

УДК 347.19

*А. В. Барков, Я. С. Гришина*

**«УНИВЕРСИТЕТ 3.0»: ПРАВОВАЯ МОДЕЛЬ УЧАСТИЯ ВУЗА  
В ИННОВАЦИОННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

5

*Предлагается правовая модель участия вуза в инновационном предпринимательстве; даются научно-практические рекомендации по формированию конкурентоспособных и некоммерциализированных социально-предпринимательских инновационных университетов. Обосновывается тезис о том, что «вуз нового поколения» должен формироваться на основе социально-предпринимательской идеологии.*

*This article describes a legislative framework for a new model of higher education institutions, oriented towards business and innovation. The author offers practical recommendations for the development of competitive socio-entrepreneurial innovation-based universities. It is shown that the new generation university should be formed on the basis of the socio-entrepreneurial ideology.*

**Ключевые слова:** предпринимательский университет, инновационный университет, социальное предпринимательство, технологическое предпринимательство.

**Key words:** entrepreneurial university, innovative university, social entrepreneurship, technological entrepreneurship.

Выступая на Гайдаровском форуме – 2017 «Россия и мир: выбор приоритетов» и комментируя обновленный курс государственной политики в образовательной сфере, Л. Огородова подчеркнула: «На дальнейшее развитие инновационной, предпринимательской деятельности вузов направлен и национальный проект "Вузы как центры пространства создания инноваций"» [11]. Реализация утвержденного в октябре 2016 г. приоритетного проекта, как полагают эксперты, невозможна без формирования концепции «вузов нового поколения», условно называемых в мировом образовательном сообществе «университетами 3.0», или «предпринимательскими университетами» [21]. Вместе с тем отсутствие единства мнений относительно того, что следует понимать под «предпринимательским университетом», о его правовом статусе, роли и месте в создании инноваций и инновационном предпринимательстве обуславливает актуальность исследования данных вопросов.

Не секрет, что продолжающаяся в настоящее время политика сокращения государственного бюджетного финансирования «заставляет университеты заниматься поиском путей привлечения внебюджетных средств, носящих как профилейный, образовательный характер, так и



непрофильный, исключительно коммерческий» [12, с. 37]. Возникает вопрос: следует ли рассматривать приоритетный проект как продолжение государственной образовательной политики, направленной на «коммерциализацию» вузов, или речь идет о качественно иной смене парадигмы в образовании? Понимать ли под «предпринимательским университетом» образовательную организацию, занимающуюся коммерческой (инновационной предпринимательской) деятельностью?

Несмотря на достаточно активное применение данной дефиниции, понятие «предпринимательский университет» используется в различных противоречивых значениях: как вуз, способный привлечь дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения образовательной деятельности; как университет, применяющий инновационные методы обучения; как вуз, тесно взаимодействующим с бизнесом, внедряющим разработки университетской науки [9, с. 52].

Как принято считать, термин «предпринимательский университет» ввел в научный оборот в 1998 г. Б. Р. Кларк, раскрыв при этом его сущностные характеристики: 1) усиление управленческого ядра университета, 2) расширение связей с группами и организациями за пределами вуза, 3) диверсификация источников финансирования, 4) стимулирование предпринимательской активности подразделений вуза, 5) развитие всеобъемлющей предпринимательской культуры [24]. Представляется, что в трактовке Кларка, прилагательное «предпринимательский» указывало на способ управления, помогающий наиболее эффективно расширению внутренних связей с учетом оптимизации собственных ресурсов и нацеленный на стимулирование образовательной деятельности. При этом главный акцент был сделан не на получение прибыли, что, несомненно, предполагалось, но не культивировалось, а на развитие предпринимательской культуры.

Очевидно, что данная идея созвучна общей идеологии *социального предпринимательства*, успешно применяемого во многих странах развитого правопорядка Америки, Европы и Юго-Восточной Азии, прочно стоящих на пути построения социального государства и постиндустриальной экономики, в решении различных проблемных социальных вопросов (от экологических до защиты социально уязвимых слоев общества), включая образование. Профессор Стэнфордского университета, директор Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка (США) Г. Диз, обогативший научный оборот термином «социальное предпринимательство», отмечал, что «наше время созрело для того, чтобы решать социальные проблемы "предпринимательскими" средствами» [26]. Г. Диз выделял следующие пять факторов, определяющих социальное предпринимательство: 1) принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага); 2) выявление и использование новых возможностей для реализации выбранной миссии; 3) осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения персонала; 4) решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами; 5) высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом в целом [26].



