

**Рибіна Є. П.**

Національний університет «Києво-Могилянська академія»,  
студентка Факультету економічних наук,  
кафедра економічної теорії, магістерська програма, II курс

## **ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ**

Аналіз сучасних досліджень з проблематики інновацій в соціальній сфері дозволяє виділити три основні типи визначення поняття «соціальних інновацій». По-перше соціальні інновації можна визначити як нові стратегії, концепції, ідеї та організації, що задовольняють різні типи соціальних потреб, — від умов праці і освіти до розвитку громад та охорони здоров'я, і сприяють поширенню та зміцненню громадянського суспільства [2]. У цьому розумінні соціальні інновації — нововведення у соціальній сфері, що сприяють вирішенню суперечностей, які виникають в умовах неоднорідного та нестабільного суспільного розвитку, посилення процесів соціальної мобільності.

По-друге, соціальна інновація пов'язується з процесом здійснення змін (прийняття і впровадження рішень), нестандартне рішення соціальної проблеми, яке є більш ефективним, доцільним, життєздатним, або існуючі рішення, для яких створенні цінності виникають переважно для суспільства в цілому, ніж для окремих індивідів [3]. І по-третє, соціальні інновації розглядаються як процес перетворення нововведень на соціокультурні норми і зразки, що забезпечує їхню інституціоналізацію і закріплення у сфері духовної і матеріальної культури суспільства [1].

Щодо своїх ознак, то дослідники визначають, що соціальні інновації можуть бути визначені і потенційно поширені поза їх початковим контекстом, здійснюються скоріше організаціями, ніж індивідами та відповідають соціальним потребам. Різноманітність підходів до визначення і класифікації соціальних інновацій пов'язана з їх багатоплановістю. Соціальні інновації охоплюють три шари суспільного устрою: соціально-економічні інститути, соціальну структуру та соціокультурні характеристики суспільства — найбільш глибинний шар і тому стратегічний об'єкт інноваційної діяльності — структуру цінностей, потреб, мотивацій, норм та моделей повсякденної поведінки [1].

Науковець Набатова О. [2] у своїй праці наводить чотири основні перешкоди впровадження соціальних інновацій в Україні. До першої групи відносяться концентрація капіталу у відносно невеликої частини населення без необхідного з її боку внеску у забезпечення динамічного розвитку країни і підвищення рівня життя громадян, при якому встановився стійкий негативний зворотний зв'язок, а саме низький рівень добробуту населення став важливим чинником, що стримує подальші інновації.

До другої групи належать хаотичне утворення великої кількості інститутів, які не виконують функції суспільного впорядкування та розвитку і навіть в деяких випадках діють антисоціально. Напівлегальний характер основного потоку інноваційної активності також став перепорою на шляху соціальних інновацій. Третя група включає занепад комуністичної ідеології, яка мала значною мірою елементи соціальної солідарності, призвів до формування індивідуалістичних настанов, поширенню опортуністичної поведінки, актуалізації приватного інтересу, не збалансованого з інтересами суспільства.

Успішність соціальних інновацій в Україні залежить не тільки від зусиль держави, а насамперед від прийнятності її елементів для людей, можливості засвоєння і закріплення суспільством певних нововведень. Інноваційний процес у сучасних умовах може бути успішним лише за наявності і активності креативного прошарку населення, тому він повинен запроваджуватися у активному діалозі на основі всебічного узгодження інтересів. Соціальні інновації можна знайти у будь-якій сфері суспільного життя, втім найпомітніша їх реалізація спостерігається у взаємодії різних суспільних груп — для задоволення спільних потреб [1].

Центр соціальних інновацій при Стенфордському університеті визначає основні драйвери соціальних інновацій – три основні механізми, які є рушійною силою сучасних

соціальних інновацій. До них відносять обмін ідеями і цінностями, зміну в ролях і відносинах та інтеграцію приватного капіталу з громадською та благодійною підтримкою [4]. В кінцевому рахунку, найбільш складні і важливі проблеми не можуть бути зрозумілі та вирішені без залучення некомерційних, громадських і приватних секторів.

#### Література:

1. Бойко-Бойчук Л. В. Поняття «соціальна інновація»: типи визначень, приклади застосування / Л. В. Бойко-Бойчук // Наука та інновації. — 2009. — Т. 5. — № 3. — С. 94–99.
2. Набатова О. О. Соціальні інновації: поняття, види, суб'єкти // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. — 2011. — № 6. — С. 58-66.
3. Phillips Jr., Deiglmeier K., Miller D. Rediscovering Social Innovation / Stanford Social Innovation Review. — Fall 2008. — // [http://ssir.org/articles/entry/rediscovering\\_social\\_innovation](http://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation).
4. Center for Social Innovation [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation> — Назва з екрана.

**Риженков М.А.**

Національний університет «Києво-Могилянська академія»,  
аспірант кафедри економічної теорії

### МОДЕЛІ ГЕТЕРОГЕННИХ ФІРМ ДЛЯ ГЛИБШОГО РОЗУМІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

“Старі” теорії міжнародної торгівлі, такі як модель Рікардо та модель Хекшера-Оліна, розглядали міжнародну торгівлю з тієї точки зору, що обмін товарами відбувається між країнами в цілому за рахунок порівняльних переваг та різної забезпеченості факторами виробництва. «Нова» теорія міжнародної торгівлі, започаткована моделлю Кругмана, дала змогу подивитись на міжнародну торгівлю більш глибоко, пояснюючи її тим, що споживачі полюбляють споживати різноманітні товари, виробництво яких забезпечують підприємства за умов монополістичної конкуренції. Проте, «новій» теорії міжнародної торгівлі бракувало пояснень як відмінності у характеристиках підприємств в межах окремих галузей визначають їх здатність до виходу на зовнішні ринки.

Ця проблему було вирішено з появою «нової» «нової» теорії міжнародної торгівлі, одним з найяскравіших представників якої є модель Марка Меліца. Модель Меліца поєднує у собі модель монополістичної конкуренції Кругмана та модель промислової динаміки Хоппенхайна, що дало змогу показати як продуктивність підприємств впливає на вхід чи вихід фірм на/з міжнародних ринків. Проте, попри свою поширеність у західній науці, а також цілому набору теоретичних та емпіричних висновків, що дають змогу краще зрозуміти як економіка реагує на міжнародну торгівлю та торговельну політику, застосування моделей гетерогенних фірм в Україні лишається на початковому етапі.

Так, відповідно до сучасного підходу у теорії міжнародної торгівлі, саме поведінка фірм є центральною для пояснення потоків товарів та послуг. Підприємства відрізняються за розміром, продуктивністю та рядом інших індивідуальних характеристик. Нове підприємство, почавши оперувати на внутрішньому ринку, зважаючи на свою продуктивність, приймає рішення залишатися або припинити виробництво. Серед тих, що є достатньо продуктивними, щоб генерувати дохід необхідний для покриття витрат, найпродуктивніші здатні також покривати додаткові витрати на здійснення експортної діяльності, а тому виходять на зовнішні ринки. У подальшому експортер може лишитись