентированной рыночной экономики. Примечательно, что в научной литературе инновация еще не рассматривалась под таким углом зрения, что делает работу весьма актуальной.

Таким образом, целью данной магистерской работы становится рассмотрение феномена «инновации» в качестве фактора развития социально ориентированной рыночной экономики.

Для того, чтобы достичь поставленной цели необходимо выполнить ряд задач. Прежде всего, представляется целесообразным обобщить научную полемику по поводу инноваций и выделить характерные свойства данного явления. Во-вторых, необходимо дать общую характеристику социально ориентированной рыночной экономики. Затем, следует рассмотреть специфическую форму, которую принимает инновация в рамках данной общественной среды. Наконец, представляется логичным проанализировать «модель в миниатюре», на примере конкретного кейса. В соответствии с данной логикой, работа подразделяется на четыре главы, каждая из которых решает определенную задачу, необходимую для понимания особенностей функционирования инновации в рамках социально ориентированной рыночной экономики.

В ходе нашего магистерского исследования социально ориентированная рыночная экономика определяется исключительно в контексте социально-экономического и политического развития Германии, которая называется единственным государством, интегрировавшим концептуальные основы данного понятия.

Далее, утверждается, что внедрение инновации в систему социально ориентированной рыночной экономики Германии происходит в форме адаптации предпринимательской культуры через парадигму предпринимательского университета.

Соответственно, указанные процессы рассматриваются на примере конкретного учебного заведения – Университета Билефельда – одного из крупнейших заведений высшей школы земли Северный Рейн-Вестфалия.

Таким образом, предметом исследования становится инновация как фактор развития социально ориентированной рыночной экономики, тогда как Университет Билефельда как предпринимательский университет предстает в качестве объекта исследования. В данной работе используются как общенаучные (анализ, синтез, дедукция), так и частнонаучные (неформализованные экспертные интервью) методы исследования.

Характерно, что единой монографии по теме магистерской диссертации не существует, однако, отдельным ее элементам посвящено большое количество работ. Так, феномен «инновации» рассматривается в работах следующих авторов: Й. Шумпетер, Э. Роджерс, Д. Маринова, Дж. Филлимор, Г. Чесброу, Ч. Эдвкист, Дж. Шмуклер, Л. Соз, Дж. Хуо, Э. фон Гиппель, Дж. Соренсен, Б.-А. Люндвалл, С. Шейн, А. Бёртон-Джонс, К. Фриман, К. О'Райли, М. Тушман, Дж. Фагерберг, К. Корси, Э. Далин, Ф. Малерба, А. ван де Вен.

Характеристика социально ориентированной рыночной экономики дана в трудах следующих исследователей: А. Мюллер-Армак, О. Шлехт, К. Ноэрт, В. Шмечкал, П. Козловски, Дж. Ван Хук, М. Шпика, К. Фармер, Б. Бойер, М. Вали, А. Пикок, Н. Голдшмидт, М. Вольгемут, К. Ватрин, А. Эбнер.

Проблематике предпринимательского университета посвятили свои работы такие ученые, как: Б.Р. Кларк, Г. Этцкович, Л. Лейдесдорфф, Т. Сотираку, А. Гьердинг, К. Вильдером, С. Касерон, А. Тейлор, К.-Дж. Шнейнерт, О. Винкель, К. Айнхейпл, Т. Дейссинджер, С. Хеллвиг, Л. Ахтенхаген, Д. цу Кнупхаузен-Ауфсесс, П. Ульвенблад, Э. Бергген, Дж. Винборг, М. Зеллентин, К. Кремерса, Ф. Гэсслер, Д. Хархофф, К. Хельмерс, К. Клиндер, Б. Геббельс-Дрейлинг, Д. Хайнрих, К. Гримпе, С. Хорнбостель, Т. Дэйви, В. Галан-Мурос, Дж. Каннингэм, Э. Леманн, М.-А. Галиндо, М.-Т. Мендес-Пикацо, К. Фукс, А. Вернер, Ф. Валлау, Г. Пакхам, П. Джонс, К. Миллер, Д. Пикернелл, Б. Томас, К. Фолькманн, К. Токарски, Д. Де, Дж. Томпсон, Э. Караяннис, Э. Григоридус, П. Жанейро, И. Проэнца, М. Гверцония, Т. Алдридж, С. Десаи, К. Плева, Н. Корфф, К. Джонсон, Г. Макферсон, Т. Баакен, Г. Рамперсад, К. Сам, П. ван дер Сийде.

Наконец, преимущественным источником информации о деятельности Университета Билефельда является его официальный сайт.

## **Глава 1. Понятие «инновации» через призму общественных наук. Роль инновации в современном социальном процессе.**

В масштабах исторического развития инновация – это отнюдь не новый феномен. В сущности, возраст инновации совпадает с возрастом человечества, в силу уникального свойства человеческой природы творчески преобразовывать окружающую среду<sup>1</sup>.

Не смотря на очевидную значимость для цивилизационного развития, инновация не всегда получала должное внимание в ученой среде. Долгое время в центре изучения находились такие понятия, как «накопление капитала» и «функционирование рынка»<sup>2</sup>. Однако, сейчас эта картина меняется. В настоящее время появилось большое количество экономических, социологических и междисциплинарных исследований, касающихся проблематики инноваций<sup>3</sup>.

Сущностная особенность феномена «инновации» заключается в том, что его невозможно заключить в рамки одной научной дисциплины. Более того, он сочетает в себе элементы разных сфер научного знания, таких как экономика и социология<sup>4</sup>.

Если экономическая наука рассматривает инновацию с позиции распределения ресурсов, эффектов, оказываемых ею на хозяйственное развитие, то процесс и механизм инновации относятся к компетенции социальных наук<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Fagerberg, J. Innovation. A Guide to the Literature// The Oxford Handbook of Innovation. New York, 2005. P. 1

<sup>2</sup> Corsi, C. Science and Innovation as Strategic Tools for Industrial and Economic Growth. Dordrecht, Boston, London, 1994. P. 26

<sup>3</sup> Fagerberg, J. Innovation. A Guide to the Literature// Op.cit. P. 2

<sup>4</sup> Dahlin E.C. The Sociology of Innovation: Organizational, Environmental, and Relative Perspectives [Electronic resource]// Sociology Compass, 2014. №.8 URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/soc4.12177/abstract> (дата обращения: 17.09.2016)

<sup>5</sup> Fagerberg, J. Innovation. A Guide to the Literature// Op.cit. P. 3

Общепризнанным является разграничение изобретения и инновации. Если первое понятие трактуется, как возникновение идеи для нового продукта, то второе, как процесс применения такой идеи на практике<sup>6</sup>. В некоторых случаях изобретение и инновация настолько тесно связаны, что, практически, невозможно отделить одно от другого (например, в сфере биотехнологий). С другой стороны, зачастую открытие и его практическое применение разделяет длительный временной промежуток (вплоть до нескольких десятилетий). Такая ситуация является распространенной, поскольку для любого изобретения или открытия необходим рынок.

Инновация – это не статичный гомогенный процесс. Это явление крайне изменчиво. Примечательно, что изменения, происходящие в ходе инновационного процесса, могут иметь более важное значение, чем изобретение, послужившее отправной точкой для инновации<sup>7</sup>.

Современная трактовка понятия «инновация» основывается на теоретической концепции, предложенной Йозефом Шумпетером<sup>8</sup>.

Последний общепризнанно является пионером теории инноваций. В трудах «Теория экономического развития», «Капитализм, социализм, демократия» исследователь сформулировал такой взгляд на экономическое развитие, согласно которому последнее должно рассматриваться, как процесс качественного изменения, движимого инновацией, помещенный в определенное историческое время.

Инновацию Шумпетер определял, как «новую комбинацию» существующих ресурсов. Деятельность по созданию такой комбинации или «предпринимательская функция», согласно его воззрениям, являлась задачей предпринимателей-инноваторов, преодолевающих общественное сопротивление новшествам<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Innovation and the Evolution of Industries. History-Friendly Models. Cambridge, 2016. P. 8

<sup>7</sup> Fagerberg, J. Innovation. A Guide to the Literature// Op.cit. P. 4-5

<sup>8</sup> The Innovation Journey. New York, 1999. P. 47

<sup>9</sup> Fagerberg, J. Innovation. A Guide to the Literature// Op.cit. P. 6

В «Теории экономического развития» и последующих работах Шумпетер выделял пять типов инноваций:

- 1) внедрение нового продукта или новой разновидности уже известного продукта;
- 2) применение новых методов производства или торговли, которые не имеют аналогов в предыдущей практике;
- 3) открытие новых рынков, для которых в текущем времени еще не создана инфраструктура;
- 4) внедрение новых источников сырья или полуфабрикатов;
- 5) создание структуры нового типа, например, некоей монопольной позиции<sup>10</sup>.

Йозеф Шумпетер полагал, что получение прибыли напрямую зависит от инноваций, рассматривая последние, как естественный двигатель конкуренции и, в целом, экономического развития.

В работе «Капитализм, социализм и демократия» ученый вводит понятие «созидательного разрушения». Инновация, как центр экономического изменения, «непрерывно революционизирует экономические структуры изнутри, постоянно разрушает старые, постоянно создает новые»<sup>11</sup>. Таким образом, инновация одновременно обладает созидательными и разрушительными функциями<sup>12</sup>.

В понятие «инновации» Шумпетер включал четыре измерения:

- 1) изобретение - появление новой идеи или открытия;
- 2) инновация – этап, на котором инноватор-предприниматель определяет высокий рыночный потенциал новой идеи и осуществляет деятельность по ее практическому применению;

---

<sup>10</sup> Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development: an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. Cambridge, 1934. P. 74

<sup>11</sup> Schumpeter, J.A. Capitalism, Socialism and Democracy. London, 1976. P. 118

<sup>12</sup> O'Reilly, C. A. Tushman, M.L. Ambidexterity as a Dynamic Capability: Resolving the Innovator's Dilemma// Research in Organizational Behavior. 2008. № 28. P.185.



- 3) диффузия – состояние, когда идея получила практическое применение и воспринимается текущими социальными и экономическими структурами;
- 4) имитация – положение, при котором идея успешно внедрена, ее способность приносить прибыль доказана, вследствие чего она многократно воспроизводится.

Йозеф Шумпетер подчеркивал, что в процессе инновации научное открытие или новая идея имеют не столь большое значение, как последующие стадии инновации, диффузии и имитации<sup>13</sup>. Главным препятствием на пути инновации Шумпетер называл общественную реакцию, нежелание общества принимать новые практики в силу недоверия к ним. Данное обстоятельство тем более затрудняет деятельность инноватора, что на макроэкономическом уровне эффекты инновации могут быть незаметны в течение длительного промежутка времени<sup>14</sup>.

Эверетт М. Роджерс в своей влиятельной работе «Диффузия инноваций» развивает идеи Шумпетера. Так, исследователь отмечает, что открытие имеет небольшое значение до тех пор, пока не получило практическое применение.

Для того, чтобы облегчить переход от теории к практике, необходимо понимать особенности данной социальной системы и подобрать аргументы, которые сделают самый переход возможным и помогут преодолеть сопротивление со стороны общественных сил. При этом необходимо учитывать тот факт, что процесс инновации имеет длительный характер.

В связи с последним обстоятельством, Роджерс вводит понятие «диффузии инновации», как ключевое для теоретической рамки своего исследования. Отмечая, что данный термин впервые был использован

---

<sup>13</sup> Burton-Jones, A. Knowledge Capitalism - Business, Work, and Learning in the New Economy. Oxford: Oxford, 1999. P. 26

<sup>14</sup> Freeman, C. Technology, Place and Economic Performance: Lessons from Japan. London, New York, 1987. P. 34

Габриэлем Тардом<sup>15</sup>, Э.М. Роджерс определяет «диффузию инновации», как процесс распространения инновации через определенные каналы передачи среди членов данной социальной системы в некоем временном промежутке<sup>16</sup>.

В своей работе Роджерс выделяет следующие параметры, необходимые для характеристики инновации:

- 1) сравнительное преимущество;
- 2) совместимость;
- 3) сложность;
- 4) способность к апробации (англ. «trialability» - букв. «способность быть испробованной»);
- 5) внешние видимые проявления;
- 6) темп внедрения;
- 7) «эффект диффузии»;
- 8) «сверхвнедрение»<sup>17</sup>.

Сравнительное преимущество инновации заключается в том, насколько она, по своим характеристикам, превосходит предыдущие формы, практики, явления или предметы, использовавшиеся в данной социально-экономической среде<sup>18</sup>.

Совместимость инновации – это степень, в которой она коррелирует с уже существующими ценностями, опытом, практиками и потребностями<sup>19</sup>.

Возможности восприятия инновации широкими общественными кругами определяют ее сложность<sup>20</sup>.

Способность к апробации заключается в тестовых возможностях инновации. Так, большая часть инноваций, будучи единожды примененными,

---

<sup>15</sup> Rogers, E.M. Diffusion of Innovations. New York, 1995. P. 39

<sup>16</sup> Ibid. P. 10

<sup>17</sup> Rogers, E.M. Op.cit.P.212

<sup>18</sup> Ibid. P. 220

<sup>19</sup> Ibid. P. 224

<sup>20</sup> Ibid. P. 242

не могут быть отменены, развернуты вспять. Следовательно, возможность эксперимента в данной связи зачастую крайне ограничена<sup>21</sup>.

Внешние проявления инновации показывают, насколько она заметна во внешней среде, насколько яркий и зримый облик она приобретает<sup>22</sup>.

Темп внедрения - это скорость, с которой инновация находит принятие среди членов данной общественной системы.

«Эффект диффузии» подразумевает возможность инновации получить распространение в данном обществе. Данный эффект тем выше, чем теснее взаимосвязь различных сфер общественной жизни в данном социуме.

«Сверхвнедрение» представляет собой совокупность обстоятельств, при которых инновация вводится в практический оборот, несмотря на решительное сопротивление экспертов<sup>23</sup>.

«Диффузия инновации» осуществляется посредством деятельности «агента изменения». В качестве такого агента, может выступать индивид, группа индивидов и/или организация. Роль «агента изменения» может быть выбрана осознанно, равно как и приписана социальной средой индивиду или организации. «Агент», в силу своих функций, должен влиять на общественную потребность в изменении; стремится изменить информационное поле, сделать его более «дружественным» по отношению к данному новшеству; создает интерес к нововведению; добивается перехода идеи в плоскость практического применения; осуществляет деятельность по стабилизации изменения и его внедрению в структуру типичных поведенческих и системных практик<sup>24</sup>.

Диффузия инновации происходит в конкретной социально-экономической среде и проходит через определенные стадии, в числе которых Роджерс называет:

---

<sup>21</sup> Ibid. P. 243

<sup>22</sup> Ibid. P. 244

<sup>23</sup> Rogers, E.M. Op.cit. P. 246

<sup>24</sup> Ibid. P. 335

- 1) приобретение знания в форме идеи, проекта, открытия или изобретения;
- 2) появление убежденности в высоком рыночном потенциале инновационной идеи;
- 3) организованное решение о внедрении конкретного инновационного проекта;
- 4) практическая реализация данного проекта;
- 5) подтверждение адаптации инновации (это необходимо, так как любая технология может быть отторгнута обществом)<sup>25</sup>.

