

дистанційного навчання, тестовий інструментарій, дослідження методів специфікації та верифікації програмних систем.

КУЛИК Людмила – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри фізики Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

Наукові інтереси: формування та розвиток фахових компетентностей майбутніх учителів фізики та інформатики.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

ROMANENKO Tetiana – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Automation and Computer-Integrated Technologies at Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy.

Scientific interests: methodology of teaching technical disciplines and physics in higher education institutions, implementation of innovative pedagogical technologies and digital tools in the educational process, development of professional, research, and subject-specific competencies of students, and integration of interdisciplinary knowledge.

RUSINA Nataliia – PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and Technology of Programming at Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Scientific interests: methodology of teaching mathematics and computer science in higher education institutions, professional training of IT specialists, development of informatics competencies, design of information systems for distance learning, testing tools, and research of methods for specification and verification of software systems.

KULYK Liudmyla – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Physics Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy

Scientific interests: formation and development of professional competencies of future teachers of physics and computer science.

*Стаття надійшла до редакції 04.03.2026 р.
Стаття прийнята до друку 18.03.2026 р.*

УДК 78:005.3:334.72

DOI: 10.36550/2415-7988-2026-1-223-73-78

ISSN 2415–7988 (Print) ISSN 2521–1919 (Online)

КРИШТАНОВИЧ Світлана –

доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри педагогіки та психології
Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2147-9028>
e-mail: skrischtanovich@gmail.com

ПАВЛЕНЧИК Наталія –

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6164-5644>
e-mail: pavlinova75@gmail.com

ГУЦУЛЯК Вікторія –

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-4814-4674>
e-mail: Lvpavot@gmail.com

**РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У статті досліджується роль менеджера у розвитку підприємництва в соціокультурній сфері закладів вищої освіти. Актуальність теми зумовлена сучасними трансформаціями системи вищої освіти, які передбачають посилення підприємницької функції університетів, розвиток інноваційного середовища та активізацію соціокультурних ініціатив студентської молоді. У цьому контексті університети дедалі частіше виступають як центри формування підприємницьких екосистем, що поєднують освітню, наукову та соціальну діяльність. Метою статті є теоретичне обґрунтування ролі менеджера у розвитку підприємництва в соціокультурній сфері університетського середовища та визначення управлінських механізмів підтримки підприємницьких ініціатив у закладах вищої освіти. У результаті дослідження визначено, що соціокультурна сфера університету виступає важливим середовищем формування підприємницьких компетентностей студентів та розвитку соціального підприємництва. Показано, що ефективність розвитку підприємницьких ініціатив у цій сфері значною мірою залежить від управлінської діяльності менеджерів, які координують соціокультурні проекти, забезпечують взаємодію між університетом, бізнесом і громадськими організаціями, а також сприяють формуванню підприємницької культури університету. Обґрунтовано, що ключовими механізмами розвитку підприємництва у соціокультурній сфері є інтеграція підприємницької освіти у навчальний процес, створення організаційної інфраструктури підтримки інноваційних ініціатив, розвиток партнерства з бізнесом та громадським сектором, а також впровадження сучасних управлінських підходів у діяльність університету. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів у діяльності закладів вищої освіти, зокрема при розробленні освітніх програм з менеджменту соціокультурної діяльності, організації соціокультурних проектів та формуванні підприємницького середовища університету.

Ключові слова: менеджер, підприємництво, соціокультурна сфера, вища освіта, підприємницький університет, підприємницька культура, соціальне підприємництво.

