

УДК 330.341.2

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ УНИВЕРСИТЕТОВ

Булгакова М.А.

*ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
Владивосток, e-mail: margarita.bulgakova@vvsu.ru*

Социальная ответственность (далее СО) университетов характеризует не только добровольный отклик образовательной организации, но и некие социальные обязанности, возложенные обществом и нормативно-правовой базой. Зачастую СО дает возможность позиционирования вуза в образовательной среде, что положительно отражается на конкурентоспособных преимуществах. На сегодняшний день социально ответственная деятельность требует не только активного участия организации в социальном развитии общества, но и вложения материальных ресурсов. В статье рассмотрены действующие практики оценки социальной ответственности и систематизированы по подходам, в связи с чем были выявлены достоинства и недостатки каждой группы. На основании проведенного анализа сформирована авторская методика, адаптированная к специфике деятельности университета. Предложен алгоритм оценки, система показателей, а также математические методы расчета уровня СО. В свою очередь выявленные уровни социальной ответственности университета отражают возможные конкурентоспособные преимущества на рынке образовательных услуг. Таким образом, определение уровня социальной ответственности показывает, насколько продуктивно руководство распределяет материальные и нематериальные блага для развития общества, а также выявляет слабые и сильные стороны образовательной организации высшего образования в рамках социально ответственной деятельности.

Ключевые слова: уровень социальной ответственности, университет, конкурентные преимущества, развитие регионального сообщества

METHODOLOGY FOR ASSESSING THE LEVEL OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF UNIVERSITIES

Bulgakova M.A.

*Vladivostok State University of Economics and Service, Department of Economics and Management,
Vladivostok, e-mail: margarita.bulgakova@vvsu.ru*

Social responsibility (hereinafter referred to as SR) of universities characterizes not only the voluntary response of an educational organization, but also some social responsibilities imposed by society and the regulatory framework. Often, CO makes it possible to position the university in the educational environment, which has a positive effect on competitive advantages. Today, socially responsible activity requires not only the active participation of the organization in the social development of society, but also the investment of material resources. The article discusses the current practices of assessing social responsibility and systematized by approaches, in connection with which the advantages and disadvantages of each group were identified. Based on the analysis, the author's methodology was formed, adapted to the specifics of the university's activities. An estimation algorithm, a system of indicators, as well as mathematical methods for calculating the SR level are proposed. In turn, the identified levels of social responsibility of the university reflect the possible competitive advantages in the educational services market. Thus, the definition of the level of social responsibility shows how productively the management distributes material and non-material benefits for the development of society, and also identifies the weak and strong sides of the educational organization of higher education in the framework of socially responsible activities.

Keywords: social responsibility level, university, competitive advantages, regional community development

Проблема оценки СО университетов на сегодняшний день достаточно актуальна, так как нет унифицированной системы согласования интересов стейкхолдеров и образовательных организаций высшего образования, а также утвержденной системы показателей уровня социальной ответственности. Оценка СО носит неоднозначный характер, так как необходимо учитывать многоаспектность данного понятия и позицию оцениваемого субъекта: положительное влияние на общество, которое заключается в абсолютной филантропии и бескорыстном предоставлении благ, с другой стороны, положительное влияние СО на саму органи-

зацию, повышение значимости в обществе, приобретение иного статуса, повышение конкурентоспособных преимуществ, укрепление бренда на рынке.

Основопологающей целью данного исследования является обобщение существующих практических и методических аспектов оценки социальной ответственности, определения системы показателей, отражающих воздействие университета на региональное сообщество, а также формирование практического инструментария, позволяющего всесторонне оценить уровень социальной ответственности образовательной организации высшего образования.

Материалы и методы исследования

В рамках данного исследования нами был проведен критический анализ российской и зарубежной литературы, на основании чего было выявлено, что в современных методических указаниях нет единого подхода к оценке социальной ответственности. Систематизация методик оценки социальной ответственности представлена в таблице.

