DOI: 10.25140/2411-5215-2022-4(32)-9-16
УДК 330.101
JEL Classification: I20

Олена Грішнова
доктор економічних наук, професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Київ, Україна)
E-mail: grishnova@ukr.net. **ORCID:** https://orcid.org/0000-0002-4178-1662

Олена Панченко
кандидат економічних наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна)
E-mail: pan68@ukr.net **ORCID:** http://orcid.org/0000-0001-8071-4983

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті проведено обґрунтування сутності категорій «соціальна відповідальність» та «організаційна культура», що здійснено на основі аналізу сформованих у науковій літературі підходів до розгляду цих дефініцій. Дослідження змісту зазначених категорій здійснено щодо сучасного закладу вищої освіти, його діяльності та ролі у сталому розвитку суспільства й національної економіки. Метою статті визначено розкриття теоретико-прикладних засад формування організаційної культури в системі забезпечення соціальної відповідальності університетів. Доведено, що заклади вищої освіти, як надавачі високоякісних освітніх послуг, організатори інвестиційно привабливих наукових досліджень, ділові партнери, відповідальні роботодавці, учасники соціально-економічних і суспільно-політичних процесів, спроможні робити вагомий вплив у сталий розвитком місцевих громад, національної економіки та країни в цілому. Головним інструментом такого впливу у статті визначено організаційну культуру, що включає сукупність спільних для здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників та співробітників університету цінностей, переконань, традицій, норм поведінки, мотивів і стимулів діяльності. У результаті було обґрунтовано, що розбудова ефективної організаційної культури в системі соціальної відповідальності закладу вищої освіти забезпечує синхронізацію інтересів та задоволення запитів внутрішніх (здобувачі вищої освіти, науково-педагогічні працівники, співробітники) і зовнішніх (абітурієнти, батьки здобувачів вищої освіти, підприємці, громади, постачальники й інші ділові партнери) стейкхолдерів.

Ключові слова: *заклад вищої освіти; організаційна культура; соціальна відповідальність; якість освітніх послуг; конкурентоспроможність; стейкхолдери; ринок освітніх послуг.*
Рис.: 1. Бібл.: 12.

Постановка проблеми. У контексті стрімкого поширення концепції сталого розвитку в провідних країнах світу виникає необхідність перегляду підходів до оцінки діяльності суспільних інститутів у межах корпоративної соціальної відповідальності. Прогрес суспільства в досягненні цілей сталого розвитку базується на розвитку сфери вищої освіти та професійної підготовки висококваліфікованих працівників для національної економіки. В умовах сучасного інформаційного суспільства та економіки знань вища освіта відіграє стратегічну роль, оскільки сприяє формуванню сталих цінностей, позитивних змін у поведінці та стилі життєдіяльності населення. Для підготовки майбутніх відповідальних підприємців та конкурентоспроможних на ринку праці висококваліфікованих фахівців важливо включати різні аспекти