Рассматривая реакцию общества на внедрение инновации, Э.М. Роджерс выделяет несколько социальных групп (категорий «адаптеров»), в зависимости от сроков восприятия новшества:

- 1) «инноваторы»;
- 2) «ранние адаптеры»;
- 3) «раннее большинство»;
- 4) «позднее большинство»;
- 5) «отстающие».

Охотнее всего инновацию адаптирует узкая социальная прослойка «инноваторов», составляющая не более 5% от общей численности населения. Автор характеризует «инноваторов», как людей, любящих риск и азарт, испытывающих постоянную потребность в новом; это космополиты, ведущие мобильный образ жизни, не имеющие территориальной привязки, при этом обладающие влиянием и достаточными финансовыми ресурсами, чтобы покрыть возможные риски и издержки. Кроме того, «инноваторы» легко существуют в обстоятельствах высокой степени неопределенности.

«Ранние адаптеры» (15% от общей численности населения), в противоположность «инноваторам», интегрированы в конкретную среду, территориально привязаны к определенному месту. Как правило, такие люди являются лидерами общественного мнения, имеют большой вес, занимают

---

<sup>25</sup> Rogers, E.M. Op.cit. P. 161 - 180

руководящие позиции. Авторитет «ранних адаптеров» делает их наиболее вероятными кандидатами для того, чтобы давать рекомендации по внедрению тех или иных инноваций.

Именно на «ранних адаптеров» ориентируется «раннее большинство» (35% населения) – люди, которые, как правило, не исполняют руководящие функции. Лучше всего представителя «раннего большинства» описывает словосочетание «среднестатистический обыватель».

«Позднее большинство» (35% населения) выказывает скептическое отношение к инновациям и принимает их, как некую экономическую необходимость, в ответ на оказываемое давление.

«Отстающие» (15%) в принятии инноваций – это люди, которые в силу своего образа жизни изолированы от «мейнстрима» общественной жизни. Часто они проживают в глубокой провинции, живут с оглядкой на традиции и опыт предыдущих поколений. Типична ситуация, при которой «отстающие» принимают инновацию тогда, когда она уже таковой не является<sup>26</sup>.

В дискурсе инноваций важное место занимают попытки проследить механику инновации. С этой целью ученые конструируют модели инновации, среди которых наибольшую известность имеют:

- 1) модель «чёрного ящика»;
- 2) линейная модель;
- 3) интерактивная модель;
- 4) системная модель;
- 5) эволюционная модель;
- 6) модель инновационной среды.

Модель «чёрного ящика» заимствована из кибернетики. Согласно логике данной модели, процесс и механика инновации не играют большой роли. Значение имеют только вложения в инновацию на старте и дивиденды, полученные «на выходе», когда процесс внедрения инновации состоялся.

---

<sup>26</sup> Rogers, E.M. Op.cit. P. 251 - 252

Линейная модель инновации конструируется в виде логической цепи. Все разновидности данной модели представляют механику инновации следующим образом: изначально существует потребность в инновации, выраженная в форме актуальной проблемы, требующей решения; на теоретическом уровне данная проблема решается при помощи науки; затем следует практическое применение инновационного решения, посредством определенных ресурсов инфраструктуры; следующее звено в реализации инновации – это маркетинговые технологии; и, наконец, финальной точкой в данной модели является поступление инновации на рынок<sup>27</sup>.

Интерактивная модель представляет механику инновации в качестве сложной коммуникативной сети, раскинутой как внутри, так и за пределами организации, курирующей данную инновацию. Вследствие этого, линейная модель дополняется такими факторами, как среда потребностей рынка и социума, технологические возможности данной социально-экономической системы, степень вовлечения государства в процесс инновации<sup>28</sup>.

Системная модель помещает инновацию в сферу компетенции социально-экономической и политической системы, в целом. Так, одиночная организация, не имея достаточного объема ресурсов для развития инновации, устанавливает продуктивные контакты со всей совокупностью организаций и объединений. Инновация в системной модели – это результат совокупных усилий взаимодействующих элементов данной системы<sup>29</sup>.

Эволюционная модель утверждает, что для гармоничного развития общества требуется постоянная генерация разнообразия<sup>30</sup>. Инновация сравнивается с биологической мутацией, и, подобно тому как в природе успешные мутации заменяют старые нормы, в искусственной среде также

---

<sup>27</sup> Marinova, D. Phillimore, J. Models of Innovation// The International Handbook on Innovation. Oxford, 2005. P. 46

<sup>28</sup> Innovation and the Evolution of Industries. History-Friendly Models. Cambridge, 2016. P.75

<sup>29</sup> Marinova, D. Phillimore, J. Models of Innovation// Op.cit. P. 47

<sup>30</sup> Chesbrough H.W. Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Boston, 2003. P.17

происходит определенный естественный отбор. В данной модели инновации приписываются такие свойства, как приспособляемость к окружающей социально-экономической среде, преемственность и способность к воспроизводству<sup>31</sup>.

Модель инновационной среды строится на утверждении о том, что возникновение инноваций происходит в определенных условиях<sup>32</sup>. Данные условия включают такие элементы, как:

- инновационная организация;
- система коммуникаций внутри нее;
- сочетание деятельности государственных и частных акторов;
- динамичный процесс приобретения знаний;
- развитая культура инновации (как материально-техническая, так и информационно-психологическая).

Перечисленные элементы образуют инновационную среду, как место возникновения инновации<sup>33</sup>.

Примечательно, что, не смотря на обилие моделей инновации, проблема «черного ящика» до сих пор остается актуальной: просчитать и измерить инновацию невозможно, фактор неопределенности всегда слишком велик, количество акторов и обстоятельств, влияющих на инновацию, огромно.

В определённой степени, облегчить понимание процессов инновации призваны многочисленные классификации данного явления.

Так, например, Джейкоб Шмуклер в своей работе «Изобретение и экономический рост» предлагал различать «продукт-инновации» (англ. «product innovation») и «процесс-инновации» (англ. «process innovation»). «Продукт-инновацию» исследователь определял, как процесс создания новых или улучшенных товаров. «Процесс-инновация», по Шмуклеру, представляла

---

<sup>31</sup> Marinova, D. Phillimore, J. Models of Innovation // Op.cit. P. 49

<sup>32</sup> Corsi, C. Op.cit. P. 59

<sup>33</sup> Marinova, D. Phillimore, J. Models of Innovation // Op.cit. P. 50

собой процесс улучшения знаний о способах и технологиях производства. Данная классификация предназначалась для того, чтобы объяснить, почему последствия инноваций могут сильно разниться. Д. Шмуклер отмечал, что внедрение новых продуктов имеет четкий позитивный эффект на рост дохода и занятости, тогда как «процесс-инновации», которые, по определению, призваны удешевить процесс производства, могут иметь неоднозначные последствия<sup>34</sup>.

Другим известным примером классификации инноваций является их подразделение по принципу, предложенному Чарльзом Эдквистом, который усложняет классификацию Шмуклера, выделяя «технологические продукт-инновации», «технологические процесс-инновации», «организационные продукт-инновации» и «организационные процесс-инновации». Таким образом, Эдквист разграничивает инновации в сфере технологий и в сфере функционирования организаций<sup>35</sup>.

Еще один подход к классификации инноваций предлагают Крис Фриман и Люк Соэ, выделяющие постепенные и радикальные инновации. Вторая категория также имеет название «технологической революции».<sup>36</sup>

Помимо названных классификаций, в научном дискурсе также существует практика характеризовать инновации по сфере общественной жизни, в которой они протекают (например, финансовые, религиозные, образовательные и т.д.)

Общепризнанная функция инноваций – это придание разнообразия и новизны экономической сфере<sup>37</sup>. Однако, данная функция отнюдь не всегда означает положительные изменения на рынке труда: с одной стороны, инновация обладает потенциалом по созданию рабочих мест; с другой

---

<sup>34</sup> Schmookler, J. *Invention and Economic Growth*. Harvard, 2013. P. 17

<sup>35</sup> Edquist, C. *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. London, 1997. P. 99

<sup>36</sup> Freeman C., Soete L. *The Economics of Industrial Innovation*. Cambridge, Massachusetts, 2000. P. 295

<sup>37</sup> Fagerberg, J. *Innovation. A Guide to the Literature*// Op. cit. P. 20



стороны, зачастую каждая новая инновация создает своих «луддитов», которые теряют рабочие места.

Отмечается следующая тенденция: в либеральных рыночных экономиках инновация способствует позитивным изменениям на рынке труда; с другой стороны, чем выше степень централизации и государственного вмешательства, тем вероятнее исходом внедрения инновации станет масштабное сокращение рабочих мест<sup>38</sup>.

Научный дискурс по поводу инноваций имеет большое значение для понимания процессов, протекающих в современных информационных обществах. Роль нового знания и его практического применения сегодня настолько велика, что можно говорить о создании национальных систем инноваций<sup>39</sup>. Такие системы включают в себя разнообразные элементы, взаимодействующие в процессе создания, использования и диффузии нового экономически полезного знания внутри данного государственного объединения<sup>40</sup>.

Центральным элементом динамичных национальных систем инноваций становится обучение. Особое значение приобретают все организационные единицы, занятые в производстве, распространении и диффузии нового знания. В узком смысле, национальная система инноваций строится на деятельности исследовательских центров и высших учебных заведений. В широком смысле, она включает также производственную и маркетинговую инфраструктуры, а также системы управления и механизмы финансирования<sup>41</sup>. Кроме того, важно отметить, что системы инноваций

---

<sup>38</sup> Huo, J. How Nations Innovate. The Political Economy of Technological Innovation in Affluent Capitalist Economies. Oxford, 2015. P. 59

<sup>39</sup> von Hippel, E Democratizing Innovation. Cambridge, 2005. P. 90

<sup>40</sup> Sorensen, J. B. Stuart T.E. Aging, Obsolescence, and Organizational Innovation// Administrative Science Quarterly. 2000. №5 (1). P. 83.

<sup>41</sup> Lundvall, B-A. National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London, New York, 1995. P.12

рознятся, в зависимости от специфических особенностей экономического, социального и политического устройства конкретных государств<sup>42</sup>.

Таким образом, «инновация» становится центральным понятием современного научного дискурса, так как данный феномен неразрывно связан с господствующей парадигмой информационного общества. Задачей любого современного государства становится создание благоприятной среды для диффузии инноваций в форме национальных систем инноваций, в рамках которых государственные и частные акторы с максимальной эффективностью организуют процесс производства и распространения экономически полезного знания.

---

<sup>42</sup> Shane, S. A. Cultural Influences on National Rates of Innovation// Journal of Business Venturing. 1993. № 1. P. 60.

## **Глава 2. Социально ориентированная рыночная экономика: понятие и основные характеристики**

Социально ориентированная рыночная экономика (социальная рыночная экономика, социальное рыночное хозяйство; в зависимости от перевода), как определенный тип социально-экономического и политического уклада, может рассматриваться в нескольких значениях.

Третья статья «Лиссабонского договора о внесении изменений в Договор о Европейском союзе и Договор об учреждении Европейского общества», известного также как «Договор о реформе», подписанного на саммите Европейского союза 13 декабря 2007, провозглашает необходимость достижения социальной рыночной экономики с высоко развитой системой конкуренции и полной занятостью. Таким образом, социально ориентированная рыночная экономика, или социальная рыночная экономика, выступает в качестве стратегической цели развития социально-экономических отношений в рамках Европейского союза<sup>43</sup>.

Термин «социальная рыночная экономика» восходит к политике реформ, проводившейся в Западной Германии после окончания Второй Мировой войны и получившей название «Soziale Marktwirtschaft» (букв. «социальное рыночное хозяйство»). Момент рождения социальной рыночной экономики четко зафиксирован во времени: 19 июня 1948 года Людвиг Эрхард, занимавший пост министра экономики в послевоенной

---

<sup>43</sup> Šmejkal V. Competition law and the social market economy goal of the EU [Electronic resource]// International Comparative Jurisprudence. 2015. № 1. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351667415000037> (дата обращения: 14.09.2016)

администрации Западной Германии, объявил о том, что на многие продукты отменяется рacionamento, а цены будут отпущены. Примечательно, что, сделав такое заявление, Эрхард формально нарушал субординацию по отношению к оккупационным властям, которые не были оповещены о данных действиях министра экономики<sup>44</sup>.

Традиционно считается, что претворение в жизнь программы «Soziale Marktwirtschaft» привело к огромному скачку в экономическом развитии Западной Германии, известному как «Рейнское чудо» (нем. «Wirtschaftswunder»)<sup>45</sup>.

Так, социально ориентированная рыночная экономика предстает как «социальное рыночное хозяйство», то есть программа преобразований, определившая основы социально-экономического и политического развития Западной Германии в послевоенное время<sup>46</sup>.

В основании программы Эрхарда, равно как и современного представления о социальной рыночной экономике лежит оригинальная интеллектуальная концепция «Soziale Marktwirtschaft». Таким образом, социально ориентированная рыночная экономика – это не только программная цель в развитии Европейского союза или название для определенного периода в социально-экономической и политической жизни Западной Германии, но и комплекс идей, возникших и получивших развитие в научных кругах немецкого общества в 40-х – 50-х годах XX в<sup>47</sup>.

Данные идеи оказались настолько жизнеспособными, что пережили свою эпоху (период «экономического чуда») и оказались инкорпорированы в саму суть экономического, политического, социального уклада Германии и

---

<sup>44</sup> Koslowski, P. The Social Market Economy and the Varieties of Capitalism//The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order. Heidelberg, 1998. P. 7

<sup>45</sup> van Hook, J.C. Rebuilding Germany. The Creation of the Social Market Economy, 1945 - 1957. Cambridge, 2007. P. 37

<sup>46</sup> Spicka, M. E. Selling the Economic Miracle. Economic Reconstruction and Politics in West Germany 1949 - 1957. New York, Oxford, 2007. P. 23

<sup>47</sup> Farmer, K. Germany's Social Market Economy and the New Systems Competition [Electronic resource]// Journal of Markets and Morality. 2004. № 2. URL: <http://www.marketsandmorality.com/index.php/mandm/article/view/286> (дата обращения: 14.11.2016)

продолжают существовать в современной общественной системе, фактически, в неизменном виде<sup>48</sup>.

Вопрос об авторстве термина «социальное рыночное хозяйство» на сегодняшний день остается нерешенным. Официальная точка зрения, гласит, что впервые его употребил немецкий экономист и политик Альфред Мюллер-Армак. В 1947 году он озаглавил таким образом вторую главу своей книги «Экономическое планирование и рыночная экономика».

С другой стороны, существуют некоторые свидетельства, что Гарольд Раш, занимавший высокую должность в британской оккупационной администрации, использовал термин «социальное рыночное хозяйство» еще в конце 1947 года, независимо от Мюллер-Армака.

Помимо этого, авторство термина приписывается Людвигу Эрхарду.