Популярность идеи социального предпринимательства, по мнению профессора Г. Диза, вызвана тем, что оно «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью» [2, с. 3]. В связи с этим не случайно Б.Р. Кларк в последующих своих работах термины «предпринимательский» и «инновационный» употреблял как тождественные. При этом понятие «инновационный университет» казалось ему более привлекательным, чем «предпринимательский университет» [3, с. 20]. Именно инновационная предпринимательская деятельность, как полагал ученый, становится основой трансформации современного университета [3, с. 21 – 26].

В научной литературе под инновационным предпринимательством понимается технологическая предпринимательская деятельность, объектом которой является «коммерциализация инновационных технологических решений» [10, с. 147], то есть технологические инновации. Однако представляется, что в данном определении не берется во внимание то, что инновации могут существовать и в ином виде — в виде социальных инноваций. В данном случае речь идет не о результатах интеллектуальной деятельности, введенных в гражданско-правовой оборот, а о социальных инновациях, под которыми понимаются новые идеи, методики, технологии, приводящие к позитивным общественным изменениям и способствующие решению социально значимых проблем.

Само понятие *innovation* впервые появилось в научных исследованиях XIX в. Новую жизнь оно получило в начале XX в. в работах известного австрийского экономиста Й. Шумпетера в результате анализа «инновационных комбинаций», изменений в развитии экономических систем. По его мнению, «форма и содержание развития... задаются понятием "осуществление новых комбинаций", охватывающих следующие пять случаев: 1) изготовление нового, то есть еще не известного потребителям блага, или создание нового качества того или иного блага; 2) внедрение нового, то есть еще не известного данной отрасли промышленности метода (способа) производства, в основе которого не обязательно лежит научное открытие и которое может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара; 3) освоение нового рынка сбыта, то есть такого рынка, на котором данная отрасль промышленности этой страны еще не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет; 4) получение нового источника сырья или полуфабриката, равным образом независимо от того, существовал этот источник прежде, или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его еще только предстояло создать; 5) проведение соответствующей реорганизации, например обеспечение монопольного положения (посредством создания треста) или подрыв монопольного положения другого предприятия» [22, с. 159]. Исследователь изучал инновационные процессы в свете созданной им теории «креативного разрушения» и предложил рассматривать деятельность предпринимателей как использование существующих вещей для создания новых продуктов и услуг новыми способами. Начиная с 1980-х гг. в трудах, посвященных технологическим изменениям, все больше внимания уделяется социальным факторам и их влиянию на распространение технологий.



Й. Шумпетера по праву считают «отцом» социальных инноваций, к которым относятся новые стратегии, концепции, идеи и организации. Эти инновации призваны удовлетворять любые социальные потребности — от условий труда и образования до развития сообществ и здравоохранения — и способствовать развитию и упрочению гражданского общества. Социальная инновация связана с улучшением социально-бытовых условий жизни, экологии, гигиены и безопасности труда, культуры и досуга [17]. Шумпетер отмечает, что данная дефиниция имеет множество пересекающихся значений. Социальные инновации: а) могут быть связаны с инновационными социальными процессами, такими как разработка методов и технологий источников открытого доступа; б) ассоциируются с такими социально ориентированными новшествами, как микрокредиты и дистанционное обучение; в) могут иметь место в государственном, коммерческом, некоммерческом и общественном секторах, а также в сферах взаимодействия между ними (большое количество исследований посвящено созданию условий для межсекторального сотрудничества, нацеленного на социальные преобразования).

Австрийский экономист одним из первых также обратил внимание на социальный и инновационный аспекты предпринимательства. В 1911 г. в своей работе «Теория экономического развития» Шумпетер отмечал главную функцию предпринимателя, состоящую в новаторстве, осуществлении нововведений, необходимости быть проводником экономического развития. «Производить, — по его мнению, — значит комбинировать имеющиеся в нашей сфере вещи и силы... Производить... значит создавать другие комбинации из этих вещей и сил» [22, с. 158]. В отличие от предшественников, Й. Шумпетер не ставил доходность на первое место и не связывал ее с личной выгодой предпринимателя. В первую очередь, по его мнению, прибыль служила средством оценки результата деятельности. Он считал, что, в отличие от бизнеса, предпринимательство не связано тесно с доходом и прибылью, а является фактором изменений в экономике. Значение взглядов Й. Шумпетера в развитии теории предпринимательства заключается в том, что им был сделан вывод о различии предпринимательства и традиционного бизнеса, нацеленного на извлечение прибыли: первое характеризуется социальной направленностью.

