

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА, МАТЕМАТИЧНІ І ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІКИ

УДК (304+001.895)+(65+378.4):004.9

ОСЕЦЬКИЙ В.Л.^{1*}, КРАУС Н.М.^{2*}, КРАУС К.М.^{3*}, ОСЕЦЬКА Д.В.^{4*}

1* д.е.н., професор кафедри економічної теорії, макро- та мікроекономіки Київський національний університет імені Тараса Шевченка, e-mail: val_osetski@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-5104-1070

2* д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів та економіки Київський університет імені Бориса Грінченка, e-mail: k2205n@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8610-3980

3* к.е.н., доцент кафедри управління Київський університет імені Бориса Грінченка, e-mail: k23k@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-4910-8330

4* к.е.н., доцент кафедри обліку і фінансів, Бориспільський Інститут муніципального менеджменту при МАУП, e-mail: diana-o@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-5765-502X

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ

Мета. У статті проаналізовано сучасні тенденції впровадження соціальних інновацій та їх ефективних інструментів у діяльності підприємницького університету. Показано, якою мірою проектні інновації підприємницького університету спрямовані на соціальні інновації які призводять до вдосконалення, або появи нового освітнього продукту/послуги чи технології в умовах розширення інформаційно-цифрового простору. **Методика.** Для досягнення поставленої мети використано сукупність наукових методів, які забезпечили концептуальну цілісність дослідження, зокрема: структурно-логічний аналіз та узагальнення (дали можливість, з одного боку, з'ясувати місце соціальних інновацій в економічній системі, а з іншого – розглянути підприємницький університет як складну структуру інститутів, організацій чи установ, що продукують нові знання і технології). Завдяки методу аналізу й синтезу зроблено висновки щодо необхідності та можливості практичного застосування результатів дослідження. **Результати.** У статті розкрито та систематизовано на основі аналізу наукових поглядів і творчого осмислення існуючих точок зору щодо розуміння поняття «інновація» в цілому і «соціальні інновації» зокрема. Ідентифіковано соціально-економічні та інституціональні умови формування підприємницького університету який повинен виступати одночасно в якості і науково-освітньої установи, і консалтингової компанії, і власником/засновником суб'єктів інноваційної інфраструктури. **Наукова новизна.** Теоретично сформульовано й обґрунтовано поняття «соціальні інновації підприємницького інституту» як синтез сукупності інституційних елементів, які перебувають у певних взаємозв'язках і відносинах між собою, утворюють динамічну систему, що сприятиме впровадженню соціальних інноваційних змін крізь соціальне підприємництво, новітні моделі навчання та інклюзивні інновації. **Практична значимість.** Окремі результати та висновки статті можуть бути використані для адаптації дослідницьких і навчальних можливостей університету до соціальних інновацій та орієнтація їх на обслуговування приватного підприємництва шляхом комерціалізації результатів дослідження.

Ключові слова: соціальні інновації, підприємницький університет, інноваційно-цифровий простір, соціальне підприємництво

Постанова проблеми

В умовах розширення інформаційно-цифрового простору заклади вищої освіти, окрім навчання та дослідницької діяльності, виконують роль «інкубаторів» та сприяють розвитку підприємництва, роблячи їх хабами

для розвитку інновацій. Нині інновації є ефективним вирішенням найбільш гострих суспільних проблем, що визначає їх актуальність для соціуму. Саме це дало підстави університетам сфокусувати свою увагу на створенні соціальних інновацій як процесу віднаходження, забезпечення,

підтримки і впровадження оригінальних рішень соціальної проблеми. Для вищої освіти тема соціальних інновацій є особливо важливою з огляду на те, що підприємницькі університети ставлять за мету не тільки генерацію і поширення знань, а й створюють економічну та соціальну цінність шляхом передачі суспільству технології та комерціалізації результатів навчання і досліджень. Завдяки трансформаційним дослідженням підприємницькі університети прагнуть вирішувати суспільні проблеми, активізуючи процеси соціальних інноваційних змін через соціальне підприємництво, інноваційні моделі навчання та інклюзивні інновації.

Саме соціальні інновації та їх зв'язок з підприємницькими університетами показали, що потенціал для проєктних інновацій та розвитку соціального підприємництва полягає у висвітленні ролі підприємницького університету для створення нових інституційних і соціальних форматів для виробництва, передачі і застосування знань. Також їхня місія полягає у виділенні бізнес-ресурсів підприємницького університету безпосередньо соціальному сектору з метою допомоги підприємцям навчатись, надати їм консультативні послуги, інформаційний простір, доступ до ресурсів, спікерства, менторства та закладати фундамент якісних партнерських зв'язків. Виходячи з цього, соціальне підприємництво та соціальні інновації мають стати невід'ємною академічною місією університетів, щоб вони і надалі залишались в авангарді освітніх інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Необхідність з'ясування сутності поняття «соціальні інновації» в інформаційно-цифровому просторі та дослідити можливі шляхи їх провадження у діяльності підприємницьких університетів стали справжнім викликом для вищої освіти та сучасної науки. Названі аспекти наукових розвідок відображені у працях іноземних вчених. Першими, хто вважав, що соціальні інновації можуть мати форму продукту, технологічного процесу, чи бути ідеєю, принципом, соціальною програмою, правилом діяльності підприємницьких університетів, були М. Андерсон, Д. Доманські, Дж. Ховалдт. Ці вчені

дослідили можливі шляхи провадження соціальних інновацій у діяльності інноваційно-підприємницьких університетів на прикладі проєкту LASIN (Latin American Social Innovation Network; Американська соціальна інноваційна мережа).

Вагомий внесок у дослідженні ролі підприємницьких університетів у галузі соціальних інновацій належить К. Брунденіусу, Б. Горанссону та Хосе Манель Карвальо де Мелло, які показали, що соціальний розвиток має стати невід'ємною місією університетів, щоб вони могли постійно «триматися на хвилі» освітніх інновацій.