Так, методики оценки социальной ответственности в работах С.Ф. Гончарова, Н.А. Кричевского [1], Е.И. Данелюк [2] агентства Интерфакс и других отражают рейтинговый подход, который заключается в числовом сопоставлении показателей деятельности объектов, раскрывающемся через оценочную систему. Однако отмечается, что любая система показателей носит субъективный характер и определяет выраженную заинтересованность разработчиков, что не всегда отражает достоверные реалии положения оцениваемого предприятия по отрасли, региону или более масштабной выборке.

Данный подход служит мощным катализатором совершенствования направлений социальной ответственности, поскольку определяет мнение заинтересованных пользователей и позицию на рынке. Основной

недостаток данного подхода – это несопоставимость первичных данных, поскольку исходная информация, как правило, для составления рейтинга берется из открытых источников, информативность которых не всегда носит реальный характер.

Рассмотрев действующую практику по оценке социальной ответственности, применяемой Ассоциацией менеджеров России, Российским союзом промышленников и предпринимателей [3], а также теоретические разработки, описанные в научных статьях А.А. Андреева [4], А.П. Шихвердиева, А.В. Серякова [5] и других, выделим индексный подход, который основывается на динамичных показателях выполнения плановых показателей в соотношении базового и отчетного периода. Данный подход отражает качественные и количественные изменения социального воздействия объекта на сообщество. Данный подход имеет ряд недостатков, среди которых:

1. Не отражается масштабность воздействия.
2. Индекс не всегда учитывает величину значений рассматриваемых показателей.
3. Интегральный индекс не раскрывает суть социального воздействия на группы стейкхолдеров.

Подходы к оценке социальной ответственности

Подход	Авторы	Основные положения	Примечание
Рейтинговый	Агентство Интерфакс, Гончаров С.Ф., Нечаева Е.И., Кричевский Н.А. и др.	Определяет позицию объекта исследования на рынке предоставляемых услуг	– Не отражены направления оценки в отношении заинтересованных сторон; – несопоставимость исходных данных
Индексный	Ассоциация менеджеров России, Торгово-промышленная палата РФ, Международная академия менеджмента, Андреев А.А., Шихвердиев А.П., Серяков А.В. и др.	Формирует укрупненный показатель, характеризующий социальную ответственность объекта	– Не отражается масштабность воздействия; – не всегда учитывает величину значений рассматриваемых показателей; – не раскрывает суть социального воздействия на группы стейкхолдеров
Оценка функциональных подсистем	Котляров Д.А., Бахметьев В.А., Гиренко-Коцуба А.Н., Гулло А.А., Филимонова Н.Г. и др.	Позволяет произвести оценку поэлементно	– Не отражает комплексного включения в развитие общества
Комплексный	Жойдик А.П., Клепиков Д.М., Пасечникова Л.В., Прокофьев Д.А., Горохова Т.В., Резник Г.А., Зильберштейн О.Б., Шкляр Т.Л., Ершова Н.А., Руцкий Е.И. и др.	Учитывает многомерность направлений реализации социальной ответственности объекта исследования, определяет поэлементно (на каждую группу стейкхолдеров) и в целом (общее воздействие на региональное сообщество)	– Выявлены сильные и слабые стороны в отношении заинтересованных пользователей; – сформированы стратегические направления деятельности университета; – мобилизованы ресурсы с учетом потребностей стейкхолдеров; – выбраны направления максимизации благосостояния стейкхолдеров университета; – обеспечено устойчивое развитие университета

Подход, отражающий оценку функциональных подсистем, сформированный на основании рассмотренных научных статей таких авторов, как А.В. Бахметьева [6], Л.В. Думова [7], А.А. Гулло, Н.Г. Филимонова [8] и др., отражает адресное воздействие на стейкхолдеров оцениваемого объекта, что в свою очередь формирует приоритетные направления реализации социальной ответственности.

Данный подход включает широкий спектр показателей, отражающих социальную ответственность, однако стоит отметить, что авторы делают упор на определенную группу заинтересованных пользователей, тем самым появляется возможность вариации показателей. Однако подход применим лишь в узкой оценке в отношении конкретной группы стейкхолдеров, что не соответствует основополагающим принципам социальной ответственности.