© Олена Грішнова, Олена Панченко, 2022

соціальної відповідальності в навчальну програму, починаючи з перших курсів підготовки здобувачів. Зазначене обґрунтовує появу нової наукової та прикладної проблеми розбудови ефективної організаційної культури в системі корпоративної соціальної відповідальності університетів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Протягом останніх років у науковому просторі спостерігається значне пожвавлення інтересу іноземних та вітчизняних учених до розвитку соціальної відповідальності суспільних інститутів. Причому варто наголосити на тому, що переважна більшість досліджень зосереджується на питаннях підвищення соціальній відповідальності бізнесу (Котлер Ф. і Лі Н. [1], Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. [2], Колот А. [3], Кузьмін О. [4], та ін.). Аналогічно, організаційна культура розглядається у наукових публікаціях Anning-Dorson T. [5], Черкасова А. і Брінцевої О.[6], Балики О.[7], Карюк В.[8], Савченко М. [9] та інших учених найчастіше в розрізі проблем і перспектив розвитку підприємницького сектору. У своїх дослідженнях науковці переважно сходяться на думці, що організаційна культура сприяє узгодженню інтересів організації та працівників, залучаючи їх до прийняття рішень та розробки стратегії підприємства, надаючи їм певний діапазон повноважень для креативності та творчого пошуку, але при цьому орієнтуючи зусилля всіх співробітників до досягнення спільних цілей.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Поряд із цим, на нашу думку, проблема соціальної відповідальності має досліджуватись комплексно, не обмежуючись виключно підприємницьким (мікроекономічним) рівнем. Окремої уваги потребує вивчення сучасних засад забезпечення соціальної відповідальності держави, зокрема її законодавчих та виконавчих органів, а також інших інститутів суспільства. З огляду на зростаючу роль освіти та науки в забезпеченні збалансованого сталого прогресу суспільства й національної економіки, набувають актуальності питання розвитку соціальної відповідальності закладів вищої освіти. Це, у свою чергу, вимагає розгляду прикладних засад формування організаційної культури університетів. У роботах Азьмук Н. [10], Каленюк І. [11] у контексті розляду важливих акпектів розвитку вітчизнаної вищої освіти досліджуються також питання організаційної культури. Водночас питання формування організаційної культури в системі забезпечення соціальної відповідальності університетів досі залишається неповною мірою розкритим у наявних наукових публікаціях.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є обґрунтування теоретико-прикладних засад формування організаційної культури в системі забезпечення соціальної відповідальності університетів.

Виклад основного матеріалу. Передусім визначимо, що соціальну відповідальність ми розуміємо як діяльність, що допомагає досягти економічних цілей держави, підприємств, установ, організацій та громадян без завдання шкоди іншим людям, навколишньому природному середовищу та суспільству. Для більш повного опису сутності соціальної відповідальності

необхідно зазначити, що цей термін включає відповідальність організації за вплив прийнятих нею рішень та результатів її діяльності на стан довкілля, тенденції розвитку суспільства, благополуччя населення. Соціальна відповідальність будь-якого економічного суб'єкта має вибудовуватись на основі врахування очікувань головних стейкхолдерів, дотриманні чинного законодавства та міжнародних норм поведінки. Основні принципи соціальної відповідальності повинні бути інтегрованими в діяльність всієї організації, а також застосовуватись в її комунікації та співпраці з партнерами.

Наголошуємо на тому, що поняття організаційної культури та стратегії організації є близькими за змістом та взаємопов'язаними, проте не є тотожними. Нині обидві ці категорії достатньо активно використовуються у таких галузях, як бізнес, освіта та державне управління. Поняття стратегії організації означає досягнення перспективних цілей управління, тобто ефективність менеджменту персоналу та дієвість встановлених правил поведінки у ході досягнення спільних цілей. Організаційна культура відображає самоорганізацію персоналу, що характеризується спільними цінностями, нормами поведінки, ставленням до роботи та інших організацій. Наприклад, стратегія університету може розглядатись як засіб, що дає змогу мобілізувати наявні ресурси та скоординувати цілі та дії персоналу для досягнення спільної мети; організаційна культура визначає рамки, у межах яких може змінюватись стратегія університету або можна обирати один із альтернативних варіантів, суголосних затвердженій стратегії. Організаційна культура та стратегія закладу вищої освіти мають бути узгодженими між собою, а будь-які зміни в стратегії чи організаційній культурі повинні бути синхронізованими і не можуть суперечити одна одній.

Варто зауважити, що сучасні виклики в галузі соціальної відповідальності університетів є глобальними. В економічно розвинених країнах світу відзначається поступовий перехід вищої освіти на ринкову модель, що призводить до змін в освітній політиці держави, трансформації ролі університетів, підходів до їх менеджменту та комунікації зі стейкхолдерами. Особливу увагу при цьому приділяють формуванню організаційної культури університету, що буде адаптованою до ринкових викликів та спроможною оперативно й адекватно реагувати на виклики екзогенного середовища. За ринкової моделі, освітні послуги перетворюються на товар на ринку, це відкриває нові можливості для залучення інвестицій на розвиток університетів, оскільки дає можливість різним стейкхолдерам отримувати гідну винагороду за їхній внесок.