Пошуку соціальних інновацій, які б давали нове рішення соціальної проблеми в умовах розширення інформаційно-цифрового простору присвячено праці таких вітчизняних науковців, як В. Базилевич, Е. Лібанова, О. Грішнова, А. Семикіна, М. Ситницький, Л. Федулова, І. Татомир, О. Яцюнь та інших авторів. Вони націлені на формування нової інноваційно-підприємницької моделі розвитку університетів орієнтованих на новітні моделі навчання та інклюзивні інновації.

Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Мета пропонованої статті – розкрити напрями розвитку соціальних інновацій та їх зв'язок з підприємницькими університетами та показати, яку потенційно-важливу роль відіграють університети у реалізації інноваційних проєктів бізнес-методами.

Виклад основного матеріалу дослідження

Становлення підприємницького університету в сучасному динамічному інформаційно-цифровому просторі потребує «вироблення» нової ідеології, яка орієнтується на нововведення і пронизує все суспільство. Наукові результати, конструкторські розробки, технологічні та інституціональні нововведення стають сьогодні головною рушійною силою як економічного прогресу, так і соціального розвитку провідних країн світу. Цифрова економіка в умовах розвитку суспільства знань, характеризується провідним значенням інноваційної активності суб'єктів науки і виробництва, ростом наукоємних технологій, науково-технічного виробництва,

становленням підприємницьких університетів, інтелектуалізацією факторів виробництва, які формують завдяки інноваціям, соціальному капіталу, новий технологічний уклад [1, с. 59].

За умов розвитку євроінтеграційних процесів трудовий потенціал є головним ресурсом інноваційного виробництва, гуманізації і соціалізації економіки та підвищення конкурентоспроможності. У свою чергу трудовий потенціал підприємств не може сформуватися без належних інвестицій у нього та інновацій, які безпосередньо впливають на його формування. Дуже часто саме інновації у своєму соціальному прояві спричиняють прагнення людини до навчання, саморозвитку та самовдосконалення, тобто виступають головним чинником підвищення розвитку трудового потенціалу підприємств [2, с. 13].

Соціальні інновації є одним із генераторів динамічного макроекономічного розвитку. Вони націлені на створення сучасного суспільства, соціально-економічних інститутів, інфраструктури та “сучасної, цифрової” людини задля забезпечення світової конкурентоздатності України. Саме соціальні інновації формують середовище, що сприяє науково-технічному та технологічному прогресу українського суспільства. За більш ніж 70 років дослідження нововведень можна побачити поворот від технократичного до соціально-економічного бачення цих процесів. Тобто в аналіз соціальних інновацій увійшли такі елементи, як суспільна свідомість, очікування і настрої, цінності і норми. Як показав досвід різних країн світу та модернізації їх економік, для успішного інноваційно-цифрового розвитку необхідна гармонійна взаємодія його технологічної складової з іншими, менш дослідженими – інституційною та соціально-ціннісною [3, с. 234].

Великий економічний словник пропонує теж подвійне розуміння поняття “інновація”:

- вкладання коштів в економіку, що забезпечує зміну поколінь техніки та технології;
- нова техніка, технологія, яка є результатом досягнень НТП. Розвиток винахідництва, виявлення піонерних та масштабних

винаходів є суттєвим фактором інновацій [4, с. 374].

Вагомий внесок у дослідження даної категорії зробив американський вчений Б. Твісс (B. Tvis). Він розглядає нововведення як процес, в якому винахід або ідея набуває економічного змісту, тобто винахід стає нововведенням, якщо отримує успіх на ринку. Такого роду процес об’єднує техніку, управління, науку і економіку та охоплює комплекс відносин, виробництво, обмін й споживання [5, с. 36, 76].

Знаний український професор і дослідник З. Варналій трактує інновацію як кінцевий результат розробки (фундаментальних та прикладних досліджень) та комерціалізації (доведення розробки до стадії готового продукту здатного давати прибуток) нової ідеї, яка перетворюється на продукт, технологію, організаційне або маркетингове рішення [6, с. 100–101].

О. Набатова український науковець, досліджує саме соціальні інновації та наполягає на тому, що “соціальні інновації – це не лише нововведення як статичний кінцевий результат творчої діяльності, але й процес перетворення новацій на соціокультурні норми і моделі поведінки, їхнього інституційного оформлення” [3, с. 235]. У зв’язку з цим, виникає необхідність дослідження інституційних механізмів соціальних інновацій.

На основі проведеного теоретико-методологічного аналізу можна стверджувати, що інноваційна діяльність університетів – це діяльність, пов’язана зі змінами у його внутрішніх процесах. Зрозуміло, що у ринкових умовах будь-які зміни в інноваційно підприємницькому університеті ретельно прораховуються та оцінюються з точки зору економічного і соціального ефектів. Отже, можна зробити висновок, що зміни, прийняті до реалізації в університеті, що займається інноваційним підприємництвом, обов’язково матимуть позитивний соціально-економічний ефект. На цій основі придбання університетом нового якісного обладнання, залучення нового висококваліфікованого науковця-дослідника або оптимізація використання приміщень з метою економії площі і може вважатися його новітньою діяльністю.

Для того щоб краще зрозуміти суть та економічний зміст соціальних нововведень,

доречним буде розглянути їх класифікаційні ознаки, які сьогодні є досить різноманітними (табл. 1.).

Наведені в таблиці класифікаційні ознаки підтверджують, що процеси нововведень різні за своїм характером, а отже форми їх організації, масштаби і способи впливу на інноваційну підприємницьку діяльність університету також різноманітні [8, с. 8]. Макрорівневі соціальні інновації охоплюють три рівні суспільного устрою: соціально-економічні інститути, інноваційну структуру, соціокультурні характеристики суспільства.

Останні – найбільш фундаментальний рівень, в якому знаходяться структури цінностей, цільових орієнтацій, потреб, мотивацій, норм та моделей повсякденної поведінки. З цієї причини, цей рівень є стратегічним об'єктом інноваційної діяльності підприємницького університету. Чим більш “глибинним” є соціокультурний рівень, тим менші змін, що відбуваються у ньому, піддаються прямому управлінню елітою і, тим важливішим стає вплив, що чиниться на нього “стохастичними” діями мільйонів людей [9, с. 176–177]. Таблиця 1.

Класифікаційні ознаки та види соціальних нововведень [8, с. 9]

Джерело: складено на основі [8, с.9]

<i>Класифікаційні ознаки</i>	<i>Види нововведень</i>
За ступенем радикальності (новизна, інноваційний потенціал, оригінальність технічного рішення)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Радикальні (піонерні, базові, наукові) ✓ Ординарні (винаходи, нові технічні рішення)
За характером застосування: <ul style="list-style-type: none"> ✓ продуктивні; ✓ технологічні; ✓ соціальні; ✓ комплексні; ✓ ринкові. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Орієнтовані на виробництво і використання нових продуктів ✓ Націлені на створення нової технології ✓ Орієнтовані на побудову й функціонування нових структур
За стимулом появи (джерелом)	Нововведення, спричиненні розвитком науки і техніки, потребами виробництва та ринку
За масштабом (комплексністю)	Складні (синтетичні) і прості
За роллю у відтворювальному процесі	Споживчі й інвестиційні
За адресністю	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Для виробництва і споживачів ✓ Для суспільства в цілому ✓ Для ринку

Виходячи з цього, наприклад, О. Набатова вважає, що соціальні інновації можуть не призвести до бажаних результатів, якщо вони не опираються на відповідні зміни в моделях соціально-економічної поведінки суб'єктів мікрорівня. В цьому ми з нею погоджуємось. Можлива й інша ситуація, коли виникнення інноваційних практик не супроводжується відповідним оновленням інституційних форм. В обох випадках виникають інституційні розриви, результатами яких стають непередбачувані негативні наслідки соціально-інноваційної діяльності університетів; різке погіршення функціонування певної сфери людської діяльності внаслідок деінституціоналізації або витіснення формальних інститутів неформальними; імітація інновацій, заміщення інноваційної діяльності університету примітивною адаптацією, яка не має визначеної спрямованості і не завжди є ефективною. Таким чином, найважливішим

змістовим аспектом інституціоналізації соціальних інновацій є взаємна обумовленість і взаємне стимулювання змін соціально-економічних інститутів та моделей соціально-економічної поведінки за допомогою дії позитивних і негативних зворотних зв'язків [3, с. 236].

Інституціоналізація соціальних інновацій природно-історичного характеру являє собою кристалізацію, впорядкування, стандартизацію і формалізацію певних зразків поведінки індивідуумів. Вони характеризують різноманітні процеси становлення і генези інституційних утворень. Під час своєї інституціоналізації соціальні інновації проходять три стадії – селекцію, адаптацію та інтеграцію. На першій стадії здійснюється неформальний відбір серед власних нововведень і запозичених зразків поведінки. Ті з них, які пройшли через “суспільний фільтр”, пристосовуються на другій стадії до специфіки існуючої

соціально-економічної структури. З часом вони стають її органічними компонентами. На останній стадії соціальні інновації, у вигляді вже усталених і адаптованих практик, формалізуються за допомогою механізмів організаційно-правового регулювання та перетворюються на традиційні для суспільства явища [3, с. 236].

За інституціоналізації соціальних інновацій проектного характеру, формальні процедури передують початку реальних інноваційних процесів в підприємницькому університеті. Проектні інновації можна розглядати, як перетворення нововведень на зразки поведінки і конкретні норми дослідників та науковців. Вони забезпечують їх інституціоналізацію і закріплення у сфері матеріальної й духовної культури суспільства.

У ході своєї інституціоналізації соціальні інновації проходять чотири фази: зародження, ідентифікацію, утвердження, рутинізацію. Фаза зародження пов'язана із появою новаторської ідеї. Під час фази ідентифікації відбувається розповсюдження новації, яка в подальшому може стати обмеженою (латентна соціальна новація), визнаною девіацією (подавлена соціальна новація) або визнаною соціальною інновацією (прийнята новація) [10, с. 196–197]. В останньому випадку виникає необхідність відповідних інституційних змін в інноваційній системі підприємницького університету, що забезпечують утвердження соціальних інновацій. А далі відбувається її рутинізація, традиціоналізація [3, с. 236] та хабітуалізація.

Соціальні інновації є одним з основних генераторів соціально зумовленого розвитку. Крім того, саме вони формують інноваційне середовище, що сприяє технологічним інноваціям, забезпечує їх дифузю, підвищення ефективності використання, зменшення інноваційних витрат та негативних побічних ефектів [11, с. 64].

Соціальна інновація, таким чином, є результатом взаємодії спільноти авторів і наукових установ, які разом формують так звані “екосистеми університетів”, що все більше розширюються за національні кордони, стаючи міжнародними. Проведене нами теоретико-методологічне дослідження категорії “соціальна інновація” та окремих

аспектів її інституціоналізації, дозволяє сформулювати ряд висновків і узагальнень.

По-перше, особливим змістом соціальної інновації є якісні зміни, котрі призводять до покращення, вдосконалення або появи нового освітнього продукту/послуги чи технології в університеті.

По-друге, визначення сутності поняття “соціальна інновація” перебуває у постійному розвитку й доповнюється певними аспектами, які враховують особливості та вимоги певного етапу розвитку економіки країни, в нашому випадку інформаційно-цифрового.

По-третє, види ефектів, які в більшості випадків забезпечує соціальна інновація є економічними, соціальними та екологічними. Закордонний науковець А. Барнева зробила спробу виразити це у вигляді формули:

$$\text{Соціальна інновація} = \text{Нововведення} + \text{Досягнута соціально-економічна ефективність} \quad (1.1)$$

“Соціально-економічна ефективність нововведення виражається в додатковій вигоді, яку отримує інноватор, - стверджує А. Барнева, - саме цим в економічній літературі викликана поява терміну “інноваційна рента”. Якщо рента визначена, як дохід від фактора виробництва, пропозиція якого нееластична, то інноваційна рента передбачає наявність доходу від введення в дію чи експлуатацію нововведень, що недоступні для інших”... підприємницьких університетів... “інноваційна рента – це деякий грошовий надлишок над нормальним прибутком, який з'являється в результаті впровадження соціальних інновацій” [12, с. 62].

По-четверте, класифікаційні ознаки і види соціальних нововведень підтверджують, що процеси такого роду нововведень різні за своїм характером, а отже форми їх організації, масштаби і способи впливу на інноваційну діяльність університетів також різноманітні. Соціальні інновації різні за своїми змістом і сферами застосування, методами використання, рівнем розробки та поширення, за економічною значущістю.

По-п'яте, науково-технічна новизна, комерційна реалізованість та виробниче застосування – це ключові якості соціальних інновацій, які і визначають її зміст.

Комерціалізація по відношенню до соціальної інновації виступає як потенційна якість, без якої вона може стати звичайним нововведенням.

Важливою сферою діяльності підприємницького університету, яка безпосередньо пов'язана зі створенням і реалізацією соціальних інновацій, є управління інноваційними проектами такого типу університетів. Управління проектами підприємницького університету набуло визнання в усьому світі методологією проектною і підприємницькою діяльності. Сьогодні є потреба у переході від функціонального мислення керівників і науковців-дослідників до проектного мислення та проектного управління. Розглядаючи управління інноваційним проектом підприємницького університету як систематичний процес, необхідно виходити із наступного положення: інноваційний проект представляє собою складний, динамічний, багатофункціональний об'єкт, тому система управління ним повинна бути автоматизована і гнучка для того, щоб допустити можливість адаптації до змін в умовах проектування, створення, реалізації проекту, а також до змін в навколишньому середовищі [13, с. 53].

Модель інноваційного процесу підприємницького університету може бути представлена наступним ланцюгом [14, с. 36]:

$$\Phi Д - П Д - Д К Р - В - Р \quad (1.2)$$

де $\Phi Д$ – фундаментальні дослідження в університеті;

$П Д$ – прикладні дослідження університету;

$Д К Р$ – дослідно-конструкторські роботи науково-професорським складом університету;

$В$ – безпосередньо виробництво нових продуктів/послуг;

$Р$ – реалізація нової продукції/послуги.

Підприємницький університет – це високо розвинута інституціональна інфраструктура, що формує певну систему поширення нових знань і технологій, забезпечує прискорення трансформації винаходів в соціальні інновації, а інновацій у конкурентні переваги, розвиток якісних стійких зв'язків між всіма його учасниками. Функціонування

таких університетів – закономірний процес при наявності спільної наукової та виробничої бази. Підприємницький університет включає в себе структурні інститути, організації та установи, які і кооперуються, і співпрацюють один з одним. Він є інститутом знань, що продукує соціальні інновації. В якості основних характеристик підприємницького університету є:

- територіальна концентрація (близьке розташування установ і організації створює умови швидкої економічної взаємодії, обміну капіталами);

- множинність економічних агентів (громадські організації, академії, фінансових посередників, інститути, що сприяють кооперації) [15, с. 78–79];

- формування мережі неформальних і формальних відносин між економічними агентами (підприємницькі університети представляють собою складну систему, елементи якої поєднуються прямими і зворотними зв'язками: матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками);

- довгострокова перспектива життєвого циклу підприємницького університету на базі триад “бізнес – університет – влада” та “венчурне підприємство – постачальник – споживач інноваційного продукту/послуги”;

- долучення до інноваційного процесу (венчурні фірми й інноваційні підприємства, що входять до складу університету, включені в процеси ринкових/маркетингових, продуктових, технологічних, соціальних та організаційних інновацій);

- спільне інституційне та соціально-економічне середовище, що характеризується високим рівнем довіри, нормами співпраці, регіональними традиціями і цінностями в спілкуванні, інноваційною культурою;

- доступність проведення науково-дослідних робіт в поєднанні з динамічним процесом інтерактивного навчання;

- високоякісна спеціалізація підприємницького університету;

- створення особливої форми соціальної інновації – “сукупного інноваційного продукту” на основі колаборації [16].

Отже, підприємницький університет являє собою форму організації економічних відносин. Для нього притаманний внутрішній поглиблений потік інноваційних ідей, знань та інформації [17, с. 241].

Критичне значення для формування зрілого підприємницького університету має “потрійна спіраль”, точніше – “колаборація трьох типів учасників інноваційної гри, які представляють науку, бізнес та державу... учасники кластеру можуть комплементарно поєднувати активи і компетенції в найрізноманітніших комбінаціях, що дозволяє необмежено розширювати створювані блага, тобто нарощувати продуктивність в її сучасному розумінні, характерному для постіндустріальної економіки... Колаборація виводить інноваційну виробничу культуру університету за його межі (через аутсорсинг, створення нових фірм, спілловнерні ефекти), що призводить до зародження нових мережеских вузлів, підвищуючи конкурентну силу підприємницького університету і формуючи мережеве середовище” [18, с. 26].

Підприємницький університет, як динамічна система, складається з конкретних елементів, якій властиві такі основні характеристики:

- форма, що виражається у вигляді конкретної конструкції;

- зміст, що приховується у взаємовідносинах структурних елементів університету;

- просторово-часовим знаходженням, що характеризує зв'язок зовнішнього і внутрішнього інституційного середовища підприємницького університету;

- ймовірним станом, що визначає вибір шляху розвитку підприємницької університетської системи з усіх можливих [19, с. 4].

Інституціональні елементи та характеристики університетської структури знаходяться в залежності одне від одного та є пов'язані між собою. На нашу думку, найвища ступінь стабільності внутрішнього середовища університету забезпечується побудовою його конструкції, при якій інституціональні елементи, що складають і наповнюють його, знаходяться у залежності.