Наиболее распространенный подход, применяемый при оценке социальной ответственности – комплексный, который рассмотрен в научных работах Г.Л. Тульчинского [9], Д.В. Боброва [10], А.П. Жойдика [11], В.В. Назарова [12], Д.М. Клепиков, Л.В. Пасечникова [13], Д.А. Прокофьева [14], О.Б. Зильберштейна, Т.Л. Шкляр, Н.А. Ершовой, Е.И. Руцкого [15] и других. Формирование методики оценки в соответствии с комплексным подходом обеспечивает определение воздействия как укрупненно по объекту оценки, а также по группам заинтересованных сторон и по конкретным инструментам управления социальной ответственностью.

В рамках комплексного методического обеспечения отражается результативность социальных мероприятий, эффективность материальных и нематериальных затраченных ресурсов, что позволяет определить привлекательность на рынке и повысить конкурентоспособные преимущества.

Результаты исследования и их обсуждение

Исходя из вышесказанного, автором исследования были определены и предложены основополагающие позиции оценки уровня социальной ответственности:

1. Цель – формирование универсальной методики оценки, которая позволит определить уровень СО университетов в отношении стейкхолдеров и его эффекты на конкурентоспособность образовательной организации;

2. Объект – университет в процессе реализации третьей роли.

Предлагаемая методика оценки уровня социальной ответственности университетов направлена на решение таких задач, как:

1. Формирование системы показателей оценки уровня СО и адаптация к объекту.

2. Определение методов расчета уровня социальной ответственности.

3. Обоснование эталонных показателей и сопоставление с ними полученных результатов.

4. Выявление сильных и слабых сторон социальной ответственности университетов.

5. Определение конкурентоспособных эффектов, зависящих от уровня СО.

Авторская методика основывается на общепринятых принципах, а именно:

- открытость;
- системность;
- значимость;
- комплексность;
- универсальность.

Базовым элементом методики оценки уровня социальной ответственности является алгоритм, который поэтапно отражает процесс апробации методики, что снижает возможность отклонения конечного результата поставленных задач. В рамках исследования автором был предложен алгоритм, представленный на рис. 1.

Первый этап методики оценки социальной ответственности университета, этап планирования, включает определение и детализацию основных целей и задач проводимой оценки в соответствии с идентифицируемыми группами стейкхолдеров, составляется план проведения оценки, включающий подробное распределение проводимых оценочных мероприятий между ответственными лицами.

На следующем этапе конкретизируется состав и структура источников, аргументируется их выборка, осуществляется сбор аналитической информации, необходимой для достижения поставленных задач оценивания.

На третьем этапе определяется совокупность показателей, исходя из поставленной цели оценки социальной ответственности университета. На рис. 2 представлена предлагаемая автором система показателей в разрезе стейкхолдеров вуза, комплексное использование которой позволяет произвести всестороннюю оценку СО университета.

Однако стоит отметить, что данный перечень показателей не является закрытым и может быть скорректирован, дополнен или уточнен в соответствии с определяемыми пользователем методики задачами оценивания.

Данный этап также включает определение весовых коэффициентов, используемых в расчете агрегированного индекса, отражающих значимость измерителей для каждой группы стейкхолдеров, для чего нами применяется метод анализа поисковых запросов с использованием сервиса оценки пользовательского интереса к конкретным

тематикам wordstat.yandex.ru. Содержание анализируемых запросов включает следующий набор ключевых слов: «Социальная ответственность» совместно с наименованием группы стейкхолдеров и показателем, при этом для расчета учитывается только

количество поисковых запросов, произведенных за последний год по всей России. Затем количество поисковых запросов пропорционально переводится в весовые коэффициенты, которые в сумме равняются 100% по оцениваемой группе субъектов.



