

УДК 37.014.22:[005.35:364-7]

DOI: 10.30857/2786-5398.2021.6.2

**Валентина В. Яценко**

*Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія»  
Харківської обласної ради, Україна*

### **АНАЛІЗУВАННЯ ПЕРЕВАГ У ПРОЦЕСАХ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

*Статтю присвячено розгляду актуальних питань, що поглиблюють розуміння переваг соціальної відповідальності закладів вищої освіти. Зокрема, зазначається, що розглядаючи соціальну відповідальність як філософську категорію або ідеологічну концепцію, можна визначити лише межі відповідальності компанії за її вплив на суспільство та навколишнє середовище. Проте наголошується, що для практичної реалізації соціально відповідальної стратегії варто вибудовувати процеси управління соціальною відповідальністю та її інтеграцією в основні бізнес-процеси: виробництво, управління збутом, логістику, управління персоналом. Гіпотезою дослідження є твердження, що використання переваг у процесах розвитку соціальної відповідальності закладів вищої освіти дозволить підвищити конкурентоспроможність університетів на ринку освітніх послуг. Мета дослідження полягає в проведенні аналізу переваг у процесах розвитку соціальної відповідальності закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг. Методологічною основою дослідження є неоінституційна теорія, що розглядає укладання контрактів (транзакцій) між контрагентами на основі циклу «переговорів, ухвалення та виконання зобов'язань»; інституційної парадигми як процесу взаємодії з державою та суспільством, що здійснює переговори, приймає та виконує зобов'язання щодо організаційної та фінансової участі в соціально-відповідальній діяльності. Встановлено причинно-наслідкові зв'язки, які визначають умови та рівень формування соціальної відповідальності закладів вищої освіти, мають не лише прямий, а й зворотний характер. Визначено, що ступінь розвитку соціальної відповідальності держави та закладів вищої освіти значною мірою підвищує рівень їхньої конкурентоспроможності. Результати досліджень свідчать про наявність певних закономірностей становлення соціальної відповідальності університетів. Водночас наголошується, що на етапі її формування ще не склалися стійкі причинно-наслідкові зв'язки між факторами, причинами та мотивами розвитку соціальної відповідальності як у суспільстві загалом, так і диференційовано щодо окремих її суб'єктів, у тому числі закладів вищої освіти.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність; заклади вищої освіти; соціально відповідальна діяльність.

**Валентина В. Яценко**

*Коммунальное учреждение «Харьковская гуманитарно-педагогическая академия»  
Харьковского областного совета, Украина*

### **АНАЛИЗ ПРЕИМУЩЕСТВ В ПРОЦЕССАХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

*Статья посвящена рассмотрению актуальных вопросов, углубляющих понимание преимуществ социальной ответственности учреждений высшего образования. В частности, отмечается, что рассматривая социальную ответственность как философскую категорию или идеологическую концепцию, можно определить только границы ответственности компании за её влияние на общество и окружающую среду. Однако отмечается, что для практической реализации социально-ответственной стратегии следует выстраивать процессы управления социальной ответственностью и её интеграцией в основные бизнес-процессы: производство, управление сбытом, логистику, управление персоналом. Гипотезой*

исследования является утверждение, что использование преимуществ в процессах развития социальной ответственности высшего образования позволит повысить конкурентоспособность университетов на рынке образовательных услуг. Цель исследования состоит в проведении анализа преимуществ в процессах развития социальной ответственности учреждений высшего образования на рынке образовательных услуг. Методологической основой исследования является неинституциональная теория, рассматривающая заключение контрактов (транзакций) между контрагентами на основе цикла «переговоров, принятия и исполнения обязательств»; институциональной парадигмы как процесса взаимодействия с государством и обществом, осуществляющим переговоры, принимающая и выполняющая обязательства по организационному и финансовому участию в социально-ответственной деятельности. Установлены причинно-следственные связи, определяющие условия и уровень формирования социальной ответственности учреждений высшего образования, носят не только прямой, но и обратный характер. Определено, что степень развития социальной ответственности и учреждений высшего образования в значительной степени повышает уровень их конкурентоспособности. Результаты исследований свидетельствуют о наличии определённых закономерностей становления социальной ответственности университетов. В то же время отмечается, что на этапе её формирования ещё не сложились устойчивые причинно-следственные связи между факторами, причинами и мотивами развития социальной ответственности как в обществе в целом, так и дифференцированно по отдельным её субъектам, в том числе учреждениям высшего образования.