Підприємницький університет характеризуються такими особливостями:

- існування корпоративної системи управління, контролю за бізнес-процесом, колективного господарського моніторингу;

- наявність підприємства-лідера, що визначає довгострокову господарську, інноваційну й інші стратегії університету;

- територіальна локалізація основної маси суб'єктів господарювання;

- стійкість стратегічних господарських зв'язків у рамках університетської системи, включаючи її регіональні, міжрегіональні, внутрішньодержавні й міжнародні стосунки;

- довгострокова координація взаємодії учасників в рамках загальнонаціональних і внутрішньорегіональних програм розвитку, інвестиційних проєктів, інноваційних процесів [17, с. 242].

Підприємницький університет має мати в своєму складі центри генерації наукових знань та бізнес-ідей, центри підготовки високопрофесійних спеціалістів-новаторів. Діяльність такої інституції має бути націлена на роботу з перспективними ринками соціальних інновацій. Підприємницькі університети слід розглядати, як перспективні “точки росту інформаційно-цифрової економіки” в основі діяльності яких людина-новатор.

Підприємницькі університети можуть об'єднувати малі й середні підприємства. Основою успіху таких об'єднань є синергетичний ефект від географічної близькості одне до одного та до споживачів. Вони можуть бути сформованими за галузевим профілем, тобто секторальними. Учасниками мають всі шанси стати:

- науково-дослідні інститути й навчальні організації;

- організації інноваційної інфраструктури та інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва (бізнес-інкубатори, особливі економічні зони, технопарки, венчурні фонди, центри трансферу знань);

- фірми, що спеціалізуються на профільній, зазвичай, конкурентоспроможній діяльності;

- фірми-постачальники сировини, матеріалів, товарів або послуг для профільних підприємств;

- некомерційні й громадські організації, об'єднання підприємців, торгово-промислові палати;

- підприємства, що забезпечують доступ до об'єктів інформаційної, інженерної, транспортної, енергетичної й іншої інфраструктури [20, с. 320].

Синергетичний підхід, що застосовується при становленні та розвитку підприємницького університету

розглядається крізь призму відносин “суб’єкт – суб’єктивне відношення інноваційно-активних університетів та підприємств” [21, с. 44].

Підприємницький університет – це свого роду освітньо-науково-інноваційно-виробничий комплекс, що базується на знаннях. В якості основних напрямів його діяльності, що адресовані юридичним та фізичним особам, є надання:

1. Інформаційно-консалтингового сервісу, що полягає в: організації тренінгів і стажування по всьому сектору питань розвитку і управління інноваційної підприємницької діяльності; сприянні реєстрації і правовій охороні об’єктів інтелектуальної власності; проведенні економічних і технологічних аудитів; пошуку потенційних партнерів для розробки й реалізації інноваційних бізнес-проектів; залученні фінансових інститутів з метою реалізації інноваційних бізнес-проектів у вигляді грантів, посівного і венчурного інвестування; проведенні маркетингових досліджень на будь-якій стадії реалізації інноваційного бізнес-проекту; сприянні організації і реалізації трансферу технологій, комерціалізації дослідно-конструкторських робіт на замовлення компанії; сприянні створенню і модернізації інноваційної інфраструктури, системи та екосистеми;

2. Науково-інноваційного і виробничого сервісу, що полягає в:

- організації, сприянні та участі у виконанні прикладних наукових досліджень і дослідно-конструкторських робіт;

- організації, сприянні й виконанні інженерно-технологічних та виробничих робіт по створенню прототипу і/або зразка інноваційного товару/послуги [22, с. 20].

Слід зауважити, що за умов готовності до виконання вище перерахованих послуг інститутом-організацією (університет, компанія), вона (інститут-організація) також повинна виступати одночасно в якості і науково-освітньої установи, і консалтингової компанії, і власника/засновника одного або декількох суб’єктів інноваційної інфраструктури, і виробничою компанією.

Як консалтингова компанія, дана установа має забезпечувати замовника потрібним сервісом по залученню організацій “зі сторони” та ресурсів з метою вирішення задач комерціалізації об’єкта інноваційної

діяльності. Виступаючи в ролі науково-освітнього закладу вона має бути здатною організовувати освітні програми і проводити НДДКР [23, с. 107].

Будучи власником/засновником одного або декількох суб’єктів інноваційної інфраструктури підприємницький університет повинен забезпечувати замовника потрібним сервісом з метою вирішення задач комерціалізації. Розглядаючи дану установу крізь призму виробничої компанії, слід зауважити, що до її компетенції мають входити питання від надання необхідних інтелектуальних і фінансових ресурсів до розробки прототипу або зразка інноваційного товару/послуги [22, с. 117]. Варто наголосити на взаємозалежностях соціальних інновацій від культурних традицій та просторово-часових особливостей соціально-економічного розвитку того чи іншого підприємницького університету, де вони впроваджуються. До того ж соціальні інновації можуть виступати однією з найголовніших детермінант реалізації стратегічних перспектив сталого розвитку соціально-економічних систем [24, с. 212], а також досягнення гармонійного та збалансованого відтворення соціальних цінностей та соціального капіталу та їх раціонального використання.

Висновки

Узагальнення аналізу різноманітних результатів дослідження ролі підприємницьких університетів у впровадженні і напрямів розвитку соціальних інновацій дає підстави вважати, що все більше університетів світу долучаються до різних інноваційних проектів для забезпечення адаптації дослідницьких та навчальних можливостей університетів до пропагування та підтримки інклюзивних інновацій. Перед університетами стоїть завдання інкубації соціальних інновацій з інклюзивними через адаптацію інноваційних моделей навчання до потреб суспільства, що робить їх актуальним для соціуму.