В основі соціальної відповідальності будь-якого суб'єкта лежить ефективне та професійне виконання його основних суспільних функцій. У цьому контексті соціальну відповідальність закладів вищої освіти можна розглядати крізь призму надання якісних освітніх послуг та проведення досліджень, що користуються попитом з боку потенційних інвесторів. Крім цього, соціальна відповідальність університету проявляється також у його ролі роботодавця для співробітників, учасника суспільних, економічних і політичних відносин з державою і громадою, а також у ролі ділового партнера (рис. 1).

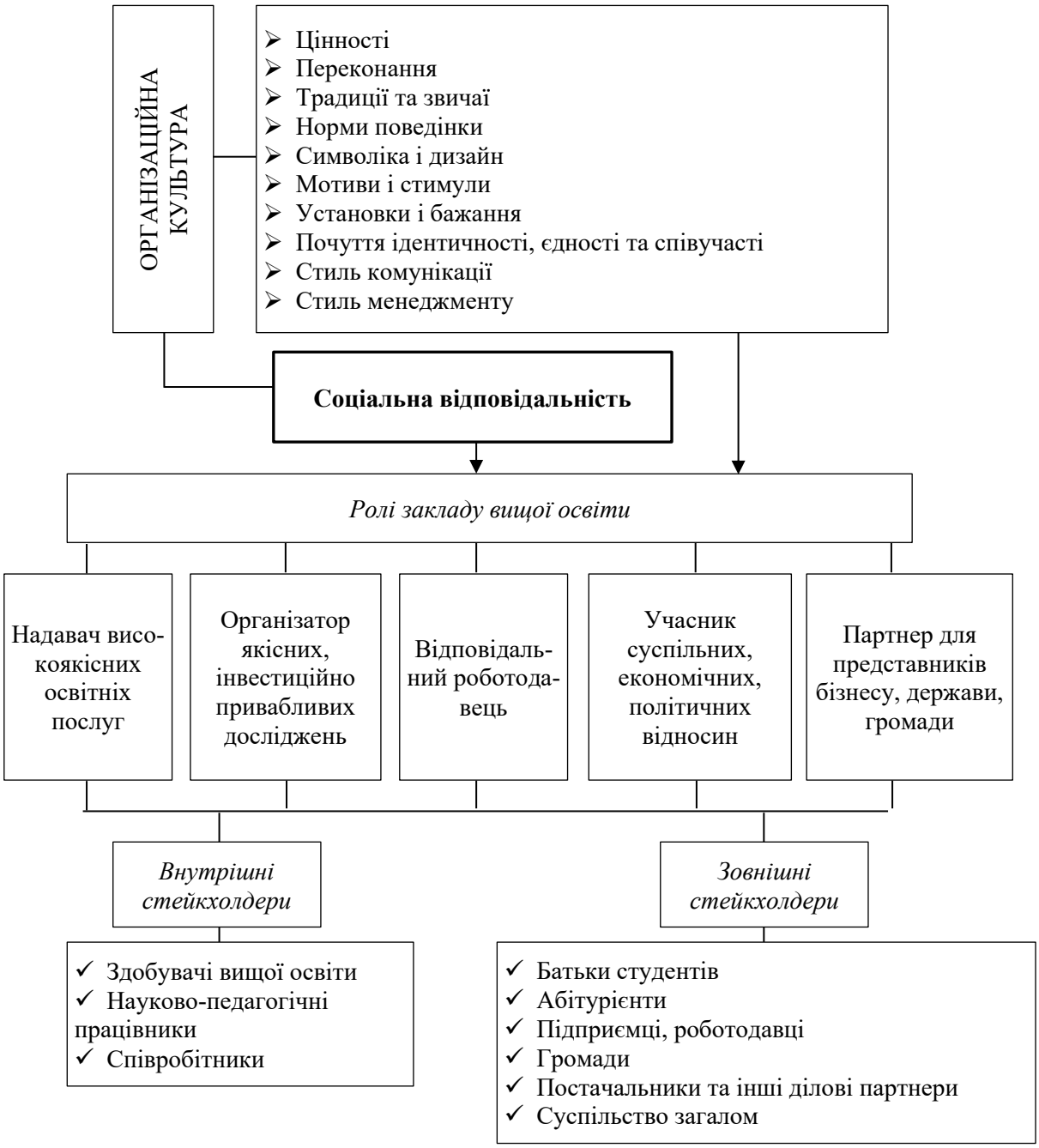

Рис. 1. Ролі закладу вищої освіти в системі його соціальної відповідальності

Джерело: побудовано авторами на основі [11].