KRYSHTANOVYCH Svitlana –

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Professor of the Department of Pedagogy and Psychology
Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2147-9028>
e-mail: skrischtanovich@gmail.com

PAVLENCHYK Nataliia –

Doctor of Economic Science, Professor, Head of
the Department of Economics and Management
Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6164-5644>
e-mail: pavlinova75@gmail.com

HUTSULIAK Viktoriia –

PhD in Economics, associated professor at
the Department of Economics and Management
Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture
ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-4814-4674>
e-mail: Lvpavot@gmail.com

THE ROLE OF THE MANAGER IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE OF HIGHER EDUCATION

The article examines the role of managers in the development of entrepreneurship in the socio-cultural sphere of higher education institutions. The relevance of the research is determined by the ongoing transformation of higher education systems, which increasingly emphasize the entrepreneurial function of universities, the development of innovative environments, and the activation of students' socio-cultural initiatives. In this context, universities are becoming centers for the formation of entrepreneurial ecosystems that combine educational, scientific, and social activities. The purpose of the article is to theoretically substantiate the role of managers in the development of entrepreneurship in the socio-cultural environment of universities and to identify managerial mechanisms for supporting entrepreneurial initiatives in higher education institutions. The results of the study demonstrate that the socio-cultural sphere of the university serves as an important environment for developing students' entrepreneurial competencies and social entrepreneurship initiatives. The study shows that the effectiveness of entrepreneurial initiatives largely depends on the managerial activities of socio-cultural managers who coordinate cultural and social projects, facilitate cooperation between universities, business, and civil society organizations, and promote the formation of an entrepreneurial culture within the university environment. It is substantiated that the key mechanisms for entrepreneurship development in the socio-cultural sphere include the integration of entrepreneurship education into academic programs, the creation of organizational infrastructure to support innovative initiatives, the development of partnerships with business and public institutions, and the implementation of modern management approaches in university activities.

Key words: manager, entrepreneurship, socio-cultural sphere, higher education, entrepreneurial university, entrepreneurial culture, social entrepreneurship.

Постановка та обґрунтування актуальності проблеми. Сучасні трансформації системи вищої освіти пов'язані з переходом університетів до інноваційних моделей розвитку, у межах яких посилюється їхня роль як осередків формування підприємницького середовища, генерації знань та соціально-економічного розвитку суспільства. У науковій літературі ця тенденція описується через концепцію «підприємницького університету», що передбачає інтеграцію освітньої, наукової та підприємницької діяльності, а також активну взаємодію закладів вищої освіти з бізнесом і суспільством [1]. Згідно з підходом Б. Кларка, підприємницький університет характеризується розвитком інноваційної місії, трансформацією внутрішньої організаційної структури та посиленням співпраці зі стейкхолдерами.

У сучасних умовах університети дедалі більше виступають як важливі елементи інноваційних та підприємницьких екосистем, сприяючи розвитку креативності, ініціативності та підприємницьких компетентностей студентів і викладачів [2; 3]. Дослідження показують, що формування підприємницької культури в університетському середовищі сприяє розвитку творчого мислення, здатності до інновацій, командної роботи та соціальної відповідальності [3]. Водночас значну роль у цих процесах відіграє управлінська діяльність, зокрема діяльність менеджерів освітніх організацій, які забезпечують

створення сприятливих умов для реалізації підприємницьких ініціатив.

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених розвитку підприємницького університету та формуванню підприємницьких компетентностей студентів, недостатньо вивченою залишається роль менеджера у розвитку підприємництва саме у соціокультурній сфері закладу вищої освіти. Потребують наукового осмислення управлінські механізми, інструменти та практики, що сприяють активізації підприємницьких ініціатив у культурно-освітньому середовищі університету. Це зумовлює актуальність дослідження ролі менеджера як ключового суб'єкта формування підприємницького потенціалу соціокультурної сфери вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика розвитку підприємництва у соціокультурній сфері та ролі менеджера в цьому процесі є предметом дослідження представників різних галузей науки: педагогіки, менеджменту, економіки та культурології. У сучасних наукових працях розглядаються питання формування підприємницької компетентності, розвитку бізнес середовища у закладах вищої освіти, а також підготовки фахівців із менеджменту соціокультурної діяльності.

У світовій науковій думці значну увагу приділено дослідженню феномену підприємницького університету, що розглядається як важливий чинник інноваційного розвитку суспільства. Зокрема, Б.

