

УДК 330.342.14

Михайло Олексійович ВЕРГУН

к.е.н., доцент

Головний бухгалтер-проректор з фінансово-економічної та соціальної роботи

Київський національний університет технологій та дизайну

Київ, Україна

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У сучасних умовах стрімких трансформацій вищої освіти академічне підприємництво набуває дедалі більшої актуальності. Воно вже не обмежується виключно комерціалізацією наукових досліджень чи створенням стартапів на базі університетів, а дедалі частіше розглядається як комплексна стратегія, що об'єднує інноваційний потенціал науки з етичними, соціальними й культурними імперативами. У цьому контексті соціальна відповідальність постає не як супровідна риса, а як засадничий елемент, що визначає ціннісну орієнтацію підприємницької діяльності у сфері академії.

Суть соціальної відповідальності в академічному середовищі полягає у свідомому ставленні до впливу, який здійснює університетська діяльність на суспільство, довкілля та майбутні покоління [1-3]. Коли заклад вищої освіти позиціонує себе як осередок - підприємницької ініціативи, він автоматично бере на себе відповідальність за ті зміни, які ініціює. Зазначене стосується як створення робочих місць і розвитку місцевих громад, так і формування культури сталого розвитку, гендерної рівності, інклюзивності та етичного лідерства.

Формування соціально відповідального академічного підприємництва передбачає глибоке переосмислення функцій університету. Він перестає бути лише освітнім чи науковим осередком, натомість перетворюється на активного гравця соціально-економічного поля, здатного впливати на політики, транслювати суспільно важливі цінності та бути прикладом для інших інституцій. Академічна ініціатива у вигляді підприємництва має враховувати не лише економічну вигідність, але й довгострокову користь для суспільства – з урахуванням етичних міркувань, потреб громади та викликів часу.

Соціальна відповідальність стає ключовим критерієм легітимності академічного підприємництва. Її наявність дозволяє вибудовувати довіру до університету як до відкритої, прозорої та орієнтованої на суспільне благо інституції. У цьому процесі важливу роль відіграє не лише керівництво закладу, а й академічна спільнота – викладачі, студенти, дослідники, які своїми діями створюють приклади соціально відповідальної поведінки та формують нові стандарти лідерства.

Інтеграція принципів соціальної відповідальності у стратегію академічного підприємництва є не просто даниною моді чи вимогою доби. Це – свідомий вибір на користь гармонійного розвитку, де інновації слугують не лише економічному зростанню, а й підвищенню якості життя, збереженню людської гідності та захисту спільного блага. Саме такий підхід здатен перетворити академічне підприємництво на рушійну силу сталих змін, які відповідають не лише ринку, але й потребам людства.

У період повномасштабної війни, яку веде Україна за свою свободу, гідність та право на майбутнє, академічне підприємництво постає не лише як інструмент інноваційного розвитку, а як форма активного громадянського спротиву й національного служіння. Соціальна відповідальність в цьому контексті вже не є лише ціннісною складовою, а стає критично важливою стратегією, здатною впливати на стійкість держави, злагоду в суспільстві та підтримку армії й постраждалих.

Університети, які раніше зосереджувалися на освітній та науковій функціях, сьогодні трансформуються в гуманітарні хаби, центри волонтерського руху, виробничі майданчики для потреб оборони, платформи психологічної підтримки [2-4]. Вони організовують навчання для внутрішньо переміщених осіб, адаптують освітні процеси до умов евакуації, генерують технологічні рішення для захисників, а також сприяють збереженню національної ідентичності через культуру й мову.

Функціональний вимір соціальної відповідальності як стратегічного пріоритету академічного підприємництва проявляється у глибокому впливі на всі аспекти діяльності сучасного університету. Вона виконує інтегративну роль, поєднуючи освітню, дослідницьку та підприємницьку складові в єдину систему, орієнтовану на довгостроковий суспільний добробут. Соціальна відповідальність формує етичну основу прийняття рішень, слугує критерієм якості управлінських стратегій та спрямовує академічні ініціативи на досягнення загального блага. У внутрішньому середовищі університету вона стимулює розвиток культури співучасті, взаємоповаги та демократичного управління, активізує студентське й викладацьке самоврядування, а також зміцнює відчуття належності до освітньої спільноти. Водночас у зовнішньому вимірі соціальна відповідальність сприяє формуванню сталих зв'язків з місцевими громадами, органами влади, бізнесом і неурядовими організаціями, що дозволяє реалізовувати спільні ініціативи на користь суспільства.

Академічне підприємництво в умовах війни означає здатність швидко переорієнтовуватись: запускати стартапи, пов'язані з безпековими технологіями, медичними інноваціями чи реабілітаційними проєктами; налагоджувати партнерства з іноземними університетами для продовження досліджень; залучати фінансову підтримку на користь як студентства, так і громад, що опинились у кризі. Така діяльність демонструє не лише адаптивність, а й моральну відповідальність перед суспільством.

Соціальна відповідальність у таких обставинах охоплює і питання збереження людського капіталу, підтримки молоді, формування світогляду, вкоріненого в гідності, солідарності та співдії. Вона проявляється в здатності університетів стати осередками надії – навіть тоді, коли поруч лунають сирени.

Університети мають стратегічну місію – не лише не зупинити своє функціонування, а й зміцнити моральну основу країни, стати носіями правди, наукової думки, критичного мислення й культурної самобутності. У цьому полягає їхня роль у післявоєнному відновленні – як осередків, що закладають фундамент для справедливого, сталого й людського суспільства. Академічне підприємництво в умовах війни – це форма опору, платформа для взаємодії науки, держави й громади. І соціальна відповідальність тут постає як внутрішнє ядро, що тримає інституцію в тонусі, спрямовує її дії та формує моральну легітимність у найважчі часи.

Література

1. Белялов, Т.Е. (2018). Феномен підприємницьких університетів та їх фінансова безпека. *Вісник КНУТД спецвипуск. Серія «Економічні науки» VIII Міжнародна науково-практична конференція «Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти»*, 345-354.
2. Жуков, С. А. (2017). Академічне підприємництво як фактор підвищення ефективності підприємств і формування інноваційного потенціалу економіки України. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*, (33), 65-74.
3. Bielialov, T. (2022). Optimization of innovation processes at industrial enterprises under the conditions of the martial law. *Journal of Hygienic Engineering & Design*, 41.
4. Gryshchenko, I. M., Hanushchak-Yefimenko, L. M., Scherbak, V. G., & Volianyk O. Y. (2022). Mathematical modeling of increasing energy efficiency of the university in the energy hub knowledge system. *Journal of Strategic Economic Research*, (5), 34–43.