В своей автобиографии Карл Гюнтер Вайсс, в свое время заместитель государственного секретаря министерства экономического развития Рейха, утверждает, что именно он предложил название «Soziale Marktwirtschaft» для аналитической справки по поводу перспектив экономического развития послевоенной Германии, составленной Эрхардом. Согласно Вайссу, Эрхард спросил: «Что вы говорите? Социальное рыночное хозяйство? Этот термин мне нравится. Если у вас все еще есть то прекрасное бургундское вино, мы можем поднять за это бокалы. Социальное рыночное хозяйство – это прекрасный способ соединить прошлое и будущее». После завершения данной дискуссии, материалы по ней хранились в картонной коробке, на которой Эрхард написал «социальное рыночное хозяйство» без указания имен авторов. К сожалению, данные материалы впоследствии были утеряны и утверждать, насколько достоверна ситуация, описанная Вайссом, не представляется возможным.

Вероятнее всего, здесь сливаются правда и вымысел, однако приведенный эпизод достаточно показателен, так как в 1940-х годах идея о

---

<sup>48</sup> Bowyer, B.T. Vail, M.I. Economic Insecurity, the Social Market Economy, and Support for the German Left [Electronic resource]// West European Politics. 2011. № 34. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01402382.2011.572387> (дата обращения: 17.10.2016)

контролируемой и управляемой рыночной экономике, буквально, «витала в воздухе». Так, например, сам Альфред Мюллер-Армак рассуждал о данном феномене, еще не применяя к нему формулировку «социального рыночного хозяйства»<sup>49</sup>.

Во многом особенности концепции «социального рыночного хозяйства» обусловлены историческими обстоятельствами, в которых она возникла. После катастрофы Первой и Второй мировых войн, трагических последствий тоталитаризма и авторитаризма, закономерно начался ренессанс либеральной мысли в форме неолиберализма<sup>50</sup>.

Признавая, что либеральная социальная философия является одним из важнейших достижений европейской научной мысли, неолибералы отмечали, что она несовершенна, нуждается в доработке и именно многие ее недостатки привели к военным и политическим потрясениям первой половины XX века.

Адвокаты, экономисты, историки и философы рассуждали о том, как именно должен применяться принцип «laissez-faire», в какой степени взаимосвязаны различные сферы общественной жизни. Экономическая свобода теперь рассматривалась не только как способ повышения эффективности функционирования рынков, но и как ценность сама по себе<sup>51</sup>.

Немецкие неолибералы обсуждали недостатки классического либерализма («палеолиберализма»), буквальное следование принципам которого привело к ослаблению государственной власти и засилью монополий во времена Веймарской республики. В этот период государство не смогло нивелировать издержки капитализма, что привело к деградации системы, в целом, и нарушению принципа свободной конкуренции, в частности. Последствия такого положения вещей выражались в том, что

---

<sup>49</sup> Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution. Palgrave, 1989. P. 64

<sup>50</sup> Goldschmidt, N. Wohlgemuth, M. Social Market Economy: Origins, Meanings and Interpretations [Electronic resource]// Constitutional Political Economy. 2008. № 19. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10602-008-9047-3> (дата обращения: 25.09.2016)

<sup>51</sup> Watrin, C. The Social Market Economy: The Main Ideas and their Influence on Economic Policy//The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order. Heidelberg, 1998. P. 14

предприятия-монополии в условиях мирового экономического кризиса практиковали массовое сокращение рабочих мест. Возникший вследствие политики сокращения мощный социальный пласт безработных был использован крайне правыми политическими силами, как горючее для создания тоталитарного политического режима, вошедшего в историю, как Третий рейх.

Во времена господства нацистской партии государство, в противоположность слабой политической власти Веймарской республики, приобрело неограниченные функции по администрированию, планированию и управлению всеми сферами жизни общества, включая социально-экономическую. Таким образом, в первой половине XX века система управления в Германии претерпела несколько кардинальных изменений, ни одно из которых не привело к экономическому процветанию и стабильному социальному развитию.

На основе горького опыта прошлых ошибок в государственном управлении неолибералы делали вывод, что практика невмешательства на основе принципа *laissez-faire*, равно как и гипертрофированная централизация управления, одинаково губительны для общества, поэтому следовало разработать некий «третий путь», при котором государство и рынок пребывали бы в балансе. Именно в таком свете виделось им «социальное рыночное хозяйство», при котором государство установит правила рыночной игры и будет следить за их соблюдением, компенсируя возможные издержки рыночной конкуренции при помощи социальной политики и не вмешиваясь в суть происходящих экономических процессов<sup>52</sup>.

В определенной степени, дискуссия о «Soziale Marktwirtschaft» продолжает предшествующий дискурс Исторической школы, одной из главных особенностей которого являлось положение о том, что экономическое развитие государства обусловлено определенными законами.

---

<sup>52</sup> Ebner, A. The Intellectual Foundations of the Social Market Economy. Theory, Policy, and Implications for European Integration [Electronic resource]// Journal of Economic Studies. 2006. № 33. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/01443580610680464> (дата обращения: 19.12.2016)

Данные законы, по мнению представителей Исторической школы, формируются исторически, на основе широкой совокупности факторов, включающих географическое положение, историческую случайность, религию и культуру в широком смысле. Таким образом, экономические процессы зависимы не только от экономических, но и от социальных факторов<sup>53</sup>.

Примечательна в данной связи концепция Густава Шмоллера, автора произведений «История мелкого ремесленного производства в Германии в XIX в.» и «Народное хозяйство, наука о народном хозяйстве и ее методы» и представителя «новой» Исторической школы. Подчеркивая связь экономики с этикой, историей, социологией, политикой, автор провозглашал единство социальной жизни, все составные элементы которой он представлял во взаимосвязи<sup>54</sup>.

Шмоллер полагал, что экономический процесс составляют две группы факторов: «природно-технологические» и «морально-психологические». В определенной степени они противостоят друг другу, однако, одновременно, состоят в тесной зависимости. Чем теснее эта зависимость, чем больше взаимосвязь «природно-технологического» и «морально-психологического», тем более развитым можно считать общество. Следовательно, общественное развитие Шмоллер определял, как возрастающую сложность и взаимозависимость разнородных процессов.

В течение исторического развития, с точки зрения Густава Шмоллера, должна иметь место этическая эволюция, а негативные последствия таких рациональных явлений, как модернизация, индустриализация и урбанизация, должны преодолеваются посредством развития образования и установления социального баланса.

---

<sup>53</sup> Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution. 1989. P. 17

<sup>54</sup> Goldschmidt, N. Wohlgemuth, M. Social Market Economy: Origins, Meanings and Interpretations [Electronic resource]// Constitutional Political Economy. 2008. № 19. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10602-008-9047-3> (дата обращения: 25.09.2016)



Важно отметить, что именно фундаментальные идеи немецкой Исторической школы о взаимосвязи социального и экономического и необходимости установления социального баланса стали органичной частью воззрения неолибералов<sup>55</sup>.

Кроме того, немецкий неолиберализм также многое почерпнул из теоретических воззрений экономиста и социолога Франца Оппенгеймера. Оппенгеймер преподавал во Франкфуртском университете и один из его учеников – Людвиг Эрхард, «отец немецкого экономического чуда» и апологет «Soziale Marktwirtschaft» – пронес восхищение взглядами своего профессора через всю жизнь.

Франц Оппенгеймер утверждал, что недостатки капитализма объясняются ограничением свободной конкуренции, когда работники отчуждаются от результатов производства, а власть и привилегии концентрируются в руках узких социальных классов. Оппенгеймер полагал, что отказ от системы классовых привилегий приведет к появлению открытой рыночной экономики, свободной от классового контроля и эксплуатации. Такой общественно-экономический порядок он определял, как «либеральный социализм» и называл в качестве правильного, «третьего пути» общественного развития. Примечательно, что риторика «третьего пути» была напрямую заимствована неолибералами и, в частности, Людвигом Эрхардом, который, в отличие от своего учителя, определял этот путь как «социальный либерализм»<sup>56</sup>.

В целом, следует отметить, что истоки концепции «социального рыночного хозяйства» достаточно размыты и вместе с тем глубоко укоренены в событийной истории и в традиции германского научного дискурса.

Неолиберальные круги послевоенной Германии, в среде которых была сконструирована концепция «социального рыночного хозяйства», условно

---

<sup>55</sup> Schlecht, O. The Ethical Content of the Social Market Economy// The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order. Heidelberg, 1998. P. 275 - 291

<sup>56</sup> Noerr, K.W. A Symbiosis with Reserve: Social Market Economy and Legal Order in Germany//The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order. Heidelberg: Springer, 1998. P. 222

подразделяются на две группы мыслителей. Первая группа представлена Фрайбургской школой, лидером которой являлся Вальтер Ойкен, тогда как вторая объединяет сторонников «социального рыночного хозяйства» во главе с Альфредом Мюллер-Армаком, который отвечал за теоретическое обоснование политики реформ, проводившейся Людвигом Эрхардом.

В 1948 году под руководством Вальтера Ойкена в университете Фрайбурга стал выпускаться ежегодник «Ордо» («Ежегодник для упорядочения экономики и общества», нем. «Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft»), которому было предназначено стать теоретической трибуной для идей неолиберального толка. Слово «ordo» достаточно быстро стало собирательным понятием в значении «естественного строя свободного рыночного хозяйства». Поэтому доктрина «школы Ойкена» вошла в историю, как «ордолиберализм».

В качестве важнейших общественных ценностей ордолибералы выделяли частную собственность и индивидуальную свободу. По их мнению, государство могло оказывать воздействие на институциональные основы механизма прибыли и конкуренции, однако не могло вмешиваться в сам процесс экономического воспроизводства<sup>57</sup>.

По мнению лидера ордолибералов Вальтера Ойкена, преодоление социальных издержек капитализма и восстановление совершенной конкуренции могло произойти только при таком строе, в котором установлены четкие правовые нормы хозяйствования. Данные нормы в обязательном порядке должны утверждать неприкосновенность частной собственности, поддерживать стабильность национальной валюты, предусматривать меры экономической ответственности для участников рыночных отношений. Важной чертой идеального общественного строя, с точки зрения Ойкена, также являлось постоянство экономической политики.

Помимо организующей роли государства, ордолибералы также приписывали ему функции социальной защиты. Таким образом, задача

---

<sup>57</sup> Watrin, C. The Social Market Economy: The Main Ideas and their Influence on Economic Policy// Op.cit. P. 15

государства сводилась к тому, чтобы создать такой «экономический порядок, который в равной степени гарантирует экономическую активность личности и обеспечивает высокий уровень условий жизни».

Фрайбургская школа выдвинула утверждение, согласно которому государственное управление должно осуществляться на основании «экономической конституции», что представляет собой разительный контраст по сравнению с классическим либеральным принципом «невидимой руки» рынка. Напротив, именно государство должно придавать форму свободной и честной конкуренции. Однако, это ни в коем случае не означало приверженности принципам централизованного планирования. Как писал Вальтер Ойкен: «...государство должно оказывать влияние на формы экономики, но не на сам экономический процесс... Централизованное планирование форм – да; государственное планирование и государственный контроль над экономическим процессом - нет»<sup>58</sup>.

Таким образом, ордолиберальное кредо или «теория порядка» – это соревновательный экономический процесс, основанный на «экономической конституции», защищающей рыночный принцип ценообразования и свободную конкуренцию и нивелирующей возможные издержки капиталистической системы при помощи социальной политики. Следовательно, согласно данной концепции, государство должно быть социальным, но отнюдь не в понятии лорда Бевериджа, основоположника британской версии социального государства. Задачами государства, в понимании ордолибералов, являются установление законов и обеспечение минимального уровня социальной защищенности, но отнюдь не всеобщего благосостояния<sup>59</sup>.

Сторонники «социальной рыночной экономики», в целом разделяя взгляды ордолибералов на особенности государственного управления и

---

<sup>58</sup> Eucken, W. *This Unsuccessful Age, or, the Pains of Economic Progress*. Oxford. 1952. P.41

<sup>59</sup> Koslowski, P. *The Social Market Economy and the Varieties of Capitalism*// *Op. cit.* P. 6

устройство экономического процесса, предлагали более практический взгляд на концепцию управляемой рыночной экономики.

Так, например, Альфред Мюллер-Армак, возглавлявший отдел основных проблем экономической политики, созданный министром экономики Людвигом Эрхардом, всячески подчеркивал практическую необходимость придерживаться единообразной политической линии. Он писал: «Вдумчивая экономическая политика может осуществляться только на основании систематического порядка действий. Смешанная экономическая политика, которая стремится достичь целей, используя несистематические методы, не может применяться».

Кроме того, Мюллер-Армак называл «утопией» веру в то, что централизация управления может сосуществовать с уважением к интересам индивидуального потребителя. Именно поэтому он считал, что экономическая политика должна развиваться исключительно на основах свободной рыночной экономики<sup>60</sup>.

При этом автор термина «социальное рыночное хозяйство» признавал, что социальный баланс не может быть достигнут раз и навсегда. Причиной тому Мюллер-Армак называл определенные недостатки механизма конкуренции, вызванные несовершенством рынков. Он полагал, что рыночный уклад нуждается в защите посредством стабилизирующих принципов, проводимых в жизнь на уровне государственного управления. Без таких принципов, различные силы, действующие в рыночных отношениях, уничтожат их самую суть путем создания монопольных объединений. В таком случае система деградирует в антирыночном направлении. Следовательно, экономическая система свободных рыночных отношений должна быть сбалансирована при помощи последовательных мер социальной защиты, или, иными словами, «социальной компенсации».

---

<sup>60</sup> Koslowski, P. The Social Market Economy: Social Equilibration of Capitalism and Consideration of the Totality of the Economic Order. Notes on Alfred Mueller-Armack//The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order. Heidelberg, 1998. P. 78

В противовес Вальтеру Ойкену, Мюллер-Армак рассматривал принцип свободной конкуренции и идею социального баланса как потенциально антагонистические понятия и задавался вопросом, о том, «как привести к балансу противоположные цели социальной защищенности и экономической свободы». В качестве ответа на данный вопрос, мыслитель предложил принцип «социального примирения», который должен быть реализован в виде «регулятивной политики, соединяющей в форме конкурентной рыночной экономики свободную инициативу и социальный прогресс»<sup>61</sup>.

Таким образом, согласно Мюллер-Армаку, государство должно постоянно балансировать между требованиями экономической свободы и потребностями социальной справедливости при распределении благ и социальной защищенности.

Альфред Мюллер-Армак отмечал, что такая гибкая и изменчивая среда, как рынок, постоянно генерирует новые этические и политические задачи, которые требуют решения<sup>62</sup>. Следовательно, социально-экономический порядок только тогда сможет выжить в рамках меняющихся обстоятельств, когда будет обладать возможностью принимать и адаптировать изменения<sup>63</sup>. Таким образом, «социальное рыночное хозяйство» - это не просто «теория конкуренции», но универсальная концепция, созданная с целью координации и сбалансирования рыночных отношений, политического управления и социальной жизни<sup>64</sup>.

Последнее особенно важно, так как все лица, причастные к созданию и апробации концепции «Soziale Marktwirtschaft», видели социальную рыночную экономику, как феномен, не привязанный к конкретному временному отрезку.