**Ключевые слова:** социальная ответственность; учреждения высшего образования; социально-ответственная деятельность.

**Valentyna V. Yatsenko**

***Municipal Establishment "Kharkiv Humanitarian-Pedagogical Academy"  
of the Kharkiv Regional Council, Ukraine***

### **INSIGHTS INTO THE BENEFITS OF DEVELOPING SOCIAL RESPONSIBILITY IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE EDUCATION SERVICES MARKET**

*The paper seeks to explore the current issues that deepen the understanding of the benefits of social responsibility in higher education institutions. In particular, it is observed that interpreting social responsibility as a philosophical category or an ideological concept is limited to identifying only the boundaries of the company's responsibility for its effects on society and the environment. However, an emphasis is put that to implement a socially responsible strategy, a company should build a model to manage social responsibility and its integration into the key business processes: production, sales management, logistics, and personnel management. The hypothesis of the study is that making use of the benefits in developing social responsibility in higher education institutions will contribute to boosting their competitiveness in the educational services market. The purpose of the study is to provide insights into the benefits of developing social responsibility in higher education institutions in the educational services market. The methodological basis of the study is the neo-institutional theory which assumes concluding contracts (transactions) between counterparties based on a cycle of "negotiations, accepting and fulfilling of obligations"; an institutional paradigm as a process of interaction between the government and the society which negotiates, accepts and fulfils obligations as to organizational and financial involvement in socially responsible activities. The findings have identified cause and effect relationships that determine the terms and the degree of shaping social responsibility in higher education institutions which are of a two-fold character. It is argued that the maturity of social responsibility of the government and higher education institutions significantly enhances their competitiveness. The results of research provide evidence on the existence of certain University social responsibility patterns. However, it is noted that at the early development*

*phase, certain volatility is observed in cause and effect relationships between social responsibility factors, causes and drivers in society as a whole and in terms of differentiated business units including higher education institutions.*

**Keywords:** *social responsibility; higher education institutions; socially responsible activities.*

**Постановка проблеми.** В Україні проблеми соціальної відповідальності стали самостійним предметом дослідження та активного обговорення щодо нещодавно (С. Closon, С. Leys [1]) – з початку 2000-х років. У той період усім, хто теоретично чи практично займався питаннями соціальної відповідальності, довелося ступити, на думку (Е. Balemba, Т. Bugandwa, В. Akonkwa, N. Mutabazi [2]), на термінологічне «мінне поле», зіткнутися з безліччю концепцій та підходів до розуміння змісту та меж корпоративної соціальної відповідальності (D. Bugandwa, E. Balemba, M. Vakomeza [3]), зі спрощеним тлумаченням причин підвищення соціальної відповідальності компаній (A. Acquier, J. Grond [4]).

Результати досліджень – як теоретичних, так і прикладних, свідчать про те, що в даний час (M. Battaglia [5]) завершується формування загально визначених підходів до трактування змісту корпоративної соціальної відповідальності, принципів та критеріїв соціальної діяльності, системи релевантних понять. Останні змісту та принципів соціальної відповідальності, що склалися до теперішнього часу, знайшли відображення у численних публікаціях (A. Carroll [6]).

Соціальна відповідальність університетів наповнила наукову літературу кількома дослідженнями. В одних роботах соціальна відповідальність розглядається чисто теоретично (V. Shcherbak, O. Nifatova, M. Kuzheliev, O. Erkes, O. Mylashko [7]), в інших – емпірично, з використанням якісного чи кількісного підходу, з акцентом на студентів чи співробітників як основний зацікавлений бік (L. Granget [8]).