Кларк обґрунтував концепцію трансформації університетів у підприємницькі організації, які поєднують освітню, наукову та підприємницьку діяльність й активно взаємодіють із зовнішнім соціально-економічним середовищем [1]. Його дослідження показали, що підприємницькі університети формують нові організаційні моделі управління та активно інтегруються у соціально-економічний розвиток регіону.

Подальший розвиток цієї концепції представлено у працях Г. Етцковіца та Л. Лейдесдорфа, які запропонували модель «потрійної спіралі» (Triple Helix), що описує взаємодію університетів, бізнесу та держави як основу інноваційного розвитку та підприємницької діяльності у суспільстві [2; 4; 5]. Відповідно до цієї моделі, інновації виникають у результаті взаємодії трьох інституційних сфер – науки, бізнесу та державного управління.

Питання розвитку підприємницької культури в університетському середовищі досліджували також А. Гібб, П. Хеннон, С. Герреро, Д. Урбано, К. Філпотт та інші науковці [6–9]. Дослідники підкреслюють важливість формування підприємницького мислення студентів і викладачів, створення сприятливого інноваційного середовища та підтримки академічного підприємництва через управлінські механізми університету.

Теоретичні засади підприємництва як соціально-економічного та соціокультурного явища досліджують українські науковці, зокрема Г. Швець, О. Хлестун, А. Погорілецька та О. Крупа [10; 11], які підкреслюють, що підприємництво виходить за межі суто економічної діяльності й набуває ознак соціокультурного феномену, пов'язаного з інноваційністю, творчістю та розвитком культурного середовища суспільства.

Проблеми взаємозв'язку підприємництва та культурного розвитку розглядає Є. Ткач [12], який доводить, що синергія культури та підприємницької діяльності сприяє формуванню нових моделей соціально-економічного розвитку та стимулює інноваційні процеси в суспільстві.

Окрему групу досліджень становлять праці, присвячені підготовці менеджерів соціокультурної діяльності та формуванню їх підприємницьких компетентностей. Зокрема, С. Мирошніченко [13] обґрунтовує необхідність інтеграції підприємницької підготовки у систему професійної освіти менеджерів соціокультурної сфери та визначає підприємництво як специфічний стиль управлінської діяльності та модель поведінки фахівця.

Питання формування професійних якостей менеджера соціокультурної діяльності, здатного до інноваційної та підприємницької діяльності, досліджує М. Бріль [14], яка наголошує на важливості підготовки фахівців до впровадження інновацій у культурному середовищі та розвитку їх управлінського мислення.

Значну увагу науковці приділяють і ролі університетського середовища у формуванні підприємницької культури. Дослідження свідчать, що заклади вищої освіти дедалі більше виступають як центри інновацій та генерації знань, формуючи підприємницькі екосистеми, що поєднують освіту, науку та практику [3; 5; 15].

Метою статті є теоретичне обґрунтування ролі менеджера у розвитку підприємництва в соціо-

культурній сфері університетського середовища та визначення управлінських механізмів підтримки підприємницьких ініціатив у закладах вищої освіти.

Методи дослідження. У дослідженні використано комплекс загальнонаукових теоретичних методів, зокрема застосовано аналіз наукових джерел, що дозволив дослідити сучасні підходи до розвитку підприємництва та управління соціокультурною діяльністю у закладах вищої освіти. Також використано методи синтезу та узагальнення для систематизації наукових положень і формування висновків щодо ролі менеджера у розвитку підприємницьких ініціатив. Крім того, застосовано порівняльний та системний підходи, що дали змогу розглянути розвиток підприємництва у соціокультурній сфері університету як цілісну систему взаємодії управлінських, освітніх і соціальних чинників.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах трансформації системи вищої освіти зростає значення підприємницьких підходів до управління освітніми організаціями. Підприємництво дедалі частіше розглядається не лише як економічна діяльність, але і як важливий соціокультурний феномен, що пов'язаний із розвитком інновацій, творчості та соціальної активності. У цьому контексті особливої актуальності набуває проблема формування підприємницького середовища у закладах вищої освіти, що сприяє реалізації інноваційних ідей, розвитку студентських ініціатив та впровадженню нових форм соціокультурної діяльності. Однією з ключових концепцій, що пояснює роль університетів у розвитку підприємництва, є концепція підприємницького університету. Згідно з підходом Б. Кларка, університети поступово трансформуються у відкриті інноваційні системи, які активно взаємодіють із зовнішнім соціально-економічним середовищем та сприяють розвитку підприємницьких ініціатив [1]. У межах цієї концепції університет розглядається не лише як освітня установа, але й як центр інноваційної діяльності, генерації знань і формування нових соціально-економічних практик. Відповідно до моделі «потрійної спіралі», інноваційний розвиток суспільства забезпечується взаємодією трьох ключових інституцій – університетів, бізнесу та держави [2]. Відповідно до цієї концепції університет виступає активним учасником інноваційної екосистеми, сприяючи створенню нових знань, технологій та підприємницьких ініціатив. Взаємодія цих трьох сфер сприяє виникненню нових організаційних форм, таких як інкубатори стартапів, наукові парки та центри трансферу технологій [3].