---

<sup>61</sup> Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution. 1989. P. 105

<sup>62</sup> Koslowski, P. The Social Market Economy: Social Equilibration of Capitalism and Consideration of the Totality of the Economic Order. Notes on Alfred Mueller-Armack // Op.cit. P. 86

<sup>63</sup> Mueller-Armack, A. The Principles of the Social Market Economy// The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order. Heidelberg, 1998. P. 256

<sup>64</sup> Ibid. P. 257

Из полемики западногерманских неолибералов выросла «стратегическая идея, формула образа жизни<sup>65</sup>», краеугольными камнями которой стали индивидуальная свобода, социальная защищенность и экономический рост.

Этические основания социальной рыночной экономики ёмко сформулированы Отто Шлехтом в эссе «Этические составляющие социальной рыночной экономики». На основании данного текста можно говорить о следующих основаниях:

- 1) рыночная экономика признается превосходящей по отношению к иным формам экономической координации, так как основана на уважении прав и свобод индивидов, принимающих свободные решения и руководствующихся чувством личной ответственности<sup>66</sup>;
- 2) рыночная система не порождает моральный вакуум и не может существовать без развитой индивидуальной морали<sup>67</sup>;
- 3) рыночная экономика нуждается в организации со стороны общества<sup>68</sup>;
- 4) рыночная экономика только тогда этически и социально приемлема, когда развивается в свободном обществе, основанном на эффективной конкуренции<sup>69</sup>;
- 5) естественное продуктивное развитие конкуренции возможно только в случае, если личные, экономические, политические, социальные, культурные, экологические права и свободы человека и гражданина, а особенно свобода профессионального выбора, свобода торговли, свобода потребления, свобода

---

<sup>65</sup> Ibid. P.261

<sup>66</sup> Schlecht, O. The Ethical Content of the Social Market Economy// Op.cit. P. 276

<sup>67</sup> Ibid. P. 278

<sup>68</sup> Ibid. P. 279

<sup>69</sup> Ibid. P. 280

отношений найма и свобода ценообразования, гарантированы в данном обществе<sup>70</sup>.

Ключевой особенностью «формулы» социально ориентированной рыночной экономики является ее универсальность, способность быть приложенной к различным обстоятельствам. Структурообразующими характеристиками социально ориентированной рыночной экономической системы становятся:

- рыночная экономика;
- свободное ценообразование;
- свободная конкуренция;
- регулятивная функция государства, которое создает формы и законы функционирования свободной рыночной экономики; и контролирует их соблюдение всеми акторами экономических отношений;
- государственное невмешательство в содержание экономического процесса;
- «страховочная» функция государства, которое призвано сглаживать эксцессы рыночных отношений посредством социальной политики;
- признание тесной взаимосвязи и взаимопроникновения всех сфер общественной жизни.

---

<sup>70</sup> Ibid. P. 281

### **Глава 3. Инновация в системе социально ориентированной рыночной экономики: внедрение предпринимательской культуры через парадигму предпринимательского университета**

Федеративная Республика Германия – это единственное государство в мире, которое последовательно придерживается принципов социальной рыночной экономики. Не смотря на достаточно резкие колебания в политической линии правительства Германии, – от большей к меньшей степени централизации и государственного вмешательства, и наоборот – современное германское государство остается полноправным преемником послевоенного «Soziale Marktwirtschaft». Свободная конкуренция, по-прежнему, лежит в основе динамики общественного развития, и считается ключевым фактором экономического роста.

В условиях информационного общества главным способом стимулировать соревновательные экономические отношения становится инкорпорация инновации в качестве неотъемлемой части системы социально ориентированной рыночной экономики.

Согласно господствующей точке зрения, инновация оказывает позитивный эффект на экономическое развитие. Инновацию, в свою очередь, питает «социальный климат», то есть определенные деятельностные установки, господствующие в обществе. Прежде всего, данные установки подразумевают высокий уровень предпринимательской активности, причем предпринимательство понимается не только в узком смысле частной экономической активности, направленной на получение прибыли<sup>71</sup>, но и в широком смысле комплекса определенных компетенций, необходимых для

---

<sup>71</sup> Galindo, M.-A. Mendez-Picazo, M.-T. Innovation, Entrepreneurship and Economic Growth [Electronic resource]// Journal of Management History. 2013. № 51 URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00251741311309625?mobileUi=0> (дата обращения: 25.02.2017)



осуществления инновационной деятельности<sup>72</sup>. Так, инноватором-предпринимателем может быть не только бизнесмен, но и представитель любой другой профессии (врач, университетский профессор и пр.)

Предпринимательство рассматривается, как своеобразная экономическая панацея<sup>73</sup>. Предполагается, что внедрение предпринимательской культуры, то есть создание таких условий, при которых инновационная предпринимательская деятельность станет распространенной практикой, поможет стабилизировать рынок труда и защитить принцип свободной конкуренции<sup>74</sup>. Высоко развитая культура предпринимательства будет способствовать созданию новых рабочих мест, воспроизводству актуального социального типа предпринимателей и, в целом, формированию новой структуры трудовых отношений, соответствующей потребностям информационного общества<sup>75</sup>.

Однако существенным препятствием в процессе внедрения предпринимательской культуры становится сопротивление в общественной среде. Большая часть населения Германии не воспринимает предпринимательскую деятельность, как стабильный источник дохода. Риски, которые принимает на себя предприниматель, в силу специфики своей деятельности, считаются слишком высокими, поэтому карьера предпринимателя не пользуется большой популярностью<sup>76</sup>.

---

<sup>72</sup> Fuchs, K. Werner, A. Wallau, F. Entrepreneurship Education in Germany and Sweden: What Role Do Different School Systems Play? [Electronic resource]// Journal of Small Business and Enterprise Development. 2008. № 15. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000810871736> (дата обращения 17.12.2016)

<sup>73</sup> Packham, G. Jones, P. Miller, C. Pickernell, D. Thomas, B. Attitudes Towards Entrepreneurship Education: a Comparative Analysis [Electronic resource]// Education + Training. 2010. № 52. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00400911011088926> (дата обращения: 13.12.2016)

<sup>74</sup> Volkmann, C.K. Tokarski, K.O. Entrepreneurship. Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen. Stuttgart, 2008. S. 59

<sup>75</sup> De, D.A. Entrepreneurship Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen. München, 2005. S. 38

<sup>76</sup> Thompson J.L. A strategic perspective of entrepreneurship [Electronic resource]// International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 1999. № 5. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/13552559910306105> (дата обращения 25.02.2017)

Тем не менее, на правительственном уровне признается, что система должна измениться посредством применения серии мер по внедрению предпринимательской культуры<sup>77</sup>.

Речь идет о создании некоей общественной структуры нового типа, которая будет постоянно совершенствовать себя, в соответствии с требованиями времени, и приведет к открытию новых рынков и к постоянной генерации новых продуктов, источников и методов производства.

В обновленных социально-экономических условиях диффузия инноваций будет происходить с возрастающим темпом. Соответственно, сравнительные преимущества изменения структуры общественных отношений будут велики.

Кроме того, предлагаемые изменения вполне совместимы с универсальной концепцией социальной рыночной экономики Германии. Видимые последствия апробации инновационной предпринимательской культуры позволят преодолеть общественную инерцию и создать продуктивную инновационную среду, основанную на равноправном партнерстве государственных и частных, индивидуальных и институциональных акторов.

Таким образом, внедрение предпринимательской культуры должно принять форму грандиозной постепенной «организационной процесс-инновации», которая, в свою очередь, подтолкнет технологические «продукт-» и «процесс-инновации».

Следовательно, предпринимательская культура становится специфической формой внедрения инновации в тело социально ориентированной рыночной экономики.

Концепция предпринимательской культуры находит практическую реализацию в ФРГ в следующем виде: центром генерации нового знания,

---

<sup>77</sup> Carayannis, E. Grigoroudis, E. Linking Innovation, Productivity, and Competitiveness: Implications for Policy and Practice [Electronic resource] // The Journal of Technology Transfer. 2014. № 39. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-012-9295-2> (дата обращения: 10.01.2017)

создания каналов его передачи и ускорения его диффузии в социальной системе, становится университет<sup>78</sup>.

Высшие учебные заведения общепризнанно является важным фактором в развитии инновационных процессов. Зачастую именно открытия, сделанные в университетской среде, способствуют развитию технологий и совершенствованию экономических процессов. Ярким примером тому являются исследования в сфере биотехнологий, которые продемонстрировали широкий потенциал применения генной инженерии в производстве медицинской и фармацевтической продукции<sup>79</sup>. Данный пример иллюстрирует тенденцию, согласно которой современный университет не только исполняет свои традиционные образовательные и исследовательские функции, но и осуществляет трансфер технологий.

В свою очередь, организации, действующие в обстановке конкурентной рыночной экономики и быстрых технологических изменений, находятся в постоянном поиске инновационных идей, которые дадут им преимущество в глобальном экономическом соревновании. В таких обстоятельствах фирмы и производственные объединения вступают в партнерские отношения с высшими учебными заведениями, которые «поставляют» инновации непосредственно в индустрию<sup>80</sup>.

В рамках описанного тренда «гумбольдианская модель» высшей школы Германии, корни которой восходят к XIX в., проходит через определенные институциональные изменения. Так, обучение и исследовательская деятельность, как основные задачи университета, дополняются задачей

---

<sup>78</sup> Janeiro, P. Proença, I. da Conceição Gonçalves, V. Open Innovation: Factors Explaining Universities as Service Firm Innovation Sources [Electronic resource]// Journal of Business Research. 2013. № 66. URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/jbresa/v66y2013i10p2017-2023.html> (дата обращения: 09.10.2016)

<sup>79</sup> Guerzonja, M. Aldridge, T.T. Desai, S. A New Industry Creation and Originality: Insight from the Funding Sources of University Patents [Electronic resource]// Research Policy. 2014. № 43. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733314001309> (дата обращения: 17.01.2017)

<sup>80</sup> Plewa, C. Korff, N. Johnson, C. Macpherson, G. Baaken, T. Rampersad, G.C. The Evolution of University-Industry linkages - A Framework [Electronic resource]// Journal of Engineering and Technology Management. 2013. № 30. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474812000483> (дата обращения: 16.11.2016)

трансфера знаний<sup>81</sup>. Данное расширение функциональных задач заведений высшего образования определяет трансформацию классического исследовательского университета в предпринимательский университет.

Концепция «предпринимательского университета» была предложена Бёртоном Р. Кларком в 1998 году. Предпринимательство, а данном случае, понимается широким смысле, как инновационные практики, посредством которых теоретические идеи переводятся в фазу коммерческой реализации<sup>82</sup>.

Согласно Кларку, предпринимательский университет обладает определенными признаками. В организационной структуре высшего заведения такого типа наличествуют центральный координирующий орган, который выстраивает общую концепцию развития университета в связи с изменениями в рыночной экономике. Структура предпринимательского университета гибка и подвижна, он обладает способностями к быстрой мобилизации ресурсов, в соответствии с потребностями рыночной экономики<sup>83</sup>.

В предпринимательском университете на обязательных началах присутствует некое структурное подразделение, отдел, отвечающий за установление, поддержание и развитие связей между учебным заведением и рыночной средой<sup>84</sup>. В ведении такого отдела находятся заключение партнерских контрактов с представителями индустрии, защита и

---

<sup>81</sup> Sam, C. van der Sijde, P. Understanding the Concept of the Entrepreneurial University from the Perspective of Higher Education Models [Electronic resource]// Higher Education. 2014. № 68. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-014-9750-0> (дата обращения: 17.11.2016)

<sup>82</sup> Clark, B.R. Creating Entrepreneurial Universities. Organizational Pathways of Transformation. Oxford, 1998. P. 129

<sup>83</sup> Clark, B.R. Sustaining Change in Universities: Continuities in Case Studies and Concepts [Electronic resource]// Tertiary Education and Management. 2003. № 9. URL: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023538118918> (дата обращения: 13.10.2016)

<sup>84</sup> Etzkowitz, H. Research Groups as 'Quasi-firms': The Invention of the Entrepreneurial University// Research Policy. 2003. №. 32. P. 110.

преумножение интеллектуальной собственности, а также работа с фондами финансирования<sup>85</sup>.

Признаком предпринимательского университета, помимо прочего, также является широкий спектр источников финансирования его деятельности. Таковыми могут выступать частные инвесторы из бизнес-среды, региональные и местные власти<sup>86</sup>.

Кроме того, предпринимательский университет функционирует на основе принципов предпринимательской этики. Данное обстоятельство встречает понимание и одобрение среди сотрудников университета, которые в своей исследовательской и преподавательской деятельности внедряют предпринимательскую культуру. Кларк отмечает, что исследовательские группы – это квази-фирмы, так как “действуют как фирмы, которым лишь недостает соответствующей мотивации – желания увеличить прибыль»<sup>87</sup>.

Таким образом, через деятельность предпринимательских университетов формируется «академический капитализм», выражающийся в совокупности действий акторов высшего образования, ориентированных на рынок<sup>88</sup>.

Данная траектория в развитии высшего образования может быть охарактеризована как «менеджерализм», то есть попытка адаптировать стратегии, которые применяются в частном секторе, к организациям высшего образования, с целью создания в них продуктивной системы управления и контроля; «маркетизация» в форме установления высокой конкуренции

---

<sup>85</sup> Etzkowitz, H. The Evolution of the Entrepreneurial University// International Journal of Technology and Globalisation. 2004. № 1. P. 67.

<sup>86</sup> Etzkowitz, H. Leydesdorff, L. The Dynamics of Innovation: From National Systems and ‘Mode 2’ to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations// Research Policy. 2000. № 29. P. 113.

<sup>87</sup> Sotirakou, T. Coping with Conflict within the Entrepreneurial University: Threat or Challenge for Heads of Departments in the UK Higher Education Context// International Review of Administrative Sciences. 2004. № 70. P. 349.

<sup>88</sup> Gjerding, A.N. Wilderom, C.P.M. Cameron, S.P.B. Taylor, A. Scheunert, K.-J. Twenty Practices of an Entrepreneurial University [Electronic resource]// Higher Education Management and Policy. 2006. № 19. URL: [http://www.oecd-ilibrary.org/education/twenty-practices-of-an-entrepreneurial-university\\_hemp-v18-art19-en?crawler=true](http://www.oecd-ilibrary.org/education/twenty-practices-of-an-entrepreneurial-university_hemp-v18-art19-en?crawler=true) (дата обращения: 22.12.2016)

между университетами в борьбе за финансирование и студентов; и «коммерциализация»<sup>89</sup>.

В современной Германии полную ответственность за образовательные учреждения несут земли. Инфраструктура высшего образования, внеуниверситетская исследовательская деятельность и крупнейшие образовательные фонды (например, Немецкое научно-исследовательское объединение) в большинстве случаев финансируются именно из региональных бюджетов. Соответственно, федеральные власти имеют совсем небольшое влияние на высшие образовательные учреждения<sup>90</sup>.