Найбільш значущим, на наш погляд, результатом дослідження та обговорення зазначених проблем стало усвідомлення того, що підвищення соціальної відповідальності компаній – процес об'єктивний, обумовлений цілою низкою економічних, соціальних та екологічних факторів, багато з яких носять глобальний характер (D. Charles [9]). Аналіз досвіду українських компаній, які впроваджують на практиці принципи соціальної відповідальності, свідчить про те, що їхня реалізація йде в руслі загальносвітових тенденцій: від ліберального та традиційного підходів до соціальної відповідальності до стратегічного (O. Почтовюк [10]). Останнім часом соціальна відповідальність дедалі частіше розглядається як один з базових соціально-економічних інститутів, фактора сталого розвитку як окремої компанії, так і суспільства в цілому, що свідчить про формування інституційного підходу до соціальної відповідальності.

**Метою** даного дослідження є аналізування переваг в процесах розвитку соціальної відповідальності закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг.

**Результати дослідження.** Оцінку соціальної відповідальності можна подати у 4 вимірах, на яких ґрунтується вимір, а саме: економічна, юридична, етична та філантропічна відповідальність (рис. 1).

Економічна відповідальність, що належить до місії університетів щодо забезпечення споживачів необхідними послугами з метою отримання прибутку від цього процесу. Ці компоненти описуються у вигляді піраміди, розташованої від найважливіших в основі до найменш важливих на вершині.

Результати опитування керівників та фахівців підприємств показують реальну результативність соціально відповідальної діяльності як для бізнесу, так і для працівників та суспільства загалом. Що ж є перешкодою для запровадження принципів та норм соціальної

відповідальності у діяльність українських підприємств? Питання щодо перешкод соціально відповідальної діяльності ставили двом групам підприємств. Перша група – це підприємства, які здійснюють соціально відповідальні програми (заходи). Друга група – це підприємства, які такі програми (заходи) не здійснюють. Експерти відповідали не лише на питання щодо перешкод становлення соціально відповідальної діяльності, а й відзначали ці перешкоди на рівні особистості, суспільства та держави. Результати відповідей, отриманих від підприємств та експертів, представлені у табл. 1.

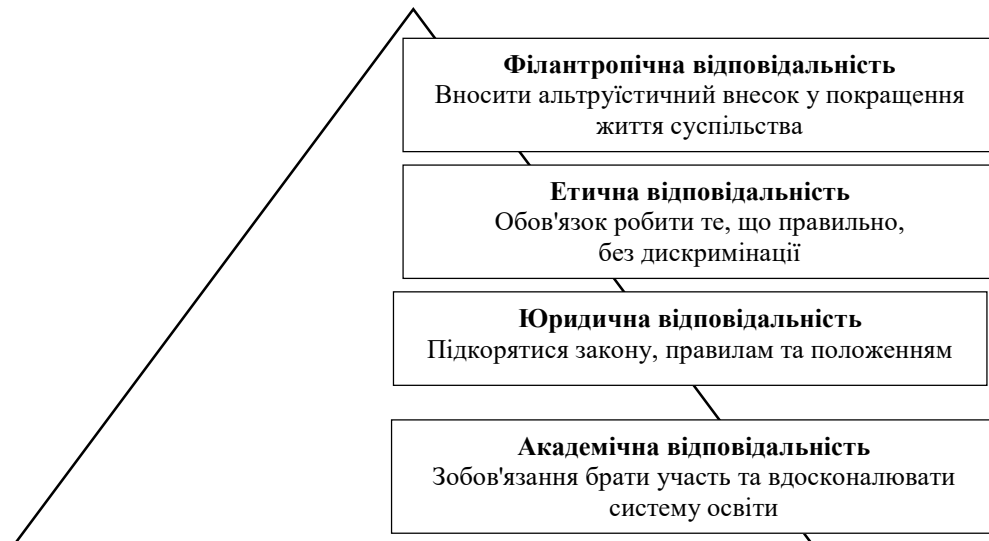


Рис. 1. Піраміда соціальної відповідальності закладів вищої освіти

Таблиця 1

**Порівняльна оцінка перешкод для запровадження соціально відповідальної діяльності бізнесу підприємцями та представниками науки та освіти**

