

На нашу думку, саме ВНЗ відіграють ключову роль у взаємодії трьох суб'єктів: бізнесу, який використовує найману працю, а отже і диктує вимоги до якості майбутніх фахівців, освіти, що має забезпечити формування та розвиток цих фахівців, і студентів, які орієнтуються на жорсткі вимоги ринку, мають бути готові до саморозвитку в навчальному процесі.

Відповідно, ВНЗ покликані забезпечити формування цілісної, свідомої особистості, здатної до самоосвіти та самореалізації протягом всього життя. Це можливо реалізувати не тільки забезпечуючи якісні професійні знання та навички, а також завдяки впливу на моральні та особистісні цінності студентів, сприяючи духовному розвитку та формуванню у них такої соціально значущої якості, як соціальна відповідальність.

Серед напрямів, які забезпечують формування соціально відповідальних студентів, можна виділити такі: розвиток «інституту кураторства», надання можливостей утворення громадських студентських об'єднань, проведення різноманітних соціальних проектів і заохочення кращих студентів. Та, на жаль, є невирішеним питання байдужого та безвідповідального ставлення частини студентства до свого прямого обов'язку – навчання. На нашу думку, цю проблему можна усунути за рахунок вдосконалення організації навчального процесу та впровадження адміністративних методів впливу на таких студентів.

Неможливо побудувати соціально-орієнтовану економіку, державу у суспільстві, якщо кожен член цього суспільства не буде брати відповідальність на себе, за свої вчинки, ставлення до інших людей, роботи, екології та країни в якій проживає.

Література

1. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2015. – 519, [1] с.

Брінцева О.Г., к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ УНІВЕРСИТЕТІВ: СТАН ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Імплементація та розвиток соціальної відповідальності у вищих навчальних закладах є важливою передумовою поширення ідей соціальної відповідальності в українському суспільстві, їх утвердження на індивідуальному та корпоративному рівнях, посилення соціальної відповідальності органів державної влади.

Освіта та професійна підготовка є фундаментом людського розвитку та прогресу суспільства. Це стратегічне значення освіти багаторазово посилюється в сучасну епоху інформаційного суспільства і економіки знань. Дуже важливо, що через освіту можна робити бажані зміни в поведінці громадян на благо суспільства. За рахунок підвищення освітнього рівня розвиваються нові та удосконалюються старі цінності для задоволення життєвих потреб нації, таких як здоров'я, безпека, багатогранний людський розвиток та ін. Тобто розуміння і сприйняття соціальної відповідальності усіх видів людської діяльності має закладатись ще з часів учнівства і студентства кожної людини, яка в майбутньому стане відповідальним працівником, керівником, підприємцем, громадянином [1, с. 11].

У цьому контексті досить важливим є термінологічна ідентифікація поняття «соціально відповідальний університет», що розглядається як вищий навчальний заклад, який надає якісні освітні послуги, веде прозору діяльність згідно з нормами чинного законодавства, уникає корупції, поширює соціальну відповідальність у суспільстві через виховання відповідальності студентів і випускників.

У сучасних досить складних умовах, коли реформування освітньої сфери відбувається на тлі системної – соціально-економічної, політичної, військової, демографічної та демоекономічної кризи, розвиток соціальної відповідальності університетів є одним з ключових напрямів забезпечення високої якості освітніх послуг, утвердження високих моральних цінностей і згуртування українського суспільства. Для розвитку соціальної відповідальності вищих навчальних закладів досить важливою є імплементація прогресивного зарубіжного досвіду, зокрема в питаннях прозорості надання освітніх послуг і здійснення навчального процесу, реалізації програм з благодійництва та екологічної відповідальності, поширення цінностей відповідальності серед студентської молоді, розробки безкоштовних масових онлайн-курсів для освітніх платформ, оприлюднення соціальних звітів.

Література

1. Грішнова О., Бех С. Соціальна відповідальність університетів України: порівняльний аналіз та основні напрями розвитку / О. Грішнова, С. Бех // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – № 158. – 2014. – С. 11–18.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501, [3] с.

Васильков В.Г., доцент,
кафедра економіки підприємств

ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ ВЗАЄМОДІЇ УНІВЕРСИТЕТІВ І БІЗНЕСУ

Сьогодні у сфері взаємодії університетської і бізнес-діяльності спостерігаються такі глобальні тенденції:

- Зростає кооперація між університетами та бізнесом.
- Університети тісно співпрацюють з бізнесом у сфері наукових досліджень. Отримують фінансування від підприємств під певні дослідницькі проекти, в тому числі на спільні проекти, що виконуються університетами і підприємствами разом.
- Університети надають консультаційні послуги для бізнесу, проводять семінари на замовлення підприємств.
- Університети продають результати своїх досліджень і розробок (через власні спеціально створені компанії).

Так, у Великій Британії більшість університетів пропонують консультаційні послуги для бізнесу. Наприклад, в Університеті Манчестер більшість членів університетського штату, на додаток до проведення спонсорованих дослідницьких програм, працюють із зовнішніми організаціями на консультаційній основі, надаючи професійні послуги. Також комерціалізація інтелектуальної власності є важливою фундаментальною складовою діяльності університету, в багатьох університетах цим займаються спеціально створені підрозділи або окремі юридичні особи в складі університету – так, в Університеті Манчестер цим займається ТОВ «Інтелектуальна власність Університету Манчестер».

На факультеті економіки підприємств Мюнхенського університету ім. Людвіга Максиміліана (Німеччина), кооперація з практиками в сфері економіки підприємств і маркетингу дозволяє застосовувати аналітичні інструменти до управлінських проблем. Це робить університет і підприємства кваліфікованими партнерами в управлінні бізнесом, корпоративному розвитку та маркетингових дослідженнях. Сфери кооперації простягаються від спільного викладання проектних семінарів до консалтингу та дослідницьких проектів, фінансованих підприємствами.

Загальними стратегічними орієнтирами закладів вищої освіти, орієнтованих на сучасні і майбутні виклики зовнішнього середовища і націлених на найповнішу реалізацію місії і завдань університету як соціального інституту, різними дослідниками виділяються такі:

1. формувати суспільство знань та готувати до роботи в сучасному складному, динамічному середовищі;
2. інтегрувати принципи сталого розвитку в свою діяльність і в навчальні програми;
3. готувати студентів до роботи і життя в умовах глобального, багатокультурного середовища;
4. діяти з орієнтацією на якість в усіх сферах діяльності університету та конкурентно.

Багато видів партнерства вищих навчальних закладів і фірм (цільові програми, навчання в корпоративних університетах і т.д.), по суті своїй, відносяться до товарно-грошових відносин. Роботодавець надає кошти, щоб отримати фахівця з потрібним набором знань, навичок і вмінь, а університет здійснює індивідуальне замовлення. Але така форма співробітництва не дозволяє швидко перетворити університетську освіту в цілому, подолати її консерватизм й адаптуватися до потреб ринку праці. Для цього потрібні не тільки спеціальні форми навчання, але й оновлені стандарти освіти

Задовольняючи свої соціально-економічні потреби, університет піднімає рівень своєї конкурентоспроможності, що сприяє отриманню альтернативних джерел фінансування наукової і освітньої діяльності, а підприємства-партнери отримують фахівців з необхідними сучасними компетентностями, що значно зменшує його витрати на підвищення кваліфікації та перепідготовку.