Придание высшим учебным заведениям формы предпринимательского университета – это результат интенсивных общественных, политических и экономических дебатов. В ходе оживленных дискуссий 1990-х годов было отмечено, что примерно одна треть показателей экономического роста в Германии может быть достигнута при помощи инновационных организаций. Также, отмечалось, что в силу сложившихся обстоятельств и экономических традиций, многие инновационные идеи не реализовывались<sup>91</sup>. Объяснение данному факту виделось в чрезмерной централизации процесса трансфера технологий, который осуществлялся посредством федеральных исследовательских институтов. Такая форма инновационной деятельности была признана неэффективной, и было принято решение о том, чтобы сделать систему менее централизованной, «спустить» инновационные

---

<sup>89</sup> Winkel O. Higher Education Reform in Germany. How the Aims of the Bologna Process Can Be Simultaneously Supported and Missed [Electronic resource]// International Journal of Educational Management. 2010. № 24. URL: [www.emeraldinsight.com/0951-354X.htm](http://www.emeraldinsight.com/0951-354X.htm) (дата обращения: 25.02.2017)

<sup>90</sup> Einhäupl, K. The Future of German Science Funding [Electronic resource]// Science. 2003. № 302. URL: <http://science.sciencemag.org/content/302/5648/1115> (дата обращения: 23.02.2017)

<sup>91</sup> Deissinger, T. Hellwig, S. Apprenticeships in Germany: Modernizing the Dual System [Electronic resource]// Education + Training. 2005. № 47. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00400910510601896> (дата обращения: 25.02.2017)

процессы на региональный уровень с университетами в роли центров локальных сетей инноваций<sup>92</sup>.

Предполагалось, что университет станет ключевым инициативным игроком в национальной системе инноваций<sup>93</sup>. Предпринимательская этика будет воспринята профессурой и привита студентам. Учебные заведения установят тесные отношения с предприятиями индустрии, перенос научного знания в область практического применения будет ускорен<sup>94</sup>.

Для того, чтобы желаемая картина стала реальностью, необходимо было устранить некоторые сдерживающие механизмы. Именно поэтому 7 февраля 2002 года был принят закон, призванный повысить патентную активность и перераспределить прибыль, получаемую от патентованных изобретений. Согласно данному закону, отменялась традиционная «профессорская привилегия» - эксклюзивное право собственности университетских профессоров на сделанные ими научные открытия. Причина изменения в правилах патентования заключалась в том, что открытия, сделанные при использовании инфраструктуры университета и, следовательно, на бюджетные средства (то есть, буквально, на деньги налогоплательщиков) не приносили учебному заведению никаких дивидендов<sup>95</sup>.

По новым правилам, в том случае, если работник данного учебного заведения желает получить прибыль от своего открытия/изобретения, он

---

<sup>92</sup> Achtenhagen, L. zu Knyphausen-Aufsess, D. Fostering Doctoral Entrepreneurship Education in Germany [Electronic resource]// Journal of Small Business and Enterprise Development. 2008. № 15. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000810871754> (дата обращения: 16.10.2016)

<sup>93</sup> Ulvenblad, P. Berggren, E. Winborg, J. The Role of Entrepreneurship Education and Start-up Experience for Handling Communication and Liability of Newness [Electronic resource]// International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 2013. № 19. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/13552551311310374> (дата обращения: 25.02.2017)

<sup>94</sup> Sellenthin M.O. Technology Transfer Offices and University Patenting in Sweden and Germany [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2009. № 34. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-009-9108-4> (дата обращения 16.12.2016)

<sup>95</sup> Cremersa, K. Gaessler, F. Harhoff, D. Helmers, C. Lefouili, Y. Invalid but Infringed? An Analysis of the Bifurcated Patent Litigation System [Electronic resource]// Journal of Economic Behavior & Organization. 2016. № 131. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268116301640> (дата обращения 18.01.2017)

должен предоставить работодателю письменное оповещение об открытии. После этого университет обращается в определенную патентную организацию, которая проводит экспертизу изобретения. В том случае, если данное открытие может быть реализовано на рынке, университет патентует его. Когда открытие находит практическое применение, изобретатель получает компенсацию в виде 30% полученной от него прибыли<sup>96</sup>. Кроме того, допускается оформление совместного патента на изобретение университетом и «третьей стороной» (промышленное предприятие, фирма, частная организация). В таком случае, на срок до пяти лет открытие становится «коммерческой тайной». По истечении данного промежутка времени, изобретение должно быть обнародовано<sup>97</sup>.

Вследствие описанной реформы, профессора были вынуждены усвоить предпринимательскую этику. В изменившихся обстоятельствах, финансирование исследования напрямую зависит от активности исследователя. Именно ему принадлежит инициативная роль по поиску источников финансирования данного научного проекта, а также партнеров среди частных организаций. Следовательно, исследователи находятся в состоянии конкурентной борьбы со своими коллегами за финансирование и партнерские контракты и, как следствие, за прибыль от возможного патента<sup>98</sup>.

Государство, со своей стороны, всячески поддерживает развитие соревновательных отношений в сфере высшего образования, так как университет, вовлеченный в конкурентные рыночные процессы, с высокими

---

<sup>96</sup> Kilger, C. Bartenbach, K. New Rules for German Professors [Electronic resource]// Science. 2002. № 298. URL: <http://science.sciencemag.org/content/298/5596/1173> (дата обращения: 23.02.2017)

<sup>97</sup> Goebels-Dreyling, B. University Financing Alternatives: The German Example [Electronic resource]// Higher Education in Europe. 2003. № 28. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03797720304102> (дата обращения 14.02.2017)

<sup>98</sup> Schoen, A. Heinrich, D. Buenstorf, G. Playing the 'Name Game' to Identify Academic Patents in Germany [Electronic resource]// Scientometrics. 2014. № 101. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-014-1400-x> (дата обращения: 20.01.2017)



темпами адаптирует и транслирует предпринимательскую культуру, а также осуществляет трансфер новых знаний в индустрию<sup>99</sup>.

Примером государственной деятельности по поддержке развития предпринимательских функций заведениями высшей школы служит стипендиальная программа “EXIST”. Основанная на руководящих принципах развития предпринимательской культуры в сфере высшего образования, ускорения процессов трансфера результатов исследования на рынок, развития потенциала бизнес-идей в рамках исследовательских групп, а также развития инновационных стартапов, “EXIST” с 1997 года осуществляет поддержку предпринимательских инициатив среди молодых исследователей. Ежегодно объявляется конкурс инновационных идей, участвовать в котором могут студенты магистерских и докторских программ. Победители получают стипендию сроком на два года, а также технические и человеческие ресурсы для осуществления своего проекта. Помимо этого, стипендиатам оказывается всесторонняя юридическая поддержка<sup>100</sup>.

Следствием переориентации высшего образования на началах автономии и соревновательности стала измененная система оценки качества деятельности высших учебных заведений. Требования, предъявляемые к университетам, существенно расширились. Показателями эффективности функционирования заведений высшей школы становится количество публикаций на душу исследователя, цитируемость, количество студентов, успешно завершивших докторские программы, патентная активность, объем финансовых потоков, поступающих от «третьей стороны» (то есть исследовательские гранты, финансирование со стороны представителей индустрии и пр.). Указанные данные ежегодно суммируются в отчете Центра развития высшего образования, и служат индикаторами экономической

---

<sup>99</sup> Czarnitzki, D. Grimpe, C. Pellens, M. Access to Research Inputs: Open Science Versus the Entrepreneurial University [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2015. № 40. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9392-0> (дата обращения: 13.01.2017)

<sup>100</sup> Achtenhagen, L. zu Knyphausen-Aufsess, D. Fostering Doctoral Entrepreneurship Education in Germany [Electronic resource]// Journal of Small Business and Enterprise Development. 2008. № 15. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000810871754> (дата обращения: 16.10.2016)

эффективности университетов. На основании описанных показателей составляется рейтинг высших учебных заведений Германии. Высокое место в рейтинге увеличивает приток студентов и повышает шансы на расширение источников финансирования<sup>101</sup>.

В соответствии с требованиями, предъявляемыми к университетам в современной Германии, высшие учебные заведения выстраивают концепции своего развития таким образом, чтобы обеспечить максимальный уровень интеграции университета в местную экономическую «экосистему». Общие задачи развития, равно как и способы и сроки их достижения, определяют университетские советы, наделенные широкими административными полномочиями<sup>102</sup>.

Практическую реализацию функций предпринимательского университета осуществляют отделы трансфера технологий – специальные организационные единицы в рамках университетов, отвечающие за проекты по развитию предпринимательской культуры среди студентов и осуществляющие документальное сопровождение партнерских отношений университетов и местной индустрии<sup>103</sup>. Кроме того, задачей отделов трансфера технологий является преодоление барьеров, возникающих в процессе передачи знания в область коммерческого применения<sup>104</sup>.

В деятельности отдела трансфера технологий выделяются следующие компоненты:

- 1) реализация научных открытий в индустрии и сфере услуг;

---

<sup>101</sup> Hornbostel, S. Third Party Funding of German Universities. An Indicator of Research Activity? [Electronic resource]// Scientometrics. 2001. № 50. URL: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1010566916697> (дата обращения: 25.02.2017)

<sup>102</sup> Davey, T. Rossano, S. van der Sijde, P. Does Context Matter in Academic Entrepreneurship? The Role of Barriers and Drivers in the Regional and National Context [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2016. № 41. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9450-7> (дата обращения: 16.02.2017)

<sup>103</sup> Czarnitzki, D. Grimpe, C. Pellens, M. Access to Research Inputs: Open Science Versus the Entrepreneurial University [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2015. № 40. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9392-0> (дата обращения: 13.01.2017)

<sup>104</sup> Huelsbeck, M. Lehmann, E.E. Starnecker, A. Performance of Technology Transfer Offices in Germany [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2013. № 38. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-011-9243-6> (дата обращения: 23.09.2016)

- 2) увеличение динамики регионального экономического роста, улучшение ситуации на рынке труда;
- 3) мотивация исследователей к предпринимательской деятельности, помощь в организации стартапов;
- 4) создание, поддержание и развитие устойчивых связей с местной индустрией;
- 5) изыскание новых источников финансирования деятельности университета;
- 6) обеспечение прав интеллектуальной собственности университета<sup>105</sup>.

Таким образом, университет должен одновременно действовать в связи с потребностями крупнейших игроков на локальном рынке, осуществлять задачи обучения и распространения предпринимательской культуры, проводить обширную исследовательскую деятельность<sup>106</sup>. Эволюция высших учебных заведений и региональной экономической «экосистемы» должна осуществляться в тесном взаимодействии<sup>107</sup>. Результатом коммерциализации интеллектуальной собственности университета, как центрального звена в национальной системе инноваций Германии, должны стать устойчивые каналы трансфера знания и технологий в промышленность, что будет способствовать ускорению процесса диффузии инноваций<sup>108</sup>.

---

<sup>105</sup> Fitzgerald, C. Cunningham, J.A. Inside the University Technology Transfer Office: Mission Statement Analysis [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2016 № 41. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9419-6> (дата обращения: 14.02.2017)

<sup>106</sup> Galan-Muros, V. van der Sijde, P. Groenewegen, P. Baaken, T. Nurture over Nature: How do European Universities Support Their Collaboration With Business? [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2017. № 42. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9451-6> (дата обращения: 25.02.2017)

<sup>107</sup> Lehmann, E.E. Menter, M. University-Industry Collaboration and Regional Wealth [Electronic resource]// The Journal of Technology Transfer. 2016. № 41. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9445-4> (дата обращения: 28.10.2016)

<sup>108</sup> Glauber, J. Wollersheim, J. Sandner, P. Welp, I.M. The Patenting Activity of German Universities [Electronic resource]// Journal of Business Economics. 2015. № 85. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11573-014-0748-y> (дата обращения: 17.01.2017)

#### **Глава 4. Университет Билефельда как предпринимательский университет (кейс)**

Университет Билефельда, основанный в 1969 году как исследовательский университет, расположен в земле Северный Рейн-Вестфалия. На данный момент, университет состоит из 13 факультетов. Преподавательский состав включает 2750 работников, в том числе 269 ученых, имеющих докторские степени. Число студентов составляет 24 000 человек<sup>109</sup>.

В контексте тренда инкорпорации инновации как неотъемлемой части социально ориентированной рыночной экономики Германии посредством формирования предпринимательской культуры, Университет Билефельда должен исполнять функции предпринимательского университета, то есть иметь в своем составе административный и координирующий орган, задающий вектор развития университета; содержать отдел, контролирующий функции трансфера знания и технологий на рынок; получать финансирование из различных источников; принять, адаптировать и распространять предпринимательскую этику.

---

<sup>109</sup> Profil [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/profil/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/profil/) (дата обращения: 17.05.2016)

Для того, чтобы сделать вывод о том, является ли Университет Билефельда предпринимательским университетом, необходимо проанализировать информацию о его деятельности, размещенную в официальном источнике (сайт университета). Ввиду того, что официальная информация зачастую может отличаться от реального положения вещей, для изучения Университета Билефельда, как предпринимательского университета, необходимо опросить преподавателей, студентов, а также сотрудников администрации университета, вовлеченных в инновационную деятельность учебного заведения.

Таким образом, анализ деятельности Университета Билефельда, как предпринимательского университета, будет осуществляться на основе:

- анализа содержания официального сайта университета;
- материалов неформализованных экспертных интервью, в которых респондентами выступили сотрудники отдела администрирования исследований и трансфера технологий, профессора, вовлеченные в научно-исследовательскую деятельность, а также студенты-основатели стартапа (в общей сложности, 10 интервью).

Рабочая гипотеза данного аналитического исследования может быть сформулирована следующим образом: «Университет Билефельда является предпринимательским университетом».

В контексте образовательной реформы 2000-х гг. в системе организации Университета Билефельда появились серьезные нововведения. Так, согласно закону «Об академической свободе институтов высшего образования земли Северный Рейн-Вестфалия» 2007 года, в организационную структуру учреждения был введен университетский совет, состав и полномочия которого регулируются конституцией университета. Согласно данному документу, вступившему в силу 1 декабря 2008 года, университетский совет собирается, как минимум, четыре раза в год, и состоит из десяти членов (половина которых – сотрудники университета, тогда как остальные –

представители внеуниверситетской среды)<sup>110</sup>. Университетский совет выступает, как центральный планирующий и координационный орган внутри университета, который также надзирает за деятельностью ректората. Полномочия университетского совета достаточно обширны. Они включают:

- назначение состава ректората;
- формулировку основных целей в развитии университета;
- утверждение плана развития университета;
- утверждение университетского бюджета;
- координирующие функции по отношению к университету, в целом, и к отдельным его структурным элементам, в частности;
- формальное подтверждение деятельности ректората;
- право проведения инспекций и аудиторских проверок документов.

В данный момент, в парламенте земли Северный Рейн-Вестфалия разрабатывается новый закон «О высшем образовании», после которого функции университетских советов будут расширены<sup>111</sup>.