Рис. 1. Алгоритм оценки уровня социальной ответственности университетов

Показатель	рейтинги				
	Интерфакс	REAX	оценка качества обучения	международное признание	Рейтинг Times
11. Доля ППС возрастной категории моложе 40 лет.		X			
12. Отношение средней заработной платы НПР в образовательной организации к средней ЗП по региону	X				X
13. Количество студентов очной формы обучения, приходящееся на одно из предприятий, являющихся базами практики, с которыми оформлены договорные отношения		X			
14. Доля студентов, обеспеченных общежитием	X				
15. Удельный вес доходов от НИОКР в общих доходах образовательной организации	X	X			
16. Доля доходов вуза из внебюджетных источников	X				
17. Численность студентов, принятых по результатам целевого приема		X			
18. Общая численность (доля) слушателей программ дополнительного профессионального образования	X	X			
19. Доля иностранных студентов в общей численности студентов		X		X	
110. Доля площадей, предназначенных для научно-исследовательских исследований		X			

Рис. 2. Система показателей оценки уровня социальной ответственности университета

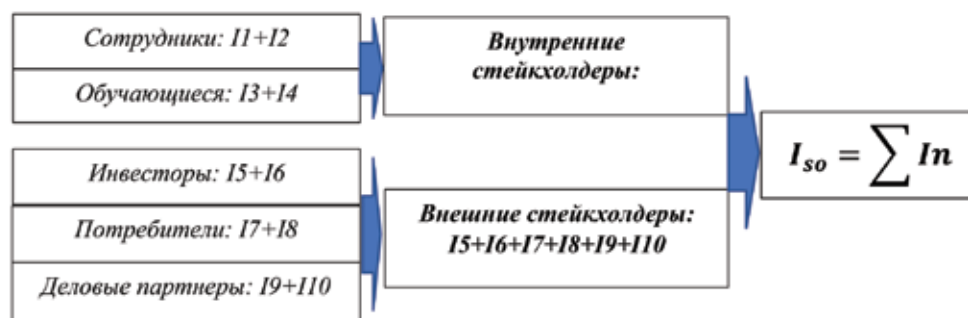


Рис. 3. Структура оценки социальной ответственности университета

На этапе расчета показателей производится их нормирование, которое требует установки целевых (эталонных) значений социальной ответственности. Данные значения должны отражать основной ориентир совершенствования деятельности вуза в контексте реализации СО, в связи с чем в качестве «эталонных ориентиров» принималось медианное значение оцениваемых показателей университетов первой лиги по версии Национального агрегированного рейтинга, за исключением федеральных, исследовательских и университетов, имеющих отраслевую специфику. Преимуществом данного подхода является корректность сопоставления значений университетов регионального уровня, характеризующиеся схожим уровнем потенциала эффективной реализации СО.

Согласно предлагаемой нами методики оценка СО университета предполагает расчет:

- показателей в соответствии с эталонными значениями;
- индексов социальной ответственности по группам стейкхолдеров;
- совокупного агрегированного индекса социальной ответственности университета.

Индексы социальной ответственности по группам стейкхолдеров рассчитываются по формуле

$$I_i = \sum p_{ij} w_{ij}$$

где I_i – индекс социальной ответственности по i группе стейкхолдеров;

p_{ij} – значение показателя по i группе стейкхолдеров ($j = 1, 2, 3 \dots n$);

w_{ij} – значение весового коэффициента показателя по i группе стейкхолдеров ($j = 1, 2, 3 \dots n$).

Совокупный агрегированный индекс ответственности университета рассчитывается посредством суммирования индексов СО по всем группам стейкхолдеров:

$$I_{SR} = \sum I_i$$

Так как в основу исследования была положена линейная функция преобразования $Y = F(X)$, таким образом, интервалы функции должны быть соразмерными друг другу и все значения должны соответствовать заданному интервалу $[0; 40]$, исходя из количества выявленных уровней социальной ответственности, каждый интервал будет соответствовать 10, тем самым была сформирована интервальная шкала оценки уровня социальной ответственности.

I уровень $0 < Iso \leq 10$ – социальный нигилизм;

II уровень $10 < Iso \leq 20$ – социальные обязательства;

III уровень $20 < Iso < 30$ – социальные инициативы;

IV уровень $30 < Iso \leq 40$ – социальные инвестиции.