При формуванні організаційної культури в системі соціальної відповідальності закладу вищої освіти необхідно враховувати потенціал студентства як одного з найбільш активних сегментів суспільства, що створить додаткові можливості для трансформації суспільства на засадах сталості. Активне залучення здобувачів вищої освіти до університетських ініціатив сприятиме підвищенню кваліфікації випускників, набуттю ними практичних навичок, підвищенню конкурентоспроможності на ринку праці, зростанню рівня зайнятості молоді, поліпшенню стану здоров’я та благополуччя

загалом. Ефективна організаційна культура в системі соціальної відповідальності університету допомагає пом'якшити негативний вплив таких ризикових факторів, як нелегітимні домовленості, недоброчесні партнери, недостатній рівень підготовки науково-педагогічних працівників, недостатня мотивація здобувачів вищої освіти до навчання, їх низька громадська активність. Відповідно, соціальна відповідальність університету ґрунтується на врахуванні актуальних запитів і потреб суспільства та економіки, а також зменшує перешкоди для поширення професійних знань, культури, екологічної поведінки, пропагування здорового способу життя та благополуччя серед студентів та випускників.

В умовах глобалізації науково-освітнього простору та загострення міжнародної конкуренції на ринку освітніх послуг, заклади вищої освіти вимушені постійно дбати про власну конкурентоспроможність, знаходити конкурентні переваги, нарощувати соціальний і репутаційний капітал. У такому контексті для вітчизняних закладів вищої освіти особливо цінним є досвід формування організаційної культури іноземних університетів. Провідні світові університети націлюють свою діяльність не лише на надання високоякісних освітніх послуг і проведення інвестиційно привабливих досліджень, а й на забезпечення всебічного розвитку особистості студента, а також на сприяння сталому розвитку суспільства загалом.

Для вітчизняних закладів вищої освіти характерна проблема нерозвиненості їхньої організаційної культури та соціальної відповідальності загалом. Справедливо зауважити, що українські університети реалізують низку соціальних ініціатив, пов'язаних із благодійністю, турботою про навколишнє середовище, проведенням інформаційних та просвітницьких заходів для широкої громадськості, проте зазвичай такі ініціативи є ситуативними, не регулярними та не вирізняються системністю. В українських закладах вищої освіти немає спеціалізованих підрозділів або посад, функціонал яких охоплює питання розвитку організаційної культури в системі соціальної відповідальності. Основними причинами цього є: низька поінформованість керівництва університетів, недостатнє розуміння цінності та переваг організаційної культури й соціальної відповідальності для забезпечення конкурентоспроможності освітньої установи, фрагментарний підхід до реалізації соціальних ініціатив, нестача фінансування, термінологічна невизначеність.

Висновки і пропозиції. Сучасні тенденції розвитку національної економіки, глобалізаційні процеси та зростання значущості людського капіталу вимагають від закладів вищої освіти високої динамічності, гнучкості, адаптивності їхньої діяльності до зовнішніх викликів, а також вмотивованості та відданості співробітників, їх націленості на спільні цілі. Загальною метою є формування корпоративного духу, що потребує розробки та використання інструментів, які поєднують інтереси університету, співробітників і здобувачів вищої освіти як єдиної команди. Одним із таких інструментів є

організаційна культура, яка, з одного боку, потребує врахування менеджментом університетів запитів персоналу та здобувачів вищої освіти як носіїв цієї культури, а з іншого боку, викликає у працівників і студентів почуття єдності з університетом, співучасті в його успіху та зростанні. Саме розвинена організаційна культура допомагає виявити спільні інтереси стейкхолдерів та тенденції у змінах ендогенного й екзогенного середовища, і зрештою дає змогу визначити спільну місію та цілі.