Помимо университетского совета, в структуре организации Университета Билефельда также появился отдел администрирования исследований и трансфера технологий. В компетенции данного отдела находится широкий спектр задач по обеспечению переноса инновационных идей в сферу практического применения. В качестве основных, могут быть названы следующие задачи:

- предоставление информации и проведение консультаций по поводу специфики оформления заявок на финансирование и возможностей финансирования;
- предоставление доступа к данным брокерской системы «ELFI» (англ. «Electronic Research Funding Information System»), которая содержит

---

<sup>110</sup> Grundordnung der Universität Bielefeld. [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: <http://www.uni-bielefeld.de/Universitaet/Serviceangebot/Dokumente/Grundordnung.pdf> (дата обращения: 22.10.2016)

<sup>111</sup> University Council. [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/Universitaet/Ueberblick/Organisation/Hochschulrat/hochschulrat.html](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/Universitaet/Ueberblick/Organisation/Hochschulrat/hochschulrat.html) (дата обращения: 25.09.2016)

описание 11000 программ финансирования исследовательской деятельности<sup>112</sup>;

- оказание юридической поддержки в реализации проектной деятельности;
- поощрение исследовательской деятельности молодых ученых;
- консультирование по вопросам реализации трансфера технологий;
- оформление заявок на патенты;
- осуществление деятельности по защите интеллектуальной собственности университета;
- предоставление информационной поддержки по вопросам открытия стартапов, помощь в составлении бизнес-плана<sup>113</sup>;

В состав отдела администрирования исследований и трансфера технологий входит Центр создания бизнеса. Задачей данного структурного подразделения является всемерная поддержка предпринимательских инициатив среди сотрудников университета, студентов и выпускников, а также распространение предпринимательского знания и внедрение предпринимательской культуры. В стремлении максимизировать рыночную ценность результатов научного исследования, Центр создания бизнеса оказывает юридическую и информационную помощь в создании университетских стартапов. Следует отметить, что Центр работает в тесном взаимодействии с кафедрой инноваций и менеджмента технологий факультета бизнес-администрирования и экономики<sup>114</sup>.

При поддержке отдела администрирования исследований и трансфера технологий в рамках Университета Билефельда осуществляется большое количество инновационных проектов. На базе университета успешно

---

<sup>112</sup> ELFI. [Electronic Resource]// Electronic Research Funding Information System: [сайт]. URL: [http://www.elfi.info/e\\_index.php](http://www.elfi.info/e_index.php) (дата обращения: 14.11.2016)

<sup>113</sup> Department for Research Administration and Technology Transfer [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: <http://www.uni-bielefeld.de/%28en%29/Universitaet/Ueberblick/Organisation/Verwaltung/FFT/index.html> (дата обращения: 05.05.2016)

<sup>114</sup> Centre for Business Creation [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: <http://www.uni-bielefeld.de/Universitaet/Forschung/Transfer/Existenzgruendung/> (дата обращения: 05.05.2016)

функционирует Кластер когнитивных интерактивных технологий, задачей которого является разработка технических систем, которые смогут подстраиваться к потребностям людей. С 2007 года ученые работают над проектами по созданию машин с когнитивными возможностями. В рамках Кластера проводятся междисциплинарные исследования моторики, систем распознавания, ситуативной коммуникации, обучаемости машин. Данные исследования объединяют пять факультетов (биологии, лингвистики и литературных исследований, математики, психологии и спорта, технологий), 28 исследовательских групп, которые пользуются услугами иностранных экспертов и получают финансирование из государственных и частных источников<sup>115</sup>.

Особое место в Кластере когнитивных интерактивных технологий занимает Научно-исследовательский институт когнитивных процессов и робототехники. Исследователи, занятые в деятельности данного института, стремятся проникнуть в основу процессов познания, для того, чтобы придать машинам когнитивные функции такого уровня, чтобы сделать их социально компетентными. Финансовая поддержка деятельности института осуществляется как Министерством инноваций, науки, исследований и технологий земли Северный Рейн-Вестфалия, так и компанией «Honda» и другими частными инвесторами<sup>116</sup>.

Важную роль в деятельности Кластера когнитивных интерактивных технологий также играет Институт технологических инноваций, рыночного развития и предпринимательства, основным направлением в развитии которого является изучение экономических последствий использования интеллектуальных продуктов и интеллектуальных систем<sup>117</sup>. В настоящее время, данный институт, при поддержке Федерального министерства

---

<sup>115</sup> CiTeC [Electronic resource]// Cluster of Excellence Cognitive Interaction Technology : [сайт]. URL: <https://www.cit-ec.de/en> (дата обращения: 14.11.2016)

<sup>116</sup> CoR-Lab [Electronic resource]//Research Institute for Cognition and Robotics: [сайт]. URL: <https://www.cor-lab.de/> (дата обращения: 30.10.2016)

<sup>117</sup> iTIME [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/wiwi/itime/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/wiwi/itime/) (дата обращения: 16.12.2016)



образования и инноваций и таких компаний, как «Bethék», «Hettich», «SMI», осуществляет два крупных проекта: первый из них – «itsowl-VorZug» - заключается в создании моделей рынков и симулировании экономических процессов в данных моделях, с целью осуществления экономического прогнозирования высокой точности<sup>118</sup>; второй проект – «ADAMAAS» - представляет собой разработку «интеллектуальных очков» на основе анализа механизмов памяти, траектории зрения, жизненных показателей, принципов компьютерного зрения и расширенной реальности; такие очки смогут предлагать варианты решения проблемной ситуации, что будет особенно полезно для людей с психическими и физическими особенностями<sup>119</sup>.

Таким образом, все ключевые инновационные исследовательские проекты, осуществляемые Университетом Билефельда, финансируются не только из региональных и федеральных бюджетных средств, но и с привлечением частных компаний и производственных объединений. Столь тесная связь университета с акторами бизнес-среды не случайна.

«Больше инноваций. Больше показателей роста. Больше рабочих мест,» - под таким девизом существует локальная «экосистема» инноваций Западной Вестфалии и Липпе, территориального подразделения земли Северный Рейн-Вестфалия. Данная система в форме высокотехнологичного кластера «Интеллектуальные технологические системы Западной Вестфалии и Липпе» («It's OWL»), в числе других 15 кластеров подобного рода, служит задаче реализации федеральной «Программы развития высоких технологий 2020»<sup>120</sup>.

«It's OWL» объединяет 24 компании на правах основных партнеров, 78 компаний на правах ассоциативных партнеров, 24 инженерных и консалтинговых агентства, 30 экономических организаций, 10

---

<sup>118</sup> itsowl-VorZug [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/wiwi/itime/projekte/its-owl/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/wiwi/itime/projekte/its-owl/) (дата обращения: 05.11.2016)

<sup>119</sup> ADAMAAS [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/wiwi/itime/projekte/adamaas/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/wiwi/itime/projekte/adamaas/) (дата обращения: 28.10.2016)

<sup>120</sup> «It's OWL» [Electronic resource]// Intelligent Technical Systems OstWestfalenLippe. Germany: [сайт]. URL: <http://www.its-owl.com/home/> (дата обращения: 15.09.2016)

исследовательских центров и 6 университетов, в число которых входит Университет Билефельда.

Совокупными усилиями участников кластера Западная Вестфалия и Липпе превращается в центр развития передовых технологий в сферах машиностроения, электротехники, автоматизации, компьютерных технологий, производства деталей для механизмов.

В рамках «It's OWL» Университет Билефельда, наряду с другими учебными заведениями, становится центром распространения инноваций, создает устойчивые каналы трансфера знания и технологий, и, в широком смысле, поддерживает начала свободной конкуренции, как основы социальной рыночной экономики Федеративной Республики Германия.

Подавляющее большинство предприятий-партнеров университета входит в состав кластера «Интеллектуальные технологические системы Западной Вестфалии и Липпе»<sup>121</sup>.

Таким образом, анализ официальных источников информации о деятельности Университета Билефельда показывает, что данное учебное заведение обладает всеми признаками предпринимательского университета:

- университетский совет исполняет функции координации и администрирования учебных, исследовательских и инновационных процессов;
- отдел администрирования исследований и трансфера технологий осуществляет функции передачи университетского знания в рыночную среду;
- Центр создания бизнеса способствует распространению предпринимательской этики и созданию университетских стартапов;
- как часть кластера «It's OWL» университет получает доступ к разнообразным источникам финансирования и становится центром распространения предпринимательской культуры.

---

<sup>121</sup> European Leading-Edge Technology in OstWestfalenLippe [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. URL: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/spitzencluster/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/spitzencluster/) (дата обращения: 12.09.2016)

Результаты экспертных опросов дополняют данную картину, показывая деятельность Университета Билефельда через призму взглядов отдельной личности, участника инновационных процессов, и дополняя информацию, представленную в официальных источниках.

Так, например, из слов одного из респондентов более полной становится картина патентной деятельности университета. *«Основной спектр моих задач связан с патентами. Я работаю с заявками, проверяю их и отправляю в патентное агентство «PROvendis». Данное агентство было создано университетами земли Северный Рейн-Вестфалия, для того, чтобы проверять аутентичность открытий, их оригинальность и соответствие определенным техническим требованиям... Университет Билефельда – это один из спонсоров «PROvendis»... Любое открытие должно быть актуальным. Это должно быть что-то, что можно продать, имеющее рыночный потенциал. Обязательно должен быть рынок для этого изобретения... Если изобретение неактуально, то заявка возвращается, и мы возвращаем все права изобретателю. Он может оформить патент самостоятельно, но все издержки тоже будет нести самостоятельно. Если же рынок есть, рыночный потенциал открытия присутствует, то агентство выдает патент. В среднем, в год бывает 10 – 20 открытий, но не все из них принимаются патентным бюро. Так, например, за 2016 год было только три патента.*

*Также патент часто заключается с партнером из индустрии. Тогда открытие становится «секретом производства», и информация о нем носит закрытый характер. Это продолжается, как минимум, 18 месяцев, но может быть и дольше, так как все зависит от конкретной договоренности. Например, компания «Miele» устанавливает более долгий срок.*

*Ближайшая доступная информация по совместным патентам идет за 2014 год. Вообще, суммарно, согласно информации, которая есть в открытом доступе (база «DPMA», «Deutsche Patent und Marken Amt»), с 2007 по 2014 гг. Университет Билефельда и «Miele» оформили 16*

*совместных патентов. Специфика патентов – это функционирование самоходных роботов, способы навигации самоходных технических устройств в пространстве. Кроме того, присутствуют и более конкретные и простые проекты, например, патентуются технологии по сборке и очистке посудомоечных машин, двигательных механизмом робота-пылесоса».*

*Другой респондент описывает детали сотрудничества Университета Билефельда и компании «Miele», которые невозможно найти в других источниках. «Начало сотрудничества было инициировано представителями «Miele» после ознакомительного тура по лабораториям нашего факультета. В ходе тура выяснилось, что наш факультет обладает ноухау, которые они хотели бы применить на производстве. Сотрудничество началось на базе одного дипломного проекта. Результаты оказались многообещающими. С тех пор, «Miele» оказывает финансовую поддержку моим студентам, обучающимся на программах докторантуры. За время нашего сотрудничества компания и Университет Билефельда несколько раз подавали на оформление патентных прав на изобретения.*

*Исследовательские проекты осуществляются группой молодых исследователей под моим руководством. Мы используем собственное программное обеспечение. Аппаратура тоже сконструирована нами.*

*Результаты исследования мы предоставляем «Miele» в форме регулярных отчетов. Во многом компания определяет вектор исследования, так как во время встреч представители «Miele» всегда уточняют специфические темы для следующей фазы исследования.*

*На данный момент, уже пройдено несколько фаз, каждая из которых оформлялась в отдельном контракте. Также существует базовый договор, в котором определены общие условия сотрудничества, обязательства сторон (в особенности, вопросы конфиденциальности патентов)».*

*Мнения респондентов относительно условий, на которых осуществляется сотрудничество индивидуальных исследователей или*

исследовательских групп и предприятий индустрии рознятся. Можно выделить две полярных точки зрения.

*- «С моей точки зрения, такая форма сотрудничества имеет несколько позитивных аспектов: она служит «кристаллизатором» деятельности в моей группе, и позволяет достичь определенного фокуса в исследованиях. Теперь мы не просто ищем принципиальное подтверждение наших гипотез, но концентрируемся на реальных возможностях применения нашей идеи. Кроме того, мы открыли новую область исследования, в которой продолжим работать, когда контракт с компанией завершится. Более того, такая форма сотрудничества позволила нам заниматься непосредственно исследовательским процессом, вместо того, чтобы тратить время на подачу заявки на финансирование (на мой взгляд, это должно быть обязательным условием любой партнерской договоренности между индустриальным предприятием и университетом)».*

*- «Мне не нравится, что мы вынуждены продавать свои идеи. В моей голове рыночные отношения и университет – это несопоставимые понятия. Получается, что я должен выстраивать свою научную деятельность в соответствии с чужими потребностями, потому что, в противном случае, не получу финансирование. Более того, я должен конкурировать со своими коллегами за гранты. В данном, случае, соревновательность никому не идет на пользу, потому что может победить не лучшая идея, а наиболее удобная. Все это как-то конъюнктурно... и нарушает принцип академической свободы».*

Также любопытна реакция одного из респондентов на исследовательский интерес к отделу администрирования исследований и трансфера технологий. *«Наш отдел совсем небольшой, всего 20 человек. Большая часть работает на полставки, совмещает со второй работой или преподаванием. Вы же понимаете, что Университет Билефельда известен, благодаря социологии. Это классический исследовательский университет. В*

*техническом или прикладном университете трансфер технологий осуществляется гораздо масштабнее».*

Примечательно, что история возникновения отдела администрирования исследований и трансфера технологий, не представлена в официальных источниках. Все респонденты затруднились ответить, когда именно появился данный отдел. Для того, чтобы получить информацию по данному вопросу им пришлось связываться с более старшими коллегами. В конечном итоге, был получен ответ, что *«отдел существует около 10 лет».*

Также из официальных источников крайне проблематично получить информацию о внутреннем устройстве отдела. Слова одного их респондентов проливают свет на данный вопрос. *«Насколько мне известно, раньше был другой принцип организации. Функционально отдел делился на два подотдела – административный и стимулирования. Получается, что сопровождение проектов и информационно-просветительская деятельность осуществлялись отдельно. С ноября 2015 года мы работаем по-новому. На каждом факультете есть свой представитель отдела, который объединяет администрирование и стимулирование».*

Один из экспертов так описывает деятельность Центра создания бизнеса – подразделения отдела администрирования исследований и трансфера технологий:

*- «Мы всегда планируем свою деятельность на 1 семестр вперед. Составляем план мероприятий, вывешиваем расписание на сайте. Самое интенсивное время – это ноябрь, потому что именно в ноябре проводится неделя стартапов. К этому событию всегда приурочено какое-то мероприятие... Обычная практика включает в себя лекции, тьюториалы, тренинги, воркшопы, информационные занятия. Задача всех этих мероприятий – помочь студентам усвоить предпринимательский образ мысли. Все это, как правило, проводится в групповой форме, потому что так участники получают не только информацию, но и психологическую поддержку. Очень важно сформировать в человеке уверенность в том, что*

*его бизнес-идея имеет право на существование. В этом смысле, полезны уже традиционные мероприятия из серии «Встреча с предпринимателем». Мы приглашаем кого-то из бизнеса, и этот человек рассказывает про свою карьеру. Также большой популярностью пользуются информационные занятия, посвященные системе налогообложения. Еще бывает полезно проиграть некоторые ситуации, например, представить себя предпринимателем, который хочет получить финансирование своего проекта».*