Саме таке поєднання покликане долучити все більше підприємницьких університетів до різних інноваційних проектів, щоб підтримати розвиток соціального підприємництва, а також інструментів досягнення бізнес-цілей. Сьогодні активно

соціальні інновації починають проникати і в українські університети. Мова йде про створення інноваційних лабораторій, університетських міждисциплінарних ресурсних центрів для консультування, розробка і запровадження системи заохочень для досліджень, що стимулюють соціально-інноваційні зміни. Подальші наукові зусилля слід сфокусувати на аналіз позитивного

досвіду провідних університетів світу з просуванням нових інституційних і соціальних форматів для виробництва, методи передачі й застосування знань представниками академічних кіл та визначенню впливу ключових імперативів на розвиток соціальних інновацій в інформаційно-цифровому просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Деляя, В. П. (2011), *Инновационная экономика и устойчивое развитие*: монографія. Балашиха: Де-По. 256 с.
2. Харун, О. А. (2018), Соціальні інновації як чинник підвищення розвитку трудового потенціалу підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*, 3 (65). С. 12–18.
3. Набатова, О. О. (2011), Джерела і особливості інституціоналізації соціальних інновацій у трансформаційній економіці. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Сер. Економічні науки*, 3 (51). С. 234–240.
4. *Большой экономический словарь* (2010). Под ред. А. Н. Азрилияна. 7-е изд., доп. М. : Ин-т новой экономики. 1472 с.
5. Твисс, Б. (1989), *Управление научно-техническими нововведениями*. Сокр. пер. с англ. авт. предисл. и науч. ред. К. Ф. Пузыня. М. : Экономика. 271 с.
6. Варналій, З. С., Гармашова, О. П. (2013), *Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення*. К. : Знання України. 387 с.
7. Манжура, О. В., Краус, Н. М., Краус, К. М. (2020), Екосистема гіг-економіки та підприємницького університету: еволюційна синергетика “вірусу інновацій” та “цифрового стрибка”. *Ефективна економіка*, 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7642> (Дата звернення: 02.03.2020).
8. Волков, О. І., Денисенко, М. П., Гречан, А. П. (2007), *Економіка та організація інноваційної діяльності*: підручник. 3-тє вид. К. : Центр учбової л-ри. 662 с.
9. Заславская, Т. И. (2002), *Социальные результаты реформ и задачи социальной политики. Социетальная трансформация российского общества*. М. : Дело. С. 170–183.
10. Басов, Н. В. (2008), Инновация как фактор социальной самоорганизации: процессуально-пространственное моделирование. *Журнал социологии и социальной антропологии*, Т. XI, № 4. С. 185–203.
11. Набатова, О. О. (2011), Соціальні інновації: поняття, види, суб’єкти. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*, 6. С. 58–66.
12. Барнева, А. Ю. (2007), Инновация как экономическая категория. *Инновации*, 9 (107). С. 61–63.
13. Кольванов, В. Ю., Магомедов, М. Б., Гамидов, Г. С. (2007), Основные направления активизации инновационной деятельности при формировании инновационной экономики. *Инновации*, 4 (102). С. 51–54.
14. Степаненко, Д. М. (2009), Инновационный процесс и инновационная деятельность: понятие, сущность, характеристики. *Проблемы современной экономики*, 4. С. 34–36.
15. Тищенко, О. М. (2010), Кластеры как вектор развития экономики: организация, сущность і концепції. *Теоретичні та прикладні питання економіки*, Вип. 21. С. 74–80. URL: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2010_21/Zb21_10.pdf (Дата перегляду: 7.08.2014).
16. Заремський, Б. В. (2010), Кластерна стратегія інноваційного розвитку регіонів в контексті глобальної економіки. *Инвестиционные приоритеты эпохи глобализации: влияние на национальную экономику и отдельный бизнес: III Междунар. науч.-практ. конф.*, (7–8 октяб. 2010 г.). URL: http://www.confcontact.com/20101008/2_zarem.htm (Дата перегляду: 10.08.2014).
17. Домбровский, М. А. (2011), Методологические проблемы экономической кластеризации. *Проблемы современной экономики*, 2. С. 241–245.
18. Катукон, Д. Д., Малыгин, В. Е., Смородинская, Н. В. (2012), *Институциональная среда глобализированой экономики: развитие сетевых взаимодействий*. М. : Ин-т экономики РАН. – 45 с.
19. Тогунов, И. А. (2009), *Новое в теории организации: фрактально-фасеточные модели*: монографія. Владимир: Собор. 136 с.
20. Орев, І. (2011), Інноваційний розвиток Західного регіону. *ВІСТІ ЦССТУ. Діловий випуск*, 8 лип. С. 6–8.
21. Андрійчук, В. Г. (2010), Інноваційна модернізація вітчизняної економіки : стратегічні орієнтири та механізм їх реалізації. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*, 1. С. 4–8.
22. Gorzka, G. (2012), *Knowledge Transfer. The New Core Responsibility of Higher Education Institutions Practice*

and Perspectives in Russia and Germany. UniKasselTransfer, Ost-West-Wissenschaftszentrum. Kassel: Kassel university press GmbH. 244 p.

23. Миронова, Д. Ю., Павлова, Е. А. (2013), Оценка рыночного потенциала вузовских высокотехнологических разработок в инновационной инфраструктуре организации. *Инновации*, 3 (173). С. 104–109.
24. Буй, Ю. В. (2018), Особливості класифікації соціальних інновацій в суспільних системах у контексті забезпечення передумов їх сталого розвитку. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*, Т. 28, 1. С. 210-215.
25. Britchenko, I., Kraus, N., Kraus, K. (2019), University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*, 4 (31), С. 448-456.
26. Криворучко, О. С., Краус, Н. М., Краус, К. М. (2017), “Інноваційний ландшафт” у координатах світ-економіки. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 16. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-16-2017> (Дата звернення: 08.01.2020).
27. Краус, К. М., Краус, Н. М. (2018), Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект XXI століття*, 1. С. 211–214.
28. Краус, Н. М. (2019), Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. К.: Аграр Медіа Груп.
29. Краус, Н. М., Краус, К. М. (2016), Реалізація інноваційного проекту підприємницькою структурою в рамках дії “вітряка інновацій”. *Економіст*, 2. С. 4–8.
30. Краус, Н. М., Краус, К. М. (2018), Які зміни несе в собі “Індустрія 4.0” для економіки та виробництва? *Формування ринкових відносин в Україні*, 9 (208). С. 128–136.
31. Манжура, О. В., Краус, Н. М., Краус, К. М. (2019), Професії майбутнього у віртуальній реальності інноваційно-цифрового простору. *БІЗНЕС ІНФОРМ*, 1. С. 132–138.
32. Манжура, О. В., Краус, Н. М., Краус, К. М. (2019), Діагностика впливу досліджень та інноваційних розробок на трансфер технологій в Україні. *Ефективна економіка*, 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6873> (Дата звернення: 10.03.2020).