Данный подход получил развитие в работах П. Друкера, утверждавшего, что предпринимательство предполагает управление, отличное от существующего. Вместе с тем П. Друкер не считал всякое развитие бизнеса предпринимательством. По его мнению, расширение бизнеса могло быть рутинным процессом, не связанным с преобразованием и новаторством. В первую очередь существенной характеристикой предпринимательства исследователь признавал доходность деятельности [2, с. 5]. По мнению ученого, успешная организация должна была в своей работе придерживаться трех принципов: а) постоянное усовершенствование продукта; б) использование своих знаний для собственного развития; в) системность инновационной деятельности. П. Друкер



впервые трактовал инновации не только как технические, но и как социальные. Именно он на основе анализа экономического успеха Японии, базировавшегося на социальных инновациях, вплотную приблизился к идее социального предпринимательства [2, с. 13]. По его мнению, социальные предприниматели «изменяют поведение и способности общества» [27, р. 88–93]. П. Друкер рассматривал новаторство как важную экономическую категорию, реализовать которую возможно соответствующими инновационными методами.

В развитие взглядов Й. Шумпетера и П. Друкера предпринимательскую деятельность, направленность которой связывается со смягчением или решением социальных проблем при сочетании социального и экономического эффекта, следует считать *социальным предпринимательством*. В то же время главной сущностной характеристикой этого явления признается то, что данная деятельность должна быть инновационной [4, с. 45]. При этом в технологическом предпринимательстве приоритет в большей степени отдается достижению экономического дохода, а в социальном акцент делается на обеспечение социального эффекта.

Таким образом, вполне обоснованно считать понятие «инновационное предпринимательство» родовым по отношению к его разновидностям — технологическому и социальному предпринимательству. При таком подходе становится более понятной логика приоритетного проекта, нацеленного на «создание в субъектах Российской Федерации университетских центров инновационного, технологического и социального развития регионов» [16], где вузу нового поколения отводится ключевая роль.

По мнению экспертов, в современных условиях построения модели «экономики знаний» с учетом мирового опыта следует существенно скорректировать традиционные представления о функциях вуза. Если в первоначальной версии «Университет 1.0» образовательные организации ориентировались на подготовку кадров и поиск талантов, в версии «Университет 2.0» задачи усложнились за счет исследовательских компетенций и экспертизы, востребованных экономикой, то реализация концепции «Университет 3.0» направлена на формирование интегрированной предпринимательской экосистемы, в которой университеты становятся ключевыми поставщиками инноваций, превращаются в градообразующие центры экономических кластеров. Участие вузов в инновационном предпринимательстве сводится к роли экономических агентов, крупных компаний, способных управлять результатами интеллектуальной деятельности и успешно ориентирующихся в условиях формирования новых рынков [20]. Таким образом, сам университет непосредственно субъектом предпринимательства не становится, а является лишь организатором.

Вместе с тем представляется некорректным отождествление проекта «Университет 3.0» и «Предпринимательского университета» [19], не принимая во внимание социальный и инновационный аспекты понятия «предпринимательство». Убеждены, что переориентация вуза с социальной образовательной на предпринимательскую функцию не мо-



жет привести его к трансформации в университет «нового поколения». Представляется, что не случайно в паспорте проекта обращается внимание на его «ключевые риски» — чрезмерную фокусировку «на получении прибыли университетами, а не на воспроизводстве и развитии человеческого капитала, создании технологий и производстве новых знаний» [16]. В связи с этим речь может идти только о «социально-предпринимательском (инновационном) университете».

Модератор секции «Университеты 3.0: будущее рядом?» Гайдаровского форума, ректор Университета ИТМО В. Васильев предложил экспертам ответить на вопрос, должны ли университеты будущего совмещать три миссии — образовательную, исследовательскую и предпринимательскую? На наш взгляд, все эти миссии органично увязываются с идеологией социального предпринимательства, рассматриваемого в странах развитого правопорядка как продолжение или новый вектор государственной социальной политики, направленной на решение различных социальных проблем, включая вопросы образования. В соответствии с Законом об образовании [13] образовательная организация имеет правовой статус некоммерческой организации, которой не разрешено заниматься предпринимательской деятельностью, а допускается только осуществлять приносящую доход деятельность (ст. 50 ГК РФ). Эта деятельность при некоторых условиях может подпадать под определение социального предпринимательства.