Другой эксперт объясняет процесс сопровождения бизнес-идеи. *«Изначально человек записывается на консультацию, на которой мы, в общих чертах, обговариваем его идею. Затем мы подбираем подходящую форму для реализации этой идеи, помогаем составить бизнес-план, подать заявку на получение стипендии «EXIST» или «EFRE».*

Однако, позднее тот же респондент, на вопрос об общих статистических данных по получению финансирования для стартапов, отвечает следующим образом:

*- «Стипендию получают единицы. Это случается очень редко. У нас же маленький отдел, всего два человека, раньше всем этим в одиночку занималась моя коллега. Ведь штат формируется под запрос. На сегодняшний день, запрос такой».*

В данной связи, примечательна информация, полученная от эксперта, который является студентом Университета Билефельда и сооснователем действующего стартапа. На вопрос о том, использует ли он ресурсы университета, респондент ответил:

*- «Абсолютно нет. Я знаю всех людей из «FFT», но мы, если можно сказать, друг другу не подходим. У них нет того оборудования, которое нужно нам, а наш продукт не интересен им».*

Однако данный проект заинтересовал другое учебное заведение. *«...мы сотрудничаем с Колледжем Лемго. Мы арендуем у них оборудование. Для них это выгодно, потому что контракт с нами – это, можно сказать, прямая*

*связь с рынком. Нас часто приглашают в колледж для выступлений. Мы рассказываем о своем стартапе.*

*Еще они помогают нам с точки зрения химии, потому что нужно увеличить срок годности лимонада. Сейчас они разрабатывают для нас новый вкус. Мы поставили себе цель расширить ассортимент и превратить бизнес в свое основное занятие».*

На вопрос о том, почему идея, лежащая в основе стартапа, не заинтересовала университет, респондент отметил:

*- «Дело в том, что у них совершенно другая специфика исследований. У них просто нет подходящей инфраструктуры. С другой стороны, наш лимонад очень простой по составу. Повторить его может любой человек в домашних условиях. Просто нам удалось оформить права собственности на идею, пока этого никто не сделал. Я считаю, что наш проект даже больше маркетинговый, чем, по-настоящему, инновационный».*

При этом, рынок для продукта, лежащего в основе стартапа, существует, так как *«уже сейчас... продукт продается в «EDEKA» и «RV» в пределах Западной Вестфалии и Липпе».*

Характеризуя степень влияния университета на выбор экспертом предпринимательской карьеры, последний отмечает, что *«всегда хотел работать на себя».* Таким образом, респондент не прослеживает зависимости между деятельностью университета и собственным профессиональным выбором.

Материалы экспертных интервью являются важным дополнением к официальным данным о деятельности университета. Зачастую из личной беседы можно подчерпнуть данные, которых нет в открытом доступе (в данном случае, это информация об особенностях патентной деятельности и статистике патентов, о механизме практического взаимодействия исследовательской группы и промышленного предприятия, а также о структурной реформе отдела администрирования исследований и трансфера технологий).



Кроме того, примечательно, что экспертные мнения по поводу условий сотрудничества университета и предприятий индустрии резко разделились. Если в первом случае, эксперт выделяет только положительные стороны, такие как освобождение от энергозатратных процедур оформления заявки на финансирование, возможность заниматься непосредственно исследованием и перейти из области теоретических изысканий в сферу практического применения идей; то во втором случае, респондент настроен резко негативно и видит в такой форме организации партнерских отношений посягательство на академическую свободу.

Также, интересно, что ряд экспертов относится к деятельности отдела администрирования исследований и трансфера технологий с достаточной степенью критичности, подчеркивая, что масштабы инновационной деятельности не слишком велики. В то время как механизмы трансфера научного знания в индустрию в форме совместных патентов работают достаточно эффективно, деятельность по созданию университетских стартапов не столь результативна. Показателен факт, что студенты Университета Билефельда организовали свой бизнес не на базе собственного учебного заведения, но на базе Колледжа Лемго. Не смотря на то, что для открытия, лежавшего в основе стартапа, определенно, был рынок, университет не смог вписать его в концепцию своего развития. Следовательно, университетский совет задает такой вектор развития, который вынуждает Университет Билефельда игнорировать некоторые перспективные идеи.

Таким образом, гипотеза, в целом, подтверждается. Университет Билефельда обладает всеми характеристиками предпринимательского университета, хотя и не все его структурные подразделения функционируют с достаточной степенью эффективности.

В целом, рассмотренный пример может служить практической иллюстрацией масштабных процессов изменения социально

ориентированной рыночной экономической системы Германии, ключевым фактором развития которой становится инновация.

### **Заключение**

В рамках данной работы было проведено исследование инновации как фактора развития социально ориентированной рыночной экономики.

Результатами данного исследования могут служить следующие теоретические и практические выводы.

1. Эффективно функционирующая национальная система инноваций, как объединение разнородных элементов, взаимодействующих в процессе создания, использования и диффузии нового экономически полезного знания, становится приоритетной задачей социального, экономического и политического развития.

2. Центральным элементом динамичных национальных систем инноваций становится образовательная деятельность исследовательских центров и высших учебных заведений.

3. В зависимости от особенностей общественного, экономического и политического развития, национальные системы инноваций приобретают определенную специфику.

4. Так, основополагающими характеристиками социально ориентированной рыночной экономической системы становятся:

- рыночная экономика;
- свободное ценообразование;
- свободная конкуренция;
- регулятивная функция государства;
- государственное невмешательство в содержание экономического процесса;
- государственная функция «социального примирения» посредством проведения социальной политики.

5. В условиях информационного общества главным способом стимулировать соревновательные экономические отношения становится инкорпорация инновации в качестве неотъемлемой части системы социально ориентированной рыночной экономики.

6. Национальная система инноваций в социально ориентированной рыночной экономике Германии создается посредством внедрения предпринимательской культуры.

6. Концепция предпринимательской культуры находит практическую реализацию в ФРГ в следующем виде: центром генерации нового знания, создания каналов его передачи и ускорения его диффузии в социальной системе, становится предпринимательский университет.

7. Последний в рамках своей деятельности осуществляет задачи обучения, распространения предпринимательской культуры, проведения исследовательской деятельности и, одновременно, действует с учетом потребностей крупных игроков на локальном рынке.

8. Таким образом, происходит коммерциализация деятельности университета как центрального звена в национальной системе инноваций. Результатом данного явления становится формирование устойчивых каналов трансфера знания и технологий в промышленность, что, в целом, ускоряет процесс диффузии инноваций.

8. Университет Билефельда обладает всеми формальными признаками предпринимательского университета, так как вектор его развития определяется университетским советом, наделенным административными и координирующими полномочиями; отдел администрирования исследований и трансфера технологий осуществляет функции передачи университетского знания непосредственно в рыночную среду; Центр создания бизнеса способствует распространению предпринимательской этики и созданию университетских стартапов; в качестве участника кластера университет получает доступ к разнообразным источникам финансирования.

9. Вместе с тем, не все структурные подразделения университета задействованы на полную мощность. Так, например, Центр создания бизнеса, оказывая всестороннюю информационную поддержку потенциальным стартаперам, малоэффективен в вопросах реального сопровождения университетского бизнеса.

10. Кроме того, система организации партнерских отношений между университетскими исследователями и предприятиями индустрии, получает противоречивые отклики. Одни рассматривают ее как способ избавиться от изматывающих бюрократических процедур и приступить к реальному исследованию, тогда как другие видят в ней наступление на академическую свободу.

11. В целом, предпринимательская деятельность Университета Билефельда в рамках кластера «It's OWL» иллюстрирует процесс постепенного внедрения «процесс-инновации» в структуру социально ориентированной рыночной экономики Германии.

## **Список литературы**

### **Книги**

1. Burton-Jones, A. Knowledge Capitalism – Business, Work, and Learning in the New Economy / A. Burton-Jones – Oxford: Oxford University Press, 1999 – 248 p.
2. Chesbrough H.W. Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology/ H.W. Chesbrough – Boston: Harvard Business School Press, 2003 – 227 p.
3. Clark, B.R. Creating Entrepreneurial Universities. Organizational Pathways of Transformation/ B.R. Clark - Oxford: Pergamon and Elsevier Science: 1998. – 163 p.
4. Corsi, C. Science and Innovation as Strategic Tools for Industrial and Economic Growth/ C. Corsi - Dordrecht, Boston, London: Kluwer Academic Publishers, 1994 - 169 p.
5. De, D.A. Entrepreneurship Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen/ D.A. De – München: Pearson Studium, 2005 – 320 s.

6. Edquist, C. Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations/ C. Edquist - London: Pinter Publishers/Cassell Academic, 1997 - 432 p.
7. Eucken, W. This Unsuccessful Age, or, the Pains of Economic Progress – Oxford: Oxford University Press, 1952 – 96 p.
8. Freeman C., Soete L. The Economics of Industrial Innovation/ C. Freeman, L. Soete – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2000 – 470 p.
9. Freeman, C. Technology, Place and Economic Performance: Lessons from Japan/ C. Freeman - London, New York: Frances Printer Publishers, 1987 – 155 p.
10. Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution/ Peacock A. [et al.] – Palgrave: Macmillan, 1989 – 291 p.
11. Huo, J. How Nations Innovate. The Political Economy of Technological Innovation in Affluent Capitalist Economies/ J. Huo - Oxford: Oxford University Press, 2015 – 262 p.
12. Innovation and the Evolution of Industries. History-Friendly Models/ F. Malerba [et al.] – Cambridge: Cambridge University Press, 2016. – 274 p.
13. Koslowski, P. The Social Market Economy and the Varieties of Capitalism/ P. Koslowski //The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order/ ed.: P. Koslowski. – Heidelberg: Springer, 1998. – P. 1 - 12
14. Koslowski, P. The Social Market Economy: Social Equilibration of Capitalism and Consideration of the Totality of the Economic Order. Notes on Alfred Mueller-Armack/ P. Koslowski //The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order/ ed.: P. Koslowski. – Heidelberg: Springer, 1998. – P. 73 – 96
15. Lundvall, B-A. National Systems of Innovation. Towards a theory of Innovation and Interactive Learning/ B.-A. Lundvall – London, New York: Pinter, 1995 – 342 p.

16. Marinova, D. Phillimore, J. Models of Innovation/ D. Marinova, J. Phillimore// The International Handbook on Innovation/ ed.: L.V. Shavinina. – Oxford: Elsevier, 2005. – P. 44 – 54
17. Mueller-Armack, A. The Principles of the Social Market Economy/ A. Mueller-Armack// The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order/ ed.: P. Koslowski. – Heidelberg: Springer, 1998. – P. 256 - 274
18. Noerr, K.W. A Symbiosis with Reserve: Social Market Economy and Legal Order in Germany/ K. W. Noerr//The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order/ ed.: P. Koslowski. – Heidelberg: Springer, 1998. – P. 220 - 248
19. Rogers, E.M. Diffusion of Innovations/ E.M. Rogers – New York: The Free Press, 1995 – 453 p.
20. Schlecht, O. The Ethical Content of the Social Market Economy/ O. Schlect// The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order/ ed.: P. Koslowski. – Heidelberg: Springer, 1998. – P. 275 - 291
21. Schmookler, J. Invention and Economic Growth/ J. Schmookler – Harvard: Harvard University Press, 2013 – 348 p.
22. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development: an Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle/ J.A. Schumpeter – Cambridge: Harvard Economic Studies, 1934 – 255 p.
23. Schumpeter, J.A. Capitalism, Socialism and Democracy/ J.A. Schumpeter - London: George Allen and Unwin, 1976 – 464 p.
24. Spicka, M. E. Selling the Economic Miracle. Economic Reconstruction and Politics in West Germany 1949 – 1957/ M.E. Spicka – New York; Oxford: Berghahn Books, 2007. – 288 p.
25. The Innovation Journey/ A. van de Ven [et al.] - New York: Oxford University Press, 1999 – 422 p.

26. van Hook, J.C. Rebuilding Germany. The Creation of the Social Market Economy, 1945 – 1957/ J.C. van Hook – Cambridge: Cambridge University Press, 2007 – 312 p.
27. Volkmann, C.K. Tokarski, K.O. Entrepreneurship. Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen/ C.K. Volkmann, K.O. Tokarski – Stuttgart: Lucius & Lucius, 2008 – 334 s.
28. von Hippel, E Democratizing Innovation/ E. von Hippel - Cambridge: MIT Press, 2005 – 204 p.
29. Watrin, C. The Social Market Economy: The Main Ideas and their Influence on Economic Policy/ C. Watrin //The Social Market Economy. Theory and Ethics of the Economic Order/ ed.: P. Koslowski. – Heidelberg: Springer, 1998. – P. 13 – 28

#### **Статьи**

30. Achtenhagen, L. zu Knyphausen-Aufsess, D. Fostering Doctoral Entrepreneurship Education in Germany [Electronic resource]/ L. Achtenhagen, D. zu Knyphausen-Aufsess// Journal of Small Business and Enterprise Development. - 2008. - № 15. – Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000810871754>
31. Bowyer, B.T. Vail, M.I. Economic Insecurity, the Social Market Economy, and Support for the German Left [Electronic resource]/ B.T. Bowyer, M.I. Vail// West European Politics. - 2011. - № 34. – Режим доступа: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01402382.2011.572387>
32. Carayannis, E. Grigoroudis, E. Linking Innovation, Productivity, and Competitiveness: Implications for Policy and Practice [Electronic resource]/ E. Carayannis, E. Grigoroudis// The Journal of Technology Transfer. - 2014. - № 39. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-012-9295-2>
33. Clark, B.R. Sustaining Change in Universities: Continuities in Case Studies and Concepts [Electronic resource]/ B.R. Clark// Tertiary Education and



- Management. - 2003. - № 9. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023538118918>
- 34.Cremersa, K. Gaessler, F. Harhoff, D. Helmers, C. Lefouili, Y. Invalid but Infringed? An Analysis of the Bifurcated Patent Litigation System [Electronic resource]/ K. Cremersa, F. Gaessler, D. Harhoff, C. Helmers, Y. Lefouili// Journal of Economic Behavior & Organization. - 2016. - № 131. – Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268116301640>
- 35.Czarnitzki, D. Grimpe, C. Pellens, M. Access to Research Inputs: Open Science Versus the Entrepreneurial University [Electronic resource]/ D. Czarnitzki, C. Grimpe, M. Pellens// The Journal of Technology Transfer. - 2015. - № 40. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9392-0>
- 36.Dahlin E.C. The Sociology of Innovation: Organizational, Environmental, and Relative Perspectives [Electronic resource]/ E.C. Dahlin// Sociology Compass. - 2014. - №.8 – Режим доступа: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/soc4.12177/abstract>
- 37.Davey, T. Rossano, S. van der Sijde, P. Does Context Matter in Academic Entrepreneurship? The Role of Barriers and Drivers in the Regional and National Context [Electronic resource]/ T. Davey, S. Rossano, P. van der Sijde// The Journal of Technology Transfer. - 2016. - № 41. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9450-7>
- 38.Deissinger, T. Hellwig, S. Apprenticeships in Germany: Modernizing the Dual System [Electronic resource]/ T. Deissinger, S. Hellwig// Education + Training. - 2005. - № 47. - Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00400910510601896>
- 39.Ebner, A. The Intellectual Foundations of the Social Market Economy. Theory, Policy, and Implications for European Integration [Electronic resource]/ A. Ebner// Journal of Economic Studies. - 2006. - № 33. – Режим