ОСЕЦКИЙ В.Л.^{1*}, КРАУС Н.Н.^{2*}, КРАУС Е.Н.^{3*}, ОСЕЦКАЯ Д.В.^{*}

1* д.э.н, профессор кафедры экономической теории, макро- и микроэкономики Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, e-mail: val_osetski@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-5104-1070

2* доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры финансов и экономики, Киевский университет имени Бориса Гринченко, e-mail: k2205n@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8610-3980

3* кандидат экономических наук, доцент кафедры управления, Киевский университет имени Бориса Гринченко, e-mail: k23k@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-4910-8330

4* к.э.н., доцент кафедры учета и финансов, Бориспольский Институт муниципального менеджмента при МАУП, e-mail: diana-o@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-5765-502X

СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА В ИНФОРМАЦИОННО-ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Цель. В статье проанализированы современные тенденции внедрения социальных инноваций и их эффективных инструментов в деятельности предпринимательского университета. Показано, в какой мере проектные инновации предпринимательского университета направлены на социальные инновации которые приводят к совершенствованию, или появления нового образовательного продукта/услуги или технологии в условиях расширения информационно-цифрового пространства. **Методика.** Для достижения поставленной цели использованы совокупность научных методов, которые обеспечили концептуальную целостность исследования, в частности: структурно-логический анализ и обобщение (позволили, с одной стороны, выяснить место социальных инноваций в экономической системе, а с другой - рассмотреть предпринимательский университет как сложную структуру институтов, организаций или учреждений, которые продуцируют новые знания и технологии). Благодаря методу анализа и синтеза сделаны выводы о необходимости и возможности практического применения результатов исследования. **Результаты.** В статье раскрыты и систематизированы на основе анализа научных взглядов и творческого осмысления существующих точек зрения относительно понимания понятия «инновация» в целом и «социальные инновации» в частности. Идентифицированы социально-экономические и институциональные условия формирования предпринимательского университета который должен выступать одновременно в качестве и научно-образовательного учреждения, и консалтинговой компании, и владельцем/учредителем субъектов инновационной инфраструктуры. **Научная новизна.** Теоретически сформулировано и обосновано понятие «социальные инновации предпринимательского института» как синтез совокупности институциональных элементов, находящихся в определенных взаимосвязях и отношениях между собой, образующих динамическую систему, способствующих внедрению социальных инновационных изменений через

социальное предпринимательство, новейшие модели обучения и инклюзивные инновации. **Практическая значимость.** Отдельные результаты и выводы статьи могут быть использованы для адаптации исследовательских и учебных возможностей университета в социальных инноваций и ориентации их на обслуживание частного предпринимательства путем коммерциализации результатов исследования.

Ключевые слова: социальные инновации, предпринимательский университет, инновационно-цифровое пространство, социальное предпринимательство.

VALERII L. OSETSKYI^{1*}, NATALIYA M. KRAUS^{2*}, KATERYNA M. KRAUS^{3*}, DIANA V. OSETSKA^{4*}

1* Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of Economic Theory, Macro- and Microeconomics, Taras Shevchenko National University of Kyiv, e-mail: val_osetski@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-5104-1070

2* Dr. Sc. (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Finance and Economics Borys Grinchenko Kyiv University, e-mail: k2205n@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8610-3980

3* Ph.D. (Economics), Associate Professor of the Department of Management Borys Grinchenko Kyiv University, e-mail: k23k@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-4910-8330

4* Candidate of Economic Science, Associate Professor, Department of Accounting and Finance, Boryspil Institute of Municipal Management, e-mail: diana-o@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-5765-502X

SOCIAL INNOVATIONS OF THE ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY IN THE INFORMATION-DIGITAL SPACE

Goal. The article analyzes current tendencies of introduction of social innovations and their effective tools in the activity of an entrepreneurial university. It is shown to what extent project innovations of an entrepreneurial university are aimed at social innovations that lead to the improvement or emergence of new educational product/service or technology in the conditions of widening of information-digital space. **Methodology.** To achieve this goal, we used a set of scientific methods that ensured the conceptual integrity of the research, in particular: structural-logical analysis and generalization (made it possible, on the one hand, to find out place of social innovations in the economic system, and on the other – to consider business university as a complex one the structure of institutions, organizations or institutions that produce new knowledge and technology). Due to the method of analysis and synthesis, conclusions were drawn about the necessity and possibility of practical application of the results of the study. **Results.** The article describes and systematizes based on the analysis of scientific views and creative understanding of existing points of view on understanding the concept of “innovation” in general and “social innovation” in particular. The socio-economic and institutional conditions for the formation of an entrepreneurial university, which should act simultaneously as both a scientific and educational institution, a consulting company, and the owner/founder of entities of innovative infrastructure, have been identified. **Scientific novelty.** The concept of “social innovations of an entrepreneurial institute” is theoretically formulated and substantiated as a synthesis of a set of institutional elements that are in certain interconnections and relationships, forming a dynamic system that will promote the introduction of social innovative changes through social entrepreneurship. **Practical importance.** Separate results and conclusions of the article can be used to adapt the university’s research and teaching capabilities to social innovation and to focus on private entrepreneurship by commercializing research findings.

