



УПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫМ УНИВЕРСИТЕТОМ

НА ПУТИ К СОЦИАЛЬНО  
ОТВЕТСТВЕННОМУ УНИВЕРСИТЕТУ

ББК 74.58

Н 12

**НА ПУТИ К СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОМУ  
УНИВЕРСИТЕТУ: колл. монография / под общ. ред.  
Г.И. Мальцевой. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС,  
2009. – 412 с.**

ISBN 978-5-9736-0147-8

Коллективная монография посвящена проблеме построения университета, полезного обществу и ответственного перед ним. В книге нашли отражение ключевые управленческие аспекты, связанные с эффективностью удовлетворения вузом общественных интересов. Авторы разработали инструменты стратегического анализа и оценки вуза с точки зрения его полезности обществу, на примере ВГУЭС проанализировали политику социально ответственного вуза в отношении студентов, сотрудников и преподавателей, определили способы формирования ключевых компетенций, направленных на полезность обществу, предложили собственную систему социальной отчетности.

Для руководителей и администраторов в системе высшей школы всех уровней.

ББК 74.58

ISBN 978-5-9736-0147-8

© Мальцева, Г.И., 2009

© Издательство Владивостокский  
государственный университет  
экономики и сервиса, 2009

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ .....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
Глава 1. МИССИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ .....	9
<i>Мальцева Г.И.</i>	
1.1. Предпосылки изменения социальной роли высшей школы... 9	
1.2. Вуз в системе социально ответственных отношений .....	20
1.2.1. Социальное государство и социальная ответственность вуза.....	21
1.2.2. Социальная ответственность компании.....	26
1.2.3. Специфика социальной ответственности университета.....	37
1.3. Полезность обществу в стратегии развития ВГУЭС .....	46
Глава 2. УЧЕТ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНТЕРЕСОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ.....	55
<i>Луговой Р.А., