*JEL classification: A 29, M 14*

# РОЛЬ КСО В УПРАВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**МОРОЗОВА В. К.,**
***преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности***
***ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы***
***при Главе Донецкой Народной Республики»,***
***Донецк, Донецкая Народная Республика***

**КОНОВАЛЬЧЕНКО Д. А.,**
***Студент бакалавриата***
***кафедры менеджмента непроизводственной сферы***
***ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы***
***при Главе Донецкой Народной Республики»,***
***Донецк, Донецкая Народная Республика***

*На сегодняшний день в наиболее экономически развитых государствах мира распространение получила концепция «корпоративной социальной ответственности», что понимается как концепция, согласно которой компании интегрируют социальные и экологические вопросы в своей коммерческой деятельности и в их взаимодействии с заинтересованными сторонами на добровольной основе. Следовательно, КСО является добровольной деятельностью компаний частного и государственного секторов, направленной на соблюдение высоких стандартов операционной и производственной деятельности, социальных стандартов и качества работы с персоналом, минимизацию вредного воздействия на окружающую среду и т.п. с целью выравнивание существующих экономических и социальных диспропорций, создания доверительных взаимоотношений между бизнесом, обществом и государством.*

***Ключевые слова:*** *корпоративная социальная ответственность, высшие учебные заведения, руководитель, стратегия, репутация, ответственность.*

# THE ROLE OF CSR IN THE MANAGEMENT OF THE EDUCATIONAL ORGANIZATION OF HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION

*Today, in the most economically developed countries of the world, the concept of "corporate social responsibility" is understood, which means the concept according to which companies integrate social and environmental issues into their commercial activities and in interaction with stakeholders on a voluntary basis. base. Consequently, CSR is a voluntary activity of the private and public sectors aimed at adhering to operational and production standards, standards and quality of work with the environment, minimizing harmful effects on the system, etc. By balancing economic and social imbalances.*

***Key words:*** *corporate social responsibility, higher education institutions, leader, strategy, reputation, responsibility.*

**Постановка проблемы в общем виде.** Актуальность данной темы заключается в том, что университет играет важную роль в разработке

образовательных стратегий и, как следствие, несет большую ответственность перед общественностью.

В новых условиях, таких как глобализация, приватизация учебных заведений и конкуренция в сфере высшего образования многие высшие учебные заведения применяют более деловой подход чтобы конкурировать и выжить в быстроменяющейся среде. В процессе адаптации некоторые учреждения открывают для себя важность корпоративного имиджа, фирменного стиля и корпоративной репутации. Хотя вопросы КСО всегда были частью миссии высших образовательных институтов, высшие учебные заведения теперь используют этот подход как часть их конкурентной стратегии.

**Цель исследования –** выявить роль КСО в управлении образовательной организацией высшего профессионального образования.

**Изложение материалов основного исследования.** В материалах Говарда Боуэна, которого считают отцом КСО, говорится, что принятие решений бизнесменами влияет на общество. Этим заявлением он заложил основу КСО, определив ее как обязательства предпринимателей выполнять желаемые для общества действия. Видно, что с самого начала смысл КСО заключается в рассмотрении влияния политики, стратегии и организационной работы в целом [5].

В 1960-х годах КСО развивается, рассматривая действия, выходящие за рамки экономических интересов, в контексте управления. В образовательном контексте, в своей первой концептуализации, концепция Социальной ответственности университета (СОУ) возникла в руководстве университета, чтобы привлечь студентов и, как следствие, получить экономическую прибыль. Однако университеты как государственные учреждения имеют социальные обязательства, выходящие за рамки юридических и экономических обязанностей в таких областях, как политическая и образовательная, направленные на достижение благосостояния общества. В этом смысле соблюдение КСО достигается за счет учета потребностей всех заинтересованных

сторон, затронутых деятельностью компании, поскольку институциональное принятие решений влияет на всю социальную систему.

Термин «социальная ответственность университета» определяется как способность высших учебных заведений распространять и реализовывать набор принципов, общих и конкретных ценностей, направленных на улучшение образовательных и социальных проблем общества посредством четырех ключевых процессов: управление, обучение, исследование и распространение знаний [2].

В 80-е годы концепция КСО задумывалась как процесс, определяемый как «процедура принятия решений, составляющая поведение КСО». Таким образом, по мере развития КСО с течением времени она была адаптирована к различным типам организаций с различной деятельностью в разные периоды времени. Важный вклад внесли Портер и Крамер, установив, что способ переосмысления взаимосвязи между обществом и корпоративной эффективностью лежит через «создание общих ценностей». В этом направлении авторы усилили идею о том, что организации должны лучше понимать социальные потребности, переделывая капитализм с помощью социальных отношений. Это выходит за рамки благотворительности и конкретных действий в области корпоративной социальной ответственности

В нынешней глобальной рыночной среде социальное давление на бизнес усилилось, и озабоченность по поводу КСО проявляют не только ученые, но и общественность, и акционеры. К сожалению, многие компании осознали важность КСО только после того, как были удивлены откликами общественности на вопросы, которые они раньше не считали частью своих деловых обязанностей.