Keywords: social innovations, entrepreneurial university, innovation-digital space, social entrepreneurship

REFERENCES

1. Delia, V. P. (2011). *Innovative economics and sustainable development*: monograph. Balashykh: De-Po.
2. Kharun, O. A. (2018). Social innovations as a factor in increasing the development of labour potential of enterprises. *Problems of Systematic Approach in Economics*, 3(65), 12–18.
3. Nabatova, O. O. (2011). Sources and features of institutionalization of social innovations in transformational economy. *Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade by Michael Tugan-Baranovskiy. Series: Economic Sciences*, 3(51), pp. 234-240.
4. Azriliyan, A. N. (2010). *Big economic dictionary* (Vol. 7). Moscow: Institute of New Economy.
5. Tviss, B. (1989). *Scientific and technological innovation management*. Moscow: Economy.
6. Varnalii, Z. S., Harmashova, O. P. (2013). *Competitiveness of national economy: problems and priorities of innovation support*. Kyiv: Knowledge of Ukraine.

7. Manzhura, O. V., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2020). Ecosystem of Gig-economics and entrepreneurial university: evolutionary synergy of “virus innovation” and “digital jump”. *Efektivna ekonomika*, 2. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7642> (Accessed 02 March 2020).
8. Volkov, O. I., Denysenko, M. P., Hrechak, A. P. (2007). *Economics and organization of innovation* (3rd ed). Kyiv: Center of Educational Literature.
9. Zaslavskaya, T. I. (2002). *Social reform results and social policy objectives. The social transformation of Russian society*. Moscow: Delo.
10. Basov, N. V. (2008). Innovation as a factor of social self-organization: procedural and spatial modelling. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, XI, No. 4. pp. 185–203.
11. Nabatova, O. O. (2011). Social innovation: concepts, species, subjects. *Bulletin of the National Law Academy of Ukraine named after Yaroslav the Wise*, 6. pp. 58–66.
12. Barneva, A. Yu. (2007). Innovation as an economic category. *Innovations*, 9 (107). pp. 61–63.
13. Kolyvanov, V. Yu., Magomedov, M. B., Gamidov, G. S. (2007). Main directions of enhancing innovation in the formation of an innovative economy. *Innovation*, 4 (102). pp. 51–54.
14. Stepanenko, D. M. (2009). Innovation process and innovation: concept, essence, characteristics. *Problems of the modern economy*, 4. pp. 34–36.
15. Tyshchenko, O. M. (2010). Clusters as a vector of economic development: organization, essence and concepts. *Theoretical and applied issues of economics*, Iss. 21. pp. 74–80. Retrieved from http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2010_21/Zb21_10.pdf (Accessed 7 Aug 2014).
16. Zaremskyi, B. V. (2010). *Cluster strategy for regional innovation in the context of the global economy*. III International scientific-practical Conference “Investment priorities of the globalization era: impact on national economy and individual business”, 7–8 October. Retrieved from http://www.confcontact.com/20101008/2_zarem.htm (Accessed 10 Aug 2014).
17. Dombrovskiy, M. A. (2011). Methodological problems of economic clustering. *Problems of the modern economy*, 2. pp. 241–245.
18. Katukov, D. D., Malygin, V. E., Smorodinskaya, N. V. (2012). *Institutional environment of a globalized economy: the development of network interactions*. Moscow: Institute of Economics, RAS.
19. Togunov, I. A. (2009). *New in organization theory: fractal facet models: a monograph*. Vladimir: Cathedral.
20. Orev, I. (2011). Innovative development of Western region. *CCST News. Business Issue*, Jul 8, pp. 6–8.
21. Andriichuk, V. H. (2010). Innovative modernization of domestic economy: strategic guidelines and mechanism for their implementation. *Foreign Trade: Economics, Finance, Law*, 1. P. 4–8.
22. Gorzka, G. (2012). *Knowledge Transfer. The New Core Responsibility of Higher Education Institutions Practice and Perspectives in Russia and Germany*. UniKasselTransfer, Ost-West-Wissenschaftszentrum. Kassel: Kassel university press GmbH.
23. Mironova, D. Yu., Pavlova, E. A. (2013). Assessment of the market potential of university high-tech developments in the innovative infrastructure of the organization. *Innovation*, 3 (173). pp. 104–109.
24. Bui, Ya. V. (2018). Features of the classification of social innovations in social systems in the context of ensuring the preconditions for their sustainable development. *Economic analysis*, T. 28, 1. pp. 210–215.
25. Britchenko, I., Kraus, N., Kraus, K. (2019). University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*, no. 4 (31), pp. 448–456.
26. Kryvoruchko, O. S., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2017). Innovative landscape” in the coordinates of the world economy. *Hlobalni ta nashionalni problem ekonomiky*, vol. 16. Retrieved from <http://www.global-national.in.ua/issue-16-2017> (Accessed 8 Jan 2020).
27. Kraus, N. M., Kraus, K. M. (2018). Digitalization in the context of the institutional transformation of the economy: the basic components and tools of digital technologies. *Intelect XXI stolittia*, no. 1, pp. 211–214.
28. Kraus, N. M. (2019). Innovative economy in a globalized world: institutional basis of formation and development trajectory. Kyiv: Agrar Media Group.
29. Kraus, K. M., Kraus, N. M. (2016). Implementation of an innovation project by an entrepreneurial structure within the framework of “windmill of innovation” action. *Ekonomist*, vol. 2, pp. 4–8.
30. Kraus, K. M., Kraus, N. M. (2018). What changes does Industry 4.0 bring to the economy and manufacturing? *Formuvannia ryнкovukh vidnosyn v Ukraini*, vol. 9 (208), pp. 128–136.
31. Manzhura, O. V., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2019). The professions of the future in the virtual reality of the innovation-digital space. *Biznes Inform*, vol. 1, pp. 132–138.
32. Manzhura, O. V., Kraus, N. M., and Kraus, K. M. (2019). Diagnosis of the impact of research and innovation on technology transfer in Ukraine. *Efektivna ekonomika*, vol. 2. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6873> (Accessed 10 Jan 2020).

Стаття надійшла до редакції: 20.03.2020

Received: 20 March 2020