Для определения уровня социальной ответственности необходимо воспользоваться формулой

$$I_{so} = \sum In,$$

где I_{so} – интегрированный показатель социальной ответственности;

$\sum In$ – суммарное значение нормированных показателей социальной ответственности;

n – количество нормированных показателей.

В рамках исследования была положена теория стейкхолдеров, что означает ориентацию методики на группы заинтересованных пользователей. Таким образом, авторская методика позволяет определить воздействие не только в общем на региональное сообщество, но и на каждую выделенную группу. Структуру оценки представим графически на рис. 3.

Заключительный этап отражает перспективы развития университета в соответствии с определенным уровнем социальной ответственности. Выявленное воздействие на каждую группу стейкхолдеров позволяет сформировать конкурентоспособные пре-

имущества образовательной организации высшего образования. При неудовлетворительном уровне СО необходимо провести пересмотр имеющихся практик социального воздействия реализации СО, ресурсов, а также инструментов.

Заключение

Подводя итоги, стоит отметить, что авторская методика позволяет оценить не только уровень комплексного воздействия на региональное сообщество, но и определить, в отношении каких стейкхолдеров необходимо усилить социально ответственную деятельность. Данный факт дает возможность использовать методику оценки уровня социальной ответственности при разработке социальной политики образовательной организации высшего образования, формировании долгосрочного плана социального развития, составлении отчетности, реализации социально значимых проектов в отношении стейкхолдеров, при стратегическом планировании деятельности в рамках социальной ответственности университета, а также при проектировании системы управления качеством образовательных услуг.

Список литературы

1. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. М.: Изд-во Дашков и К^о, 2008. 127 с.
2. Данилюк Е.И. Интегрированная корпоративная структура как социально-экономическая система // Управление экономической и социальной сферой: вопросы теории и практики. М.: Издательство «Перспектива», 2007.
3. Ендовицкий Д.А., Никитина Л.М., Борзаков Д.В. Оценка корпоративной социальной ответственности российских компаний на основе комплексного анализа нефинансовой отчетности // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 8 (359). С. 2–10.
4. Андреев А.А. Методика комплексной оценки объемов социального инвестирования // Вестник ЧелГУ. 2009. № 9. С. 73–78.
5. Шихвердиев А.П. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности // Человек и труд. 2010. № 1 (71). С. 49–52.
6. Бахметьев В.А. Методика оценки социальных инвестиций как инструмент социального менеджмента промышленных предприятий: дис ... канд. эконом. наук: 08.00.05. Москва, 2009. 147 с.
7. Думова Л.В. Анализ и разработка методики оценки эффективности систем корпоративной социальной ответственности предприятий горно-металлургического комплекса // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13931> (дата обращения: 28.05.2021).
8. Гулло А.А., Филимонова Н.Г. Анализ методик оценки эффективности корпоративной социальной ответственности предприятий // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2018. № 1 (7). С. 92–106.
9. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие. СПб.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2012. 236 с.
10. Бобров Д.В. Корпоративная социальная политика как фактор повышения эффективности воспроизводства человеческого потенциала: инновационные методы анализа и оценки // Теории и проблемы политических исследований. 2017. С. 92–103.
11. Жойдик А.П. Методы оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса // Российское предпринимательство. 2013. № 6 (228). С. 94–98.
12. Назарова В.В. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности для улучшения деятельности компании // Сборник материалов ежегодной международной научной конференции. Уфа: Современные технологии управления, 2012. С. 84–94.
13. Клепиков Д.М., Пасечникова Л.В. Методика интегральной оценки состояния социальной ответственности предприятия // ПСЭ. 2012. № 1. С. 435–438.
14. Прокофьев Д.А. Методика оценки социальной ответственности бизнеса российских строительных компаний // Вестник Казанского технологического университета. 2014. № 4. С. 341–345.
15. Зильберштейн О.Б., Шкляр Т.Л., Ершова Н.А., Руцкий Е.И. Методические основы управления корпоративной социальной ответственностью // Вестник евразийской науки. 2017. № 1 (38). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-osnovy-upravleniya-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennostyu> (дата обращения: 20.05.2021).