У сучасних дослідженнях підкреслюється, що підприємницький університет відіграє важливу роль у розвитку регіональних інноваційних екосистем та формуванні нових економічних і соціальних моделей розвитку. Зокрема, університети сприяють комерціалізації результатів наукових досліджень, розвитку підприємницьких компетентностей студентів і формуванню інноваційної культури [6]. Особливе місце у цьому процесі займає соціокультурна сфера університету. Саме вона є простором формування соціальних цінностей, культурних практик і комунікаційної взаємодії студентів. У межах цієї сфери реалізуються культурні, освітні та соціальні проекти, що створюють передумови для розвитку соціального та культурного підприємництва.

Сучасні дослідження свідчать, що менеджери соціокультурної діяльності виконують низку важливих функцій, які нами проаналізовані та подані в табл. 1. Адже підготовка таких фахівців передбачає

формування компетентностей у сфері культурного менеджменту, соціального проєктування та підприємницької діяльності [7].

Таблиця 1

Функції менеджера у розвитку соціокультурного підприємництва університету

Функція менеджера	Зміст функції	Практична реалізація у ЗВО
Стратегічна	Формування стратегії розвитку підприємництва у соціокультурній сфері університету	Розроблення програм розвитку підприємницьких ініціатив, створення культурних стартап-платформ
Організаційна	Організація соціокультурних проєктів і підприємницьких ініціатив	Координація культурних заходів, фестивалів, студентських стартапів
Комунікаційна	Налагодження взаємодії між університетом, бізнесом, громадськими організаціями та культурними інституціями	Партнерські проєкти, співпраця з культурними організаціями та креативними індустріями
Інноваційна	Ініціювання та підтримка інноваційних ідей у соціокультурній діяльності	Створення студентських творчих лабораторій, культурних інкубаторів
Освітня	Формування підприємницьких компетентностей студентів	Проведення тренінгів, воркшопів, курсів із соціального підприємництва
Ресурсна	Залучення фінансових, інформаційних і людських ресурсів	Пошук грантів, інвесторів, партнерських програм
Соціальна	Сприяння розвитку соціальних ініціатив і громадської активності студентів	Реалізація соціальних проєктів, культурних стартапів
Координаційна	Управління взаємодією учасників соціокультурних проєктів	Організація командної роботи студентів, викладачів і партнерів

У контексті розвитку підприємництва менеджер соціокультурної діяльності виконує роль посередника між університетом та зовнішнім соціально-економічним середовищем. Він сприяє створенню умов для реалізації студентських ініціатив, розвитку культурних стартапів, організації творчих проєктів та залучення інвестицій у культурні та соціальні програми. Важливим аспектом діяльності менеджера є формування підприємницької культури університету, яка передбачає підтримку ініціативності, творчості, командної роботи та готовності до впровадження інновацій. Дослідження показують, що підприємницька культура університету формується через систему управління, освітні програми та організаційне середовище [8].