Підприємства, які здійснювали соціально-відповідальні програми		Підприємства, які не здійснювали соціально-відповідальні програми		Експерти з питань соціальної відповідальності	
Перешкода	%	Перешкода	%	Перешкода	%
1	2	3	4	5	6
Нестача засобів	72,4	Нестача засобів	61,4	Перешкода не вказувалася (домінування цілей економічної вигоди)	63,3
Недостатня поінформованість про принципи та підходи до впровадження	38,5	Перешкода не вказувалась		Інформаційний вакуум щодо соціальної відповідальності, відсутність системи обліку та моніторингу (на рівні держави)	15,8
				Відсутність підготовки у вузах України відповідних спеціалістів (на рівні держави)	17,1
				Відсутність системної інформаційної кампанії щодо пропаганди соціально відповідальної поведінки (на рівні суспільства в цілому, на рівні держави)	19,0
Податковий тиск	33,4	Перешкода не вказувалась		Високий податковий та управлінський тиск держави на бізнес	22,8

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
Недосконалість нормативно-правової бази у державі	30,7	Перешкода не вказувалась		Нерозвиненість законодавчого та договірного регулювання соціальної відповідальності	33,5
Недостатньо власного досвіду, невідпрацьований механізм впровадження	28,0			Відсутність традицій соціально відповідальної поведінки підприємців	32,9
				Нерозвиненість механізмів участі бізнес-структур у забезпеченні соціально-економічного розвитку територій присутності	24,7
Неможливість контролю над використанням наданих коштів	24,4	Перешкода не вказувалась		Інформаційний вакуум щодо соціальної відповідальності, відсутність системи обліку та моніторингу	15,8
Немає державних та недержавних організацій, які могли б допомогти	17,8			Відсутність підготовки у вузах України відповідних спеціалістів	17,1
				Недостатня адаптація найкращих міжнародних практик та стандартів соціальної відповідальності для їх застосування в Україні	15,2
Бракує часу	16,1			Перешкода не вказувалась	
Відсутність або слабкий громадський запит	11,5			Прямо в опитуванні не зазначено, але загалом експерти відзначають слабку активність суспільства як перешкоду для формування соціально відповідального суспільства	
Перешкода не вказувалась		Перешкоди ціннісного змісту, що свідчать про усунення бізнес-структур від соціальних проблем життя суспільства	30,8	Усунення бізнес-структур від соціальних проблем життя суспільства	35,4
Перешкода не вказувалась		Немає стимулів із боку держави	3,9	Відсутність стимулювання соціально відповідальної діяльності з боку державних та регіональних органів управління	34,8

Як очевидно з табл. 1 деякі з перешкод визначалися лише підприємцями, а експертами не вказувалися. Насамперед, ця перешкода, яка стоїть на першому місці і декларується як перешкода економічного утримання, – нестача коштів. Натомість експерти на перше місце поставили ціннісні перешкоди – зрощування інтересів влади та бізнесу (64,6%) та домінування цілей економічної вигоди (63,3%). Але причину – брак коштів або брак бажання ними поділитися – визначити шляхом опитування було неможливо, оскільки вона має суто індивідуальний характер для кожного окремого випадку та підприємства.

Економічні стимули, на думку багатьох підприємців, є перешкодою у здійсненні соціально відповідальних програм (заходів), водночас третина експертів вважають цей чинник перешкодою. Також третина опитуваних експертів вважають однією з перешкод становленню соціально-відповідальної діяльності, усунення бізнес-структур від соціальних проблем життя суспільства, тобто ціннісні причини.