За последнее десятилетие во многих странах данная идеология получила практическое воплощение. В 2006 г. в Великобритании при Кабинете министров сформирован Департамент социального предпринимательства; в 2010 г. в Южной Корее при правительстве создано Агентство по продвижению социального предпринимательства. В 2011 г. в странах Евросоюза в качестве одной из антикризисных мер стратегической программы «Европа-2020» Еврокомиссией выдвинута инициатива «Социальный бизнес», целью которой является поддержка социального предпринимательства [25]. В том же году в США объявлено о формировании «четвертого сектора экономики», на базе которого с использованием инноваций социального предпринимательства успешно решаются многие социальные проблемы. Таким образом, сегодня идеология социального предпринимательства выходит за рамки традиционного его понимания как хозяйственной деятельности социально ориентированной организации, нацеленной не столько на извлечение прибыли, сколько на получение социального эффекта, и приобретает новый уровень осмысления как межсекторного взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в решении различных социальных проблем с использованием инновационных технологий, правовое обеспечение которых осуществляется гармоничным воздействием частного и публичного правового инструментария.

С развитием идеологии социального предпринимательства в трудах зарубежных ученых нашла отражение и эволюция концепции «предпринимательского университета». Профессор Стэнфордского университета Г. Ицкович в соавторстве с Л. Лейдесдорфом в развитие этой концепции создал теорию «тройной спирали» (*Triple Helix*), которая



описывает инновационное развитие через динамику отношений университета, бизнеса и правительства на национальном и региональном уровнях. Модель «тройной спирали» показывает организационное взаимодействие трех секторов: гражданского общества (университет, наука), государства и бизнеса — на каждом этапе создания инновационного продукта. Университеты, выполняя образовательную и социально-предпринимательскую миссию, занимаются научными исследованиями, а инновационный продукт (посредством создания в университетских инкубаторах высокотехнологичных корпораций) доводят до потребителя, внося свой вклад в социально-экономическое развитие региона. Государство, в дополнение к своей традиционной законодательной и стимулирующей роли, выступает как публичный заказчик и венчурный инвестор. Причем лидирующая и организующая роль в этих отношениях отводится университету, который подготавливает квалифицированных инновационных предпринимателей, нацеленных на производство и реализацию инноваций для бизнеса [18].

Представляется, что в России данный зарубежный опыт может быть востребован в целях успешной реализации приоритетного национального проекта «Вузы как центры пространства создания инноваций», направленного на обеспечение устойчивой глобальной конкурентоспособности ведущих российских университетов, создание в субъектах Российской Федерации университетских центров инновационного, технологического и социального развития регионов [16]. Вместе с тем представляется необходимым скорректировать и программы развития конкуренции в субъектах РФ [14] с учетом лидирующей социально-предпринимательской роли университетов. Прискорбно, что в региональном перечне социально значимых рынков (включающем одиннадцать рынков социально значимых услуг) науке и образованию, непосредственно обеспечивающим приращение человеческого потенциала общества, места не нашлось [8, с. 18].

Экспертами справедливо отмечается, что если во всем мире университеты объединяют потоки человеческого и финансового капиталов, берут на себя роль системных интеграторов основных процессов инновационного предпринимательства, то в России этот процесс, как и в целом социальное предпринимательство, пока еще находится в самой начальной стадии [20]. Сегодня в США, одном из лидеров мирового университетского предпринимательства, насчитывается около 4 тыс. учреждений высшего образования, половина из которых — частные университеты [15]. Все они как центры формирования социально-предпринимательской инфраструктуры успешно конкурируют с государственными вузами на рынке образовательных услуг.

В России, где нет реальной поддержки частного образования, ситуация осложнена отсутствием конкурентного рынка в образовательной сфере и может быть охарактеризована как *квазиобразовательный рынок*. Все это приводит к неэффективности управления публичным имуществом, переданным государственным вузам на праве оперативного управления, а не на праве собственности. Концепция приватизации



имущества государственных университетов отсутствует, что затрудняет использование инвестиционных правовых инструментов государственно-частного партнерства.