освітніх та культурних умов, що сприяють розвитку підприємницьких ініціатив студентів і викладачів (Рис. 1). Модель побудована на основі досліджень університетських підприємницьких екосистем, де ключовими елементами виступають університет, інноваційна інфраструктура, підприємницька освіта, партнерські мережі та підтримка стартапів. До ключових елементів такого середовища належать: інноваційні освітні програми; центри підтримки стартапів; студентські бізнес-інкубатори; культурні та соціальні проєкти; партнерство університету з бізнесом і громадськими організаціями. Важливою складовою розвитку підприємницького середовища є інтеграція підприємницької освіти у навчальний процес.

Нами представлено модель підприємницької екосистеми університету як комплекс організаційних,



Рис. 1. Модель підприємницької екосистеми університету

Університети впроваджують навчальні дисципліни, що спрямовані на формування підприємницького мислення, розвиток лідерських якостей та здатності до інноваційної діяльності. Зокрема, курси соціокультурного підприємництва спрямовані на формування у студентів розуміння специфіки створення та розвитку соціокультурних стартапів і управління культурними проєктами [9]. Крім того, розвиток підприємницького середовища університету пов'язаний із активною взаємодією з зовнішнім середовищем. Університети співпрацюють із орга-

нами влади, бізнесом та громадськими організаціями, що сприяє розвитку інноваційних проєктів і створенню нових можливостей для студентів. Така взаємодія є важливим елементом інноваційної екосистеми, у якій університет виступає одним із ключових центрів розвитку підприємництва [4].

Ефективний розвиток підприємництва у соціокультурній сфері університету потребує використання сучасних управлінських механізмів, систематизованих у таблиці 2.

Таблиця 2

Управлінські механізми розвитку підприємництва у соціокультурній сфері університету

Управлінський механізм	Зміст механізму	Інструменти реалізації у ЗВО	Очікувані результати
Стратегічне управління підприємницьким розвитком	Формування довгострокової стратегії розвитку підприємництва та інтеграція підприємницьких підходів у діяльність університету	Стратегія підприємницького університету. Програми розвитку інновацій. Підтримка соціокультурних стартапів	Формування підприємницької культури університету. Підвищення інноваційної активності студентів
Організаційна підтримка підприємницьких ініціатив	Створення інфраструктури підтримки підприємництва у соціокультурній сфері	Центри інновацій. Стартап-інкубатори. Студентські підприємницькі клуби.	Розвиток студентських стартапів. Створення нових соціокультурних проєктів
Освітні програми підприємницької підготовки	Формування у студентів підприємницьких компетентностей та інноваційного мислення	Навчальні курси з підприємництва. Тренінги. Воркшопи. Проєктне навчання	Розвиток підприємницьких компетентностей студентів та підвищення їх готовності до інноваційної діяльності
Розвиток партнерських мереж	Налагодження співпраці університету з бізнесом, громадськими організаціями та органами влади	Партнерські проєкти. Спільні соціокультурні програми. Участь у грантових та інноваційних програмах	Формування підприємницької екосистеми університету. Розширення можливостей реалізації соціокультурних ініціатив

Таким чином, комплексне застосування стратегічних, організаційних, освітніх та партнерських механізмів сприяє формуванню підприємницької екосистеми університету та активізації соціокультурних підприємницьких ініціатив.

Висновки та перспективи подальших розвідок напрямку. У результаті проведеного дослідження встановлено, що розвиток підприємництва у соціокультурній сфері закладів вищої освіти є важливим чинником формування інноваційного освітнього середовища та підвищення соціально-економічної активності студентської молоді. У сучасних умовах університети дедалі частіше виступають не лише як освітні та наукові установи, а й як центри формування підприємницьких ініціатив, спрямованих на вирішення соціальних і культурних проблем суспільства. Соціальне підприємництво у цьому контексті розглядається як діяльність, спрямована на пошук інноваційних рішень соціальних та культурних проблем за допомогою підприємницьких інструментів. Встановлено, що ефективний розвиток підприємництва у соціокультурній сфері університету можливий за умови поєднання кількох ключових чинників: формування підприємницької культури університету, інтеграції підприємницької освіти у навчальний процес, створення організаційної інфраструктури підтримки інноваційних проєктів та розвитку партнерства з бізнесом і громадськими організаціями. Важливим елементом цього процесу є підготовка менеджерів соціокультурної діяльності, здатних до інноваційної діяльності, стратегічного мислення та ефективного управління соціокультурними проєктами.