Такі перешкоди, як недостатня поінформованість суспільства, у тому числі бізнес-спільноти щодо соціальної відповідальності, податковий тиск, недосконалість правової бази, відсутність досвіду та традицій соціально відповідальної діяльності, можливості навчання, відсутність контролю та моніторингу за коштами, відзначили як підприємці, так і представники науки та освіти. Тобто дії держави у напрямі їх подолання є обґрунтованими і при їх здійсненні сприятимуть розвитку соціально-відповідальної діяльності. У секторі вищої освіти є кілька зацікавлених сторін, які можуть обґрунтовано очікувати від вищих навчальних закладів певних результатів або безпосередньо чи опосередковано підтримують ці навчальні заклади. Однак студент відіграє важливу роль для свого навчального закладу, тому що він не просто клієнт організації, а його оцінка діяльності свого навчального закладу важлива як виробника знань.

Перший вимір – «екологічна відповідальність» – становить 13,7% від загальної дисперсії. Цей вимір відноситься до наявності якісного та санітарного робочого середовища в навчальному закладі, включаючи чисті та безпечні аудиторії, утилізацію відходів університетами (наявність смітєвих контейнерів в аудиторіях) та, нарешті, організацію програм з управління відходами та захисту навколишнього середовища. Це дослідження підтверджує, що дуже важливо інтегрувати екологічні питання (зміна клімату, деградація довкілля, моделі споживання, управління відходами) у навчальну програму.

Другий вимір – «філантропічна відповідальність». Він пояснює 12,9% від загальної дисперсії. Цей вимір відноситься до вислуховування пропозицій та побажань студентів, службу контролю якості, заохочення студентів, що показують високі результати, стипендії за успіхи у навчанні, надання якісного студентського житла за хорошими цінами. Вершина піраміди соціальної відповідальності включає філантропічну відповідальність. Практика філантропічної відповідальності з боку навчального закладу може також підвищити філантропічну відповідальність студентів по відношенню до своєї спільноти.

Третій вимір – це «етична відповідальність». Воно пояснює 11,2% від загальної дисперсії. Цей вимір відноситься до дотримання етичних норм (хороша мораль, моральна чесність), підтримки студента (відповіді на очікування, керівництво у виборі варіантів, догляд у разі хвороби, соціальна служба у разі важкої втрати, підтримка), а також до наявності в університеті чесних та непідкупних викладачів. Цей аспект важливий, оскільки він закликає навчальні заклади чинити правильно, без будь-якої форми дискримінації, а також прищеплювати учням добрий характер.

**Висновки та пропозиції.** На рівні держави та бізнесу найвпливовішим фактором на формування соціальної відповідальності є конкурентоспроможність. Високий рівень зв'язку визначився у соціальній та соціально-психологічній підсистемах, де рівень розвитку людського потенціалу значно впливає на формування соціальної відповідальності держави, бізнесу та особистості. Інституційні чинники визначають пріоритетні напрями становлення соціальної відповідальності лише на рівні держави та бізнесу. На рівні держави заважають становленню соціальної відповідальності недосконалість, неефективність діяльності системи освіти, ЗМІ, профспілки, державна виконавча влада, неформальні аспекти. Соціальну відповідальність у багатосторонній перспективі слід об'єднати усі зацікавлені сторони у вищій освіті, знайти взаємозв'язок між організаційними показниками та соціальною відповідальністю університетів.