Представляется, что в целях разгосударствления рынка образовательных услуг, обеспечения высокой инновационной конкурентоспособности вузов целесообразно предусмотреть возможность приватизации университетского имущества в форме акционирования, оставив при этом корпоративный контроль публичному собственнику (50 % акционерного капитала + 1 акция, «золотая акция» и другие подобные механизмы). При этом уставом вуза может быть определен — с учетом заслуг и статуса профессорско-преподавательского состава — особый порядок распределения обыкновенных и привилегированных акций. Вместе с тем, чтобы университет не превратился в результате приватизации в коммерческую корпоративную организацию, действующую в организационно-правовой форме публичного акционерного общества (ПАО), следует предусмотреть в его названии указание на то, что это *социально-предпринимательское акционерное общество*. «Социально-предпринимательское» — здесь не формальное прилагательное, а дополнительные социальные обязательства университета, заключающиеся в необходимости реинвестирования не менее 65 % прибыли от реализации инвестиционного продукта в уставную деятельность, определенную образовательной миссией. Только при соблюдении этого условия университет вправе из оставшейся части прибыли выплачивать дивиденды. Несомненно, что такие обязательства не могут быть навязаны вузу «сверху», а должны быть следствием решения общего собрания акционеров.

Нужно отметить, что данное научно-практическое предложение основано на обобщении зарубежного правоприменительного опыта социального предпринимательства. Впервые легализация требования распределения не более 35 % прибыли между акционерами (участниками) была осуществлена в Великобритании Законом о компаниях 2004 г. [6]. Этим актом вводилась новая организационно-правовая форма компании общественных интересов (*community interest company — CIC*), непосредственно предназначавшаяся для осуществления социального предпринимательства, то есть для деятельности, нацеленной не столько на получение прибыли, сколько на общественную пользу [1]. Успехи социально-предпринимательского сектора Великобритании: обеспечение трудоустройства 775 тыс. человек, что составляет 8,4 % от британского рынка занятости [23], товарооборот более 15 тыс. британских социальных предприятий превышает 22 млрд евро [28] — выглядят внушительнее в сравнении с другими странами, чему в немалой степени способствовало появление новаторской конструкции юридического лица.

Компании общественных интересов (*CIC*) обладают и имиджевыми преимуществами. Британский потребитель, оплачивая социальную услугу, знает, что 2/3 прибыли организации будет реинвестировано на социальные или благотворительные цели. При условии одинакового с другими социальными услугами качества услуги, оказываемые компа-





нией общественных интересов, будут более конкурентоспособны. Государство, оптимизируя межсекторное взаимодействие на рынке социальных услуг и оказывая поддержку данным социальным организациям, уверено в их эффективности. Этот опыт востребован во всем мире. По аналогии с британской компанией общественных интересов ограничение в распределении прибыли предусмотрено для социальных предпринимателей в Канаде, Южной Корее, Вьетнаме, многих европейских странах.

Ограничение прибыли коммерческих организаций в целях ее реинвестирования в социальную сферу в соответствии с идеологией социального предпринимательства обеспечивает на рынке социальных (образовательных) услуг приоритет социального эффекта над экономическим. Если для социально ориентированного предпринимательства решение социальных проблем — его право, то для социально-предпринимательской корпорации — уже обязанность. Представляется, что статус вуза нового поколения как социально-предпринимательского университета, его роль и место в создании инноваций и инновационном предпринимательстве должны быть скорректированы с учетом поддержки на государственном уровне идеологии социального предпринимательства. Это предполагает форсирование принятия федерального закона «О социальном предпринимательстве», в котором следует нормативно закрепить предлагаемые научно-практические рекомендации. Как подсказывает мировой опыт, только на базе формирования социального предпринимательства возможны успешная реализация национального проекта «Вузы как центры пространства создания инноваций» и создание конкурентоспособных и «некоммерциализированных» социально-предпринимательских инновационных университетов.

### Список литературы

1. Антонова А. Великобритания: новый Закон о компаниях. Основные новеллы, практика применения // GSL. URL: <http://qps.ru/daFmU> (дата обращения: 18.02.2017).
2. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепции социального предпринимательства с учетом возможности его применения в современной России. М., 2007.
3. Кларк Б.Р. Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации / пер. с англ. А. Смирнова. М., 2011. (Теория и практика образования).
4. Гришина Я.С. Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства : монография / под ред. Н.А. Баринова. М., 2016.
5. Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2012. №2. С. 111 – 120.
6. Закон о компаниях 2004 г. (Аудит, расследования и компании общественного интереса) (Companies (Audit, Investigations and Community Enterprise) Act 2004). URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2004/27/contents> (дата обращения: 16.02.2017).