Особенно после негативных откликов общества и глобального бойкота наметилась тенденция к продвижению КСО, связанная с бизнес-стратегиями компаний. Более того, в процессе внедрения компании осознали, что при правильном использовании стратегии КСО могут быть прибыльным и создавать

такие важные преимущества, как конкурентное превосходство и корпоративная репутация [1].

В целом, конкурентное преимущество может быть достигнуто за счет внутренних ресурсов и получено путем реализации ценных, редких, неподражаемых и незаменимых действий. Следовательно, когда действия КСО осуществляются должным образом и усваиваются внутри компании, они могут создать конкурентное преимущество для компании. И все же, если организации удастся разработать проекты КСО, связанные с ее основным бизнесом, она также может получить сильное и уникальное конкурентное преимущество. Таким образом, когда компании включают КСО в свою стратегию, в долгосрочной перспективе КСО может обеспечить устойчивое и неповторимое конкурентное преимущество, поскольку оно будет создаваться с течением времени в результате последовательной стратегии.

Идентичность, имидж и репутация – главные приоритеты организации, а корпоративная коммуникационная деятельность решает ключевые вопросы о том, какие отличительные атрибуты будут присвоены организации. Что касается корпоративной репутации, многие компании используют инициативы КСО для улучшения имиджа компании, укрепления её бренда, поднятия морального духа и даже повышения стоимости её акций. Репутация формируется с течением времени из-за повторяющихся впечатлений от корпоративного имиджа, будь то положительные или отрицательные. Поэтому предполагается, что репутация также должна основываться на достижениях или стоящих усилиях по завоеванию благосклонности общества, это должно быть больше, чем просто усилия по рекламе. Более того, общепринято считать, что хорошая репутация может создать сильное конкурентное преимущество. Следовательно, корпоративная социальная ответственность стала ценной и необходимой стратегией в современной конкурентной деловой среде. Тем не менее, помимо создания хорошей репутации и конкурентных преимуществ, КСО может помочь деловому миру внести свой вклад в благосостояние общества, поскольку успешным корпорациям необходимо здоровое общество [4].

Поскольку высшие учебные заведения начали вести себя «по-деловому», им также необходимо управлять таким же образом. Поэтому следует рассмотреть возможность реализации стратегии КСО в высшем учебном заведении, чтобы получить истинное конкурентное преимущество и положительную репутацию. Более того, практика того, чему учат, и тем самым создание реального примера академических знаний может создать уникальное предложение для любого высшего учебного заведения. Кроме того, по мере того, как сложность деятельности высшего образования все больше пересекается с общественными интересами, высшие учебные заведения вынуждены принимать ответственные меры. Таким образом, практика ответственного высшего образовательного учреждения не только будет способствовать благосостоянию акционеров и общества в целом, но и будет все больше становиться долгосрочным ценным предложением для самого учреждения [3].

**Выводы.** В связи с обострением конкуренции в сфере высшего образования критерии, по которым оцениваются вузы, меняются. Хотя суждения о высшем учебном заведении могут продолжать меняться и развиваться, строительные блоки успеха в любой конкурентной среде остаются неизменными, например, развитие положительной репутации и дифференциация от конкурентов. Разработка стратегии корпоративной социальной ответственности и реализация действий - один из эффективных способов достижения этой цели.

Большинство университетов, как правило, сосредотачиваются только на внедрении социальной ответственности с точки зрения инициатив корпоративной социальной ответственности и не выходят за рамки этого, пытаясь улучшить свои сообщества. Тем не менее, чтобы конкурировать в меняющейся индустрии образования, а также выполнять свою миссию в мире непрерывных преобразований, высшие учебные заведения должны осознавать, что их собственные действия должны отражать ценности и нормы, которые они, по их утверждениям, воплощают. Это означает усиление их приверженности КСО как на рабочем, так и на академическом уровне, в основном за счет учебных

программ. Это будет полезно не только для самого учреждения, но и для общества в целом.

## Список литературы.

1. Зарецкий, А. Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие / А. Д. Зарецкий, Т. Е. Иванова. – Москва : КНОРУС, 2016.

2. И. Ю. Беляева Корпоративная социальная ответственность: учебник / И. Ю. Беляева, М. А. Эскиндарова. – Москва: КНОРУС, 2016.

3. Белоусов К. Ю. Исторические аспекты развития института социальной ответственности: Петербургский экономический журнал – РИНЦ, 2019.

4. Михайлина А.В. Корпоративная социальная ответственность высших учебных заведений: пособие / Михайлина А.В., Мокеева Е.Ю., Калянов А.В. - М.: Юрайт, 2017

5. Кэрролл А. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция дефиниционной конструкции. - Бизнес & Общество, 2016; 38 (3): 268-295.