Перспективи подальших досліджень доцільно пов'язати з більш детальним вивченням управлінських механізмів розвитку підприємництва у соціокультурній сфері закладів вищої освіти, аналізом

ефективності освітніх програм з підготовки менеджерів соціокультурної діяльності, а також дослідженням практичного досвіду реалізації соціокультурних підприємницьких проєктів у університетському середовищі.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Clark B. R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU Press, 1998. 163 p.
2. Etkowitz H., Leydesdorff L. The dynamics of innovation: from national systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. Research Policy. 2000. Vol. 29. No. 2. P. 109–123.
3. Etkowitz H. The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation in Action. New York ; London : Routledge, 2008. 176 p.
4. Leydesdorff L., Meyer M. The Triple Helix of university–industry–government relations. Scientometrics. 2003. Vol. 58. No. 2. P. 191–203. DOI: 10.1023/A:1026276308287.
5. Cai Y., Etkowitz H. Theorizing the Triple Helix model: Past, present, and future. Triple Helix. 2021. Vol. 8. No. 2. P. 189–226.
6. The entrepreneurial university: Examining the underlying academic tensions / K. Philpott et al. Technovation. 2011. Vol. 31. No. 4. P. 161–170. DOI: 10.1016/j.technovation.2010.12.003.
7. Guerrero M., Urbano D. The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations’ performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. Technological Forecasting and Social Change. 2017. Vol. 119(C). P. 294–309.
8. Gibb A., Hannon P. Towards the entrepreneurial university? International Journal of Entrepreneurship Education. 2006. Vol. 4. P. 73–110.
9. Davey T., Hannon P., Penaluna A. Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship: Introduction to the special issue. Industry and Higher Education.

2016. Vol. 30. No. 3. P. 171–182. DOI: 10.1177/095042216656699.

10. Швець Г. О. Соціальне підприємництво: теоретичні та практичні аспекти. Економіка і організація управління. 2020. № 3. С. 243–251.

11. Погорілецька А. Соціокультурні аспекти підприємницької діяльності. Актуальні проблеми духовності. 2017. Вип. 18. С. 252–257. DOI: 10.31812/apd.v0i4.1618.

12. Ткач Є. Взаємозв'язок і синергія розвитку підприємництва та культури в сучасних умовах. Вісник економіки. 2025. Вип. 2. С. 275–286.

13. Мирошніченко С. Підприємництво як напрям управлінської освіти менеджера соціокультурної діяльності. Університети і лідерство. 2024. № 18. С. 103–118. DOI: 10.31874/2520-6702-2024-18-103-118.

14. Бріль М. Менеджер соціокультурної діяльності як суб'єкт інновацій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності. 2018. Вип. 1. С. 41–52. DOI: 10.31866/2616-7573.1.2018.143386.

15. The triple helix in developed countries: when knowledge meets innovation? / F. Fidanoski et al. Heliyon. 2022. Vol. 8. Iss. 8. Art. e10168. DOI: 10.1016/j.heliyon.2022.e10168.

REFERENCES

1. Clark, B. R. (1998). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU Press. [in English]

2. Etkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from national systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. Research Policy. 29(2). P. 109–123. URL: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4) [in English]

3. Etkowitz, H. (2008). The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation in Action. Routledge. [in English]

4. Leydesdorff, L., & Meyer, M. (2003). The Triple Helix of university–industry–government relations. Scientometrics. 58(2). P. 191–203. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1026276308287> [in English]

5. Cai, Y., & Etkowitz, H. (2021). Theorizing the Triple Helix model: Past, present, and future. Triple Helix. 8(2). P. 189–226. DOI: <https://doi.org/10.1163/21971927-bja10018> [in English]