7. Каким должен быть университет будущего? URL: [http:// indicator.livejournal.com/24905.html](http://indicator.livejournal.com/24905.html) (дата обращения: 13.02.2017).

8. Кицай Ю. А. Правовое обеспечение конкурентоспособности негосударственных организаций в социальной сфере. М., 2016.

9. Константинов Н. Г., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. №1. С. 49–62.

10. Куфтырев И. Г., Передня С. С. Международный инновационный коридор как инфраструктурный фактор развития технологического предпринимательства // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Экономические науки. 2013. №3. С. 147–152.

11. Огородова Л. Университеты 3.0: будущее рядом? URL: <http://sstu.ru/mnenie/university-3-0-budushchee-ryadom.html> (дата обращения: 13.02.2017).

12. Нюхаев Д. В. Особенности предпринимательской деятельности на рынке образовательных услуг // Вестник ТГУ. 2010. Вып. 4 (84). С. 36–42.

13. Об образовании в Российской Федерации: федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // Собрание законодательства РФ. 2012. №53, ч. 1. Ст. 7598.

14. Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации: распоряжение Правительства РФ от 5 сентября 2015 г. №1738-р // Официальный сайт Правительства РФ. URL: <http://qps.ru/uEohb> (дата обращения: 16.02.2017).

15. Образование в США. URL: [https://www.unipage.net/ru/usa\\_education](https://www.unipage.net/ru/usa_education) (дата обращения: 13.02.2017).

16. Паспорт приоритетного проекта «Вузы как центры пространства инноваций», утв. Президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и приоритетным проектам (протокол №9 от 25 октября 2016 г.). [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

17. О Межгосударственной программе инновационного сотрудничества государств – участников СНГ на период до 2020 года : решение Совета глав правительств Содружества Независимых Государств от 18 октября 2011 года (Санкт-Петербург). URL: <http://belarus.news-city.info/docs/large-document-by/minsk-right07410/online-document5.htm> (дата обращения: 20.02.2017).

18. Ицкович Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии / пер. с англ.; под ред. А. Ф. Уварова. Томск, 2010.

19. Университет 3.0. URL: <http://wrf.tpu.ru/events/inst> (дата обращения: 13.02.2017).

20. Университеты 3.0 в экономике знаний. URL: <http://izvestia.runews/650622> (дата обращения: 13.02.2017).

21. Университеты 3.0: будущее рядом? URL: <http://www.gaidarforum.ru/program/14-yanvaryu/university-3-0-budushchee-ryadom> (дата обращения: 13.02.2017).

22. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982.

23. Юрманова Е. Социальные кооперативы и социальные фирмы в европейских странах: уроки для Украины. URL: [http://sophus.at.ua/publ/2011\\_11\\_15\\_16\\_kampodilsk/section\\_1\\_2011\\_11\\_15\\_16/socialnye\\_kooperativy\\_i\\_socialnye\\_firmy\\_v\\_evropejskikh\\_stranakh\\_uroki\\_dlja\\_ukrainy/3-1-0-23](http://sophus.at.ua/publ/2011_11_15_16_kampodilsk/section_1_2011_11_15_16/socialnye_kooperativy_i_socialnye_firmy_v_evropejskikh_stranakh_uroki_dlja_ukrainy/3-1-0-23) (дата обращения: 15.07.2016).

24. Clark B. R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. N. Y., 1998.

25. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions entrepreneurship 2020. Action plan. URL: <http://qps.ru/Q3p9x> (дата обращения: 13.02.2017).



26. *Dees J.G.* The meaning of social entrepreneurship // Center for the Advancement of Social Entrepreneurship / Duke University's Fuqua School of Business. 2001 (revised vers.) URL: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf) (дата обращения: 29.08.2015).

27. *Drucker P.F.* What business can learn from nonprofits // Harvard Business Review. 1989. Vol. 67, №4. P. 88–93.

28. *Lloyd S.* Transcript // Creating the CIC. 2010. 35 VT. L. REV. 31, 31–32.

#### Об авторах

Алексей Владимирович Барков – д-р юр. наук, проф., Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Россия.

E-mail: AVBarkov@ya.ru

15

Яна Сергеевна Гришина – д-р юр. наук, доц., Российский государственный университет правосудия, Россия.

E-mail: grishinel@inbox.ru

#### The authors

Prof. Aleksei V. Barkov, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia.

E-mail: AVBarkov@ya.ru

Prof. Yana S. Grishina, the Russian State University of Justice, Russia.

E-mail: grishinel@inbox.ru