д о с т у п а : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/01443580610680464>

40. Einhäupl, K. The Future of German Science Funding [Electronic resource]/ K. Einhäupl// Science. - 2003. - № 302. – Режим доступа: <http://science.sciencemag.org/content/302/5648/1115>
41. Etzkowitz, H. Leydesdorff, L. The Dynamics of Innovation: From National Systems and ‘Mode 2’ to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations/ H. Etzkowitz, L. Leydesdorff// Research Policy. - 2000. - № 29. - P. 109 - 123.
42. Etzkowitz, H. Research Groups as ‘Quasi-firms’: The Invention of the Entrepreneurial University/ H. Etzkowitz// Research Policy. - 2003. - №. - 32. - P. 109 - 121.
43. Etzkowitz, H. The Evolution of the Entrepreneurial University/ H. Etzkowitz// International Journal of Technology and Globalisation. - 2004. - № 1. - P. 64-77.
44. Farmer, K. Germany’s Social Market Economy and the New Systems Competition [Electronic resource]/ K. Farmer// Journal of Markets and Morality. - 2004. - № 2. - Режим доступа: <http://www.marketsandmorality.com/index.php/mandm/article/view/286>
45. Fitzgerald, C. Cunningham, J.A. Inside the University Technology Transfer Office: Mission Statement Analysis [Electronic resource]/ C. Fitzgerald, J.A. Cunningham// The Journal of Technology Transfer. – 2016. - № 41. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9419-6>
46. Fuchs, K. Werner, A. Wallau, F. Entrepreneurship Education in Germany and Sweden: What Role Do Different School Systems Play? [Electronic resource]/ K. Fuchs, A. Werner, F. Wallau// Journal of Small Business and Enterprise Development. - 2008. - № 15. – Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000810871736>

47. Galan-Muros, V. van der Sijde, P. Groenewegen, P. Baaken, T. Nurture over Nature: How do European Universities Support Their Collaboration With Business? [Electronic resource]/ V. Galan-Muros, P. van der Sijde, P. Groenewegen, T. Baaken, T. // The Journal of Technology Transfer. - 2017. - № 42. - Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9451-6>
48. Galindo, M.-A. Mendez-Picazo, M.-T. Innovation, Entrepreneurship and Economic Growth [Electronic resource]/ M.-A. Galindo, M.-T. Mendez-Picazo// Journal of Management History. - 2013. - № 51. – Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00251741311309625?mobileUi=0>
49. Gjerding, A.N. Wilderom, C.P.M. Cameron, S.P.B. Taylor, A. Scheunert, K.-J. Twenty Practices of an Entrepreneurial University [Electronic resource]/ A.N. Gjerding, C.P.M. Wilderom, S.P.B. Cameron, A. Taylor, K.-J. Scheunert// Higher Education Management and Policy. - 2006. - № 19. – Режим доступа: [http://www.oecd-ilibrary.org/education/twenty-practices-of-an-entrepreneurial-university\\_hemp-v18-art19-en?crawler=true](http://www.oecd-ilibrary.org/education/twenty-practices-of-an-entrepreneurial-university_hemp-v18-art19-en?crawler=true)
50. Glauber, J. Wollersheim, J. Sandner, P. Welp, I.M. The Patenting Activity of German Universities/ J. Glauber, J. Wollersheim, P. Sandner, I.M. Welp// Journal of Business Economics. - 2015. № 85. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11573-014-0748-y>
51. Goebbels-Dreyling, B. University Financing Alternatives: The German Example [Electronic resource]/ B. Goebbels-Dreyling// Higher Education in Europe. - 2003. - № 28. – Режим доступа: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03797720304102>
52. Goldschmidt, N. Wohlgemuth, M. Social Market Economy: Origins, Meanings and Interpretations [Electronic resource]/ N. Goldschmidt, M. Wohlgemuth// Constitutional Political Economy. - 2008. - № 19. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10602-008-9047-3>

53. Guerzon, M. Aldridge, T.T. Desai, S. A New Industry Creation and Originality: Insight from the Funding Sources of University Patents [Electronic resource]/ M. Guerzon, T.T. Aldridge, S. Desai// Research Policy. - 2014. - № 43. – Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733314001309>
54. Hornbostel, S. Third Party Funding of German Universities. An Indicator of Research Activity? [Electronic resource]/ S. Hornbostel// Scientometrics. - 2001. - № 50. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1010566916697>
55. Huelsbeck, M. Lehmann, E.E. Starnecker, A. Performance of Technology Transfer Offices in Germany [Electronic resource]/ M. Huelsbeck, E.E. Lehmann, A. Starnecker// The Journal of Technology Transfer. - 2013. - № 38. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-011-9243-6>
56. Janeiro, P. Proença, I. da Conceição Gonçalves, V. Open Innovation: Factors Explaining Universities as Service Firm Innovation Sources [Electronic resource]/ P. Janeiro, I. Proença, V. da Conceição Gonçalves// Journal of Business Research. - 2013. - № 66. – Режим доступа: <https://ideas.repec.org/a/eee/jbrese/v66y2013i10p2017-2023.html>
57. Kilger, C. Bartenbach, K. New Rules for German Professors [Electronic resource]/ C. Kilger, K. Bartenbach// Science. - 2002. - № 298. – Режим доступа: <http://science.sciencemag.org/content/298/5596/1173>
58. Lehmann, E.E. Menter, M. University–Industry Collaboration and Regional Wealth/ E.E. Lehmann, M. Metner// The Journal of Technology Transfer. - 2016. - № 41. - Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-015-9445-4>
59. O'Reilly, C. A. Tushman, M.L. Ambidexterity as a Dynamic Capability: Resolving the Innovator's Dilemma/ C.A. O'Reilly, M.L. Tushman// Research in Organizational Behavior. - 2008. - № 28. - P.185 - 206.

60. Packham, G. Jones, P. Miller, C. Pickernell, D. Thomas, B. Attitudes Towards Entrepreneurship Education: a Comparative Analysis [Electronic resource]/ G. Packham, P. Jones, C. Miller, D. Pickernell, B. Thomas// Education + Training. - 2010. - № 52. – Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/00400911011088926>
61. Plewa, C. Korff, N. Johnson, C. Macpherson, G. Baaken, T. Rampersad, G.C. The Evolution of University–Industry linkages - A Framework [Electronic resource]/ C. Plewa, N. Korff, C. Johnson, G. Macpherson, T. Baaken, G.C. Rampersad// Journal of Engineering and Technology Management. - 2013. - № 30. – Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0923474812000483>
62. Sam, C. van der Sijde, P. Understanding the Concept of the Entrepreneurial University From the Perspective of Higher Education Models [Electronic resource]/ C. Sam, P. van der Sijde// Higher Education. - 2014. - № 68. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-014-9750-0>
63. Schoen, A. Heinrich, D. Buenstorf, G. Playing the ‘Name Game’ to Identify Academic Patents in Germany [Electronic resource]/ A. Schoen, D. Heinrich, G. Buenstorf// Scientometrics. - 2014. - № 101. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-014-1400-x>
64. Sellenthin M.O. Technology Transfer Offices and University Patenting in Sweden and Germany [Electronic resource]/ M.O. Sellenthin// The Journal of Technology Transfer. - 2009. - № 34. – Режим доступа: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-009-9108-4>
65. Shane, S. A. Cultural Influences on National Rates of Innovation/ S.A. Shane// Journal of Business Venturing. - 1993. - № 1. - P. 59 - 73.
66. Šmejkal V. Competition law and the social market economy goal of the EU [Electronic resource]/ V. Šmejkal// International Comparative Jurisprudence. - 2015. - № 1. – Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351667415000037>

67. Sorensen, J. B. Stuart T.E. Aging, Obsolescence, and Organizational Innovation/ J.B. Sorensen, T.E. Stuart// Administrative Science Quarterly. – 2000. №5 (1). – P. 81–112.
68. Sotirakou, T. Coping with Conflict within the Entrepreneurial University: Threat or Challenge for Heads of Departments in the UK Higher Education Context/ T. Sotirakou// International Review of Administrative Sciences. - 2004. - № 70. - P. 345 - 372.
69. Thompson J.L. A strategic perspective of entrepreneurship [Electronic resource]/ J.L. Thompson// International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. - 1999. - № 5. – Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/13552559910306105>
70. Ulvenblad, P. Berggren, E. Winborg, J. The Role of Entrepreneurship Education and Start-up Experience for Handling Communication and Liability of Newness [Electronic resource]/ P. Ulvenblad, E. Berggren, J. Winborg// International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. - 2013. - № 19. – Режим доступа: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/13552551311310374>
71. Winkel O. Higher Education Reform in Germany. How the Aims of the Bologna Process Can Be Simultaneously Supported and Missed [Electronic resource]/ O. Winkel// International Journal of Educational Management. - 2010. - № 24. – Режим доступа: [www.emeraldinsight.com/0951-354X.htm](http://www.emeraldinsight.com/0951-354X.htm)

### **Интернет-ресурсы**

72. «It's OWL» [Electronic resource]// Intelligent Technical Systems OstWestfalenLippe. Germany: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.its-owl.com/home/>
73. ADAMAAS [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/wiwi/itime/projekte/adamaas/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/wiwi/itime/projekte/adamaas/)

74. Centre for Business Creation [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.uni-bielefeld.de/Universitaet/Forschung/Transfer/Existenzgruendung/>
75. CiTeC [Electronic resource]// Cluster of Excellence Cognitive Interaction Technology: [сайт]. Режим доступа: <https://www.cit-ec.de/en>
76. CoR-Lab [Electronic resource]// Research Institute for Cognition and Robotics: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.cor-lab.de/>
77. Department for Research Administration and Technology Transfer [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. Режим доступа: <http://www.uni-bielefeld.de/%28en%29/Universitaet/Ueberblick/Organisation/Verwaltung/FFT/index.html>
78. ELFI. [Electronic Resource]// Electronic Research Funding Information System: [сайт]. Режим доступа: [http://www.elfi.info/e\\_index.php](http://www.elfi.info/e_index.php) (дата обращения: 14.11.2016)
79. European Leading-Edge Technology in OstWestfalenLippe [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/spitzencluster/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/spitzencluster/)
80. Grundordnung der Universität Bielefeld. [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: <http://www.uni-bielefeld.de/Universitaet/Serviceangebot/Dokumente/Grundordnung.pdf> (дата обращения: 22.10.2016)
81. iTIME [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/wiwi/itime/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/wiwi/itime/)
82. itsowl-VorZug [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/wiwi/itime/projekte/its-owl/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/wiwi/itime/projekte/its-owl/)
83. Profil [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт]. – Режим доступа: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/profil/](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/profil/) (дата обращения: 17.05.2016)

84. University Council. [Electronic resource]// Bielefeld University: [сайт].  
Режим доступа: [http://www.uni-bielefeld.de/\(en\)/Universitaet/Ueberblick/Organisation/Hochschulrat/hochschulrat.html](http://www.uni-bielefeld.de/(en)/Universitaet/Ueberblick/Organisation/Hochschulrat/hochschulrat.html)

### **Приложение. Транскрипт экспертного интервью**

*- Расскажите, пожалуйста, как возникла идея для Вашего стартапа.*

- Все началось примерно 3,5 года назад. Понимаете, в студенческой среде проходит очень много вечеринок, разных тусовок, и везде принято пить. Я имею в виду, алкоголь. Это своего рода норма. Янош – а это была изначально его идея – устал от всего этого, и решил придумать какую-то альтернативу. Изначально, конечно, это было просто хобби. Он стал экспериментировать с разными безалкогольными напитками. Ему ничего не нравилось, поэтому он их смешивал. Потом привлек к этому делу друзей, и они стали экспериментировать вместе. Достаточно быстро стало понятно, что



в основе должна быть яблочная газировка. В какой-то момент им повезло, они смешали яблоко и розу, и, наконец-то получили, что хотели.

*- Получается, что Вы не были частью стартапа с самого начала?*

- Нет, я присоединился чуть позже. Мы все познакомились через «ASTA». Это такая студенческая организация. Там была очень подходящая обстановка. Мы все время что-то обсуждали, кто чего хочет в жизни. Поддерживали друг друга. Ребята предложили мне присоединиться, и я согласился... Но тогда это все еще было несерьезно. Потом, шутки ради, мы выложили фотографии своего лимонада в твиттер. Неожиданно нашлись желающие купить лимонад. Как-то это все быстро приобрело размах. Про нас даже сняли сюжет для местного телевидения.

*- Скажите, пожалуйста, на каком этапе хобби переросло в основное занятие?*

- На самом деле, нас в компании всего четверо. Все мы – студенты. Конкретно я, конечно, студент только по названию. Я просто плачу семестровый взнос, чтобы числиться в университете. Мне важно сохранять статус студента, потому что это дает определенные льготы... Так... У нас в компании сейчас 50/50 – двое учатся и занимаются бизнесом в свободное время, двое – работают в компании полный день. Полтора года назад мы оформили лимонад как торговую марку и сделали все бумаги на компанию.

*- На Ваш взгляд, помогают ли Вам в предпринимательской деятельности знания, полученные в университете?*

- Честного говоря, совершенно не помогают. В университете моей основной специализацией была политология. Всему приходится учиться на практике.

*- Скажите, пожалуйста, используете ли Вы в своей предпринимательской деятельности ресурсы университета (например, оборудование), получаете ли финансовую поддержку?*

- Нет, абсолютно нет. Я знаю всех людей из «FFT», но мы, если можно сказать, друг другу не подходим. У них нет того оборудования, которое

нужно нам, а наш продукт не интересен им. Но мы сотрудничаем с Колледжем Лемго. Мы арендуем у них оборудование. Для них это выгодно, потому что контракт с нами – это, можно сказать, прямая связь с рынком. Нас часто приглашают в колледж для выступлений. Мы рассказываем о своем стартапе.

Еще они помогают нам с точки зрения химии, потому что нужно увеличить срок годности лимонада. Сейчас они разрабатывают для нас новый вкус. Мы поставили себе цель расширить ассортимент и превратить бизнес в свое основное занятие. Уже сейчас наш продукт продается в «EDEKA» и «RV» в пределах Западной Вестафлии и Липпе.

*- Поясните, пожалуйста, почему Ваша идея не заинтересовала университет?*

- Дело в том, что у них совершенно другая специфика исследований. У них просто нет подходящей инфраструктуры. С другой стороны, наш лимонад очень простой по составу. Повторить его может любой человек в домашних условиях. Просто нам удалось оформить права собственности на идею, пока этого никто не сделал. Я считаю, что наш проект даже больше маркетинговый, чем, по-настоящему, инновационный. Мы позиционируем свою продукцию, как лимонад без сахара или других добавок. Это модно.

*- Скажите, пожалуйста, оказало ли обучение в университете влияние на Ваше желание построить карьеру в предпринимательской среде?*

- Не знаю... На самом деле, я всегда хотел работать на себя. Никогда не считал, что смогу стать ученым или работником какой-нибудь компании. Но точно могу сказать, что университетские времена – самое подходящее время для стартапа, потому что у тебя много свободного времени, и за тебя все еще платят родители.