6. Philpott, K., Dooley, L., O'Reilly, C., & Lupton, G. (2011). The entrepreneurial university: Examining the underlying academic tensions. Technovation. 31(4). P. 161–170. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2010.12.003> [in English]

7. Guerrero, M., & Urbano, D. (2017). The impact of Triple Helix agents on entrepreneurial innovations' performance: An inside look at enterprises located in an emerging economy. Technological Forecasting and Social Change. 119(C). P. 294–309. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.031> [in English]

8. Gibb, A., & Hannon, P. (2006). Towards the entrepreneurial university? International Journal of Entrepreneurship Education. 4. S. 73–110. [in English]

9. Davey, T., Hannon, P., & Penaluna, A. (2016). Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship: Introduction to the special issue. Industry and Higher Education. 30(3). P. 171–182. DOI: <https://doi.org/10.1177/0950422216656699> [in English]

10. Shvets, H. O. (2020). Sotsialne pidpriemnytstvo: teoretichni ta praktychni aspekty [Social entrepreneurship: theoretical and practical aspects]. Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia. (3). S. 243–251. [in Ukrainian]

11. Pohoriletska, A. (2017). Sotsiokulturni aspekty pidpriemnytskoi diialnosti [Socio-cultural aspects of

entrepreneurial activity]. Aktualni problemy dukhovnosti. (18). S. 252–257. DOI: <https://doi.org/10.31812/apd.v0i4.1618> [in English]

12. Tkach, Ye. (2025). Vzaiemozviazok i synerhiia rozvytku pidpriemnytsva ta kultury v suchasnykh umovakh [Interconnection and synergy of entrepreneurship and culture development in modern conditions]. Visnyk ekonomiky. (2). S. 275–286. [in Ukrainian]

13. Myroshnychenko, S. (2024). Pidpriemnytstvo yak napriam upravlinskoï osvity menezhera sotsiokulturnoi diialnosti [Entrepreneurship as a direction of management education for a manager of socio-cultural activities]. Universities and Leadership. (18). S. 103–118. DOI: <https://doi.org/10.31874/2520-6702-2024-18-103-118> [in Ukrainian]

14. Bryl, M. (2018). Menedzher sotsiokulturnoi diialnosti yak subiekt innovatsii [Manager of socio-cultural activity as a subject of innovations]. Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Management of Social and Cultural Activity. (1). S. 41–52. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7573.1.2018.143386> [in Ukrainian]

15. Fidanoski, F., Simeonovski, K., Kaftandzieva, T., Ranga, M., Dana, L. P., Davidovic, M., Ziolo, M., & Sergi, B. S. (2022). The triple helix in developed countries: when knowledge meets innovation? Heliyon. 8(8). Art. e10168. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10168> [in English]

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

КРИШТАНОВИЧ Світлана – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри педагогіки та психології, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського.

Наукові інтереси: роль менеджера у розвитку підприємництва в соціокультурній сфері вищої освіти.

ПАВЛЕНЧИК Наталія – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та менеджменту, Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського.

Наукові інтереси: роль менеджера у розвитку підприємництва в соціокультурній сфері вищої освіти.

ГУЦУЛЯК Вікторія – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського.

Наукові інтереси: роль менеджера у розвитку підприємництва в соціокультурній сфері вищої освіти.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

KRYSHTANOVYCH Svitlana – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of Pedagogy and Psychology, Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture.

Scientific interests: the role of the manager in the development of entrepreneurship in the socio-cultural sphere of higher education.

PAVLENCHYK Nataliia – Doctor of Economic Science, Professor, Head of the Department of Economics and Management Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture.

Scientific interests: the role of the manager in the development of entrepreneurship in the socio-cultural sphere of higher education.

HUTSULIAK Viktoriia – PhD in Economics, associated professor at the Department of Economics and Management, Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Culture.

Scientific interests: the role of the manager in the development of entrepreneurship in the socio-cultural sphere of higher education.

Стаття надійшла до редакції 04.03.2026 р.
Стаття прийнята до друку 17.03.2026 р.