Для успішного функціонування закладу вищої освіти не достатньо тільки спільності мотивів, ідей та інтересів працівників і студентів. У сучасному висококонкурентному середовищі треба встановлювати чіткі правила субординації та процедури, яких необхідно дотримуватися. Принципово важливим для розбудови ефективної організаційної культури в системі соціальної відповідальності університету є створення комфортних умови для роботи науково-педагогічних і адміністративних працівників та для навчання здобувачів вищої освіти, які б спонукали їх розвиватися в межах встановленого порядку, без психологічного дискомфорту та з можливістю самовираження і прояву власної креативності.

Перспективи подальших досліджень полягають у опрацюванні проблематики розробки напрямів посилення впливу організаційної культури університетів на зростання якості освітніх послу.

Список використаних джерел

1. Котлер Філіп. Корпоративна соціальна відповідальність / Котлер Філіп, Ненсі Лі. – К. : Агенція «Стандарт», 2005. – 352 с.
2. Latapí Agudelo M. A. A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility / Latapí Agudelo M. A., Jóhannsdóttir L., Davídsdóttir, B. // International Journal of Corporate Social Responsibility. – 2019. – Vol. 4(1). – Pp. 1-23.
3. Соціальна відповідальність / А. М. Колот та ін. – Київ : КНЕУ, 2015. – 519 с.
4. Кузьмін О. Є. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування / О. Є. Кузьмін, Н. С. Станасюк, О. З. Уголькова // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. – 2021. – № 2 (6). – С. 56-64.
5. Anning-Dorson T. Organizational culture and leadership as antecedents to organizational flexibility: implications for SME competitiveness / T. Anning-Dorson // Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies. – 2021. – № 5. – Pp. 1309-1325. – DOI: https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2020-0288.
6. Grishnova O. Transition To A New Economy: Transformation Trends In The Field Of Income And Salary Functions / O. Grishnova, A. Cherkasov, O. Brintseva // Problems and Perspectives in Management. – 2019. – Vol. 17(2). – Pp. 18–31.
7. Балика О. Г. Корпоративна культура як інститут удосконалення соціально-трудових відносин : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.07 / Балика Олена Георгіївна ; Держ. ВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. – К., 2014. – 20 с.
8. Грішнова О. А. Трансформація організаційної культури українських компаній в умовах війни та пандемії Covid-19 /, О. А. Грішнова, В. І. Карюк // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2022. – № 62. – С. 206-223.
9. Савченко М. В. Організаційна культура в контексті розвитку корпоративної соціальної відповідальності суб’єктів міжнародного бізнесу / М. В. Савченко, О. В. Шкуренко // Управління економікою: теорія та практика : зб. наук. пр. – К. : ІЕП НАНУ, 2020. – С. 95-111.

10. Azmuk N. Digital Employment: Ukraine's Ranking in the Global Division of Digital Labour / N. Azmuk, O. Grishnova, O. Kuklin // Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. – 2020. – № 2(43). – Pp. 380-391. – DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3578.

11. Formation of intellectual corporate capital: methods and moderntrends / I. Kalenyuk, O. Grishnova, L. Tsymbal, A. Djakona, E. Panchenko // Bulletin the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. – 2020. – Vol. 1(383). – Pp. 182-191. – DOI: https://doi.org/10.32014/2020.2518-1467.23.

12. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність університетів України: порівняльний аналіз та основні напрями розвитку / О. А. Грішнова, С. В. Бех // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2014. – № 5(158). – С. 11-18.

References

1. Kotler, F., Nensi, Li. (2005). *Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist* [*Corporate Social Responsibility*]. Ahentsiia «Standart».

2. Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *4*(1), 1-23.

3. Kolot A. M., ets. (2015). *Sotsialna vidpovidalnist [Social responsibility]*. KNEU.

4. Kuzmin, O.Ye., Stanasiuk, N.S., & Uholkova, O.Z. (2021). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: poniattia, typolohiia ta chynnyky formuvannia [Social responsibility of business: concept, typology and factors of formation]. *Menedzhment ta pidpryiemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku – Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development,* (2(6)), 56-64.

5. Anning-Dorson, T. (2021). Organizational culture and leadership as antecedents to organizational flexibility: implications for SME competitiveness. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *5*, 1309-1325. Doi: https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2020-0288

6. Grishnova, O., Cherkasov, A., & Brintseva, O. (2019). Transition To A New Economy: Transformation Trends In The Field Of Income And Salary Functions. *Problems and Perspectives in Management*, *17*(2), 18–31.