## References

1. Closon, C., Leys, C. (2012). Relation entre les perceptions de la responsabilité sociale et l'implication affective et la satisfaction au travail. le role modérateur des attentes, Bruxelles: Université Libre de Bruxelles.
2. Balemba, E., Bugandwa, T., Akonkwa, B. M., Mutabazi, N. (2019). Corporate social responsibility and trust: Evidence from the banking sector in Bukavu. *Congo Challenge*, 1(2), P. 236–264.
3. Bugandwa, D., Balemba, E., Bakomezza, M. (2014). Satisfaction au Travail et Performance organisationnelle des institutions d'enseignements superieur dans la ville de Bukavu. *Bukavu journal of economics and social sciences*, Issue 2, P. 149–175.
4. Acquier, A., Grond, J.-P. (2005). Aux sources de la responsabilité sociale de l'entreprise: à la (re) découverte d'un ouvrage fondateur, Social responsibilities of Businessman d'Howard. *Finance contrôle strategie*, 10(2), P. 5–35.
5. Battaglia, M. et al. (2014). Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France. *Sustainability*, 6, P. 872–893. doi:10.3390/su6020872.
6. Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, P. 39–48.
7. Shcherbak, V., Nifatova, O., Kuzheliev, M., Erkes, O., Mylashko, O. (2019). The assessment of corporate social responsibility in Ukrainian banks. *Banks and Bank Systems*, Vol. 14, Iss. 3.
8. Granget, L. (2005). La responsabilité sociale des université à l'heure du savoir comme marchandise. *Communication est Organisation*, P. 127–147.
9. Charles, D. R. (2005). Universities and Engagement with Cities, Regions and Local Communities. In: *Rebalancing the Social and Economic. Learning, Partnership and Place*. C. Duke, M. Osborne,

## Література

1. Closon C., Leys C. Relation entre les perceptions de la responsabilité sociale et l'implication affective et la satisfaction au travail. le role modérateur des attentes, Bruxelles: Université Libre de Bruxelles, 2012.
2. Balemba E., Bugandwa T., Akonkwa B. M., Mutabazi N. Corporate social responsibility and trust: Evidence from the banking sector in Bukavu. *Congo Challenge*. 2019. No. 1 (2). P. 236–264.
3. Bugandwa D., Balemba E., Bakomezza M. Satisfaction au Travail et Performance organisationnelle des institutions d'enseignements superieur dans la ville de Bukavu. *Bukavu journal of economics and social sciences*. 2014. Issue 2. P. 149–175.
4. Acquier A., Grond J.-P. Aux sources de la responsabilité sociale de l'entreprise: à la (re) découverte d'un ouvrage fondateur, Social responsibilities of Businessman d'Howard. *Finance contrôle strategie*. 2005. No. 10 (2). P. 5–35.
5. Battaglia M. et al. Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France. *Sustainability*. 2014. No. 6. P. 872–893. doi:10.3390/su6020872.
6. Carroll A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*. 1991. P. 39–48.
7. Shcherbak V., Nifatova O., Kuzheliev M., Erkes O., Mylashko O. The assessment of corporate social responsibility in Ukrainian banks. *Banks and Bank Systems*. 2019. Vol. 14. Iss. 3.
8. Granget L. La responsabilité sociale des université à l'heure du savoir comme marchandise. *Communication est Organisation*. 2005. P. 127–147.
9. Charles D. R. Universities and Engagement with Cities, Regions and Local Communities. In: *Rebalancing the Social and Economic. Learning, Partnership and Place*

B. Wilson (eds.). NIACE. P. 148–150.

10. Pochtoviuk, A. B. (2013). Profesiino-kvalifikatsiina vidpovidnist yak vektor rozvytku vyshchoi shkoly v interesakh natsionalnoi ekonomiky [Professional qualification compliance as a vector of higher education development in the interests of the national economy]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Serii "Ekonomika": zbirnyk naukovykh prats = Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series "Economics": a collection of scientific papers*, Vol. 24, P. 44–48 [in Ukrainian].

*Place.* C. Duke, M. Osborne, B. Wilson (eds.). NIACE, 2005. P. 148–150.

10. Почтовіюк А. Б. Професійно-кваліфікаційна відповідність як вектор розвитку вищої школи в інтересах національної економіки. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Економіка": збірник наукових праць*. Острог: Вид-во НУ "Острозька академія", 2013. Вип. 24. С. 44–48.