7. Balyka, O. H. (2014). *Korporatyvna kultura yak instytut udoskonalennya sotsial'no-trudovykh vidnosyn [Corporate culture as an institution for improving social and labor relations]*. [PhD Thesis]. Kyiv.

8. Grishnova, O.A., & Karyuk, V.I. (2022). Transformatsiya orhanizatsiynoyi kul′tury ukrayins′kykh kompaniy v umovakh viyny ta pandemiyi Covid-19 [Transformation of the organizational culture of Ukrainian companies in the conditions of war and the Covid-19 pandemic]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia ekonomichna – Bulletin of Lviv University. Economic series*, *62*, 206-223.

9. Savchenko M.V., Shkurenko O.V. (2020) Orhanizatsiina kultura v konteksti rozvytku korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv mizhnarodnoho biznesu [Organizational culture in the context of the development of corporate social responsibility of international business entities] *Upravlinnia ekonomikoiu: teoriia ta praktyka [Management of the economy: theory and practice*] (pp. 95-111). IEP NANU.

10. Azmuk, N., Grishnova, O., Kuklin, O. (2020). Digital Employment: Ukraine's Ranking in the Global Division of Digital Labour. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, *2*(43), 380-391. https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3578.

11. Kalenyuk, I., Grishnova, O., Tsymbal, L., Djakona, A., & Panchenko, E. (2020). Formation of intellectual corporate capital: methods and moderntrends. *Bulletin the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan*, 1(383), 182-191. https://doi.org/10.32014/2020.2518-1467.23.

12. Hrishnova, O.A., & Bekh, S.V. (2014). Sotsialna vidpovidalnist universytetiv Ukrainy: porivnialnyi analiz ta osnovni napriamy rozvytku [Social responsibility of Ukrainian universities: comparative analysis and main directions of development] *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka – Bulletin of Kyiv National University named after Taras Shevchenko.* (5(158)), 11-18.

Отримано 15.12.2022

UDC 330.101

Olena Grishnova

Doctor of Economic, Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)
E-mail: grishnova@ukr.net. **ORCID:** https://orcid.org/0000-0002-4178-1662

Olena Panchenko

PhD in Economics, Associate Professor
Chernihiv Polytechnic National University (Chernihiv, Ukraine)
E-mail: pan68@ukr.net **ORCID:** http://orcid.org/0000-0001-8071-4983

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE SYSTEM OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF HIGH EDUCATION INSTITUTIONS

The article substantiates the essence of the categories "social responsibility" and "organizational culture", which was carried out on the basis of the analysis of approaches to considering these definitions in the scientific literature. The study of the content of these categories was carried out in the connection with modern higher education institution, its activities and role in the sustainable development of society and the national economy. The purpose of the article is to reveal the theoretical and practical foundations of the development of organizational culture in the system of ensuring social responsibility of universities. The authors proved that higher education institutions, as providers of high-quality educational services, organizers of investment-attractive scientific research, business partners, responsible employers, participants in socio-economic and socio-political processes, are capable of making a significant impact on the sustainable development of local communities, the national economy and the country in general. The organizational culture is identified as a main tool of such impact. The authors emphasized that when forming organizational culture within the social responsibility system of a higher education institution, it is necessary to take into account the potential of students as one of the most active segments of society, which will create additional opportunities for the sustainable transformation of society. The article describes the organizational culture a set of values, beliefs, traditions, behaviour norms, motives and incentives common to students, academicians, researchers, administrative personnel of the university. As a result, it was substantiated that the development of an effective organizational culture in the system of social responsibility of a higher education institution ensures the synchronization of interests and the satisfaction of needs of internal (students, academic and research staff, other employees) and external (applicants, parents of students, entrepreneurs, communities, suppliers and other business partners) stakeholders.

Keywords: *higher education institution; organizational culture; social responsibility; educational services quality; competitiveness; stakeholders; educational services market.*

Fig: 1. References: 12.

Грішнова О., Панченко О. Організаційна культура в системі соціальної відповідальності закладів вищої освіти. *Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2022. № 4(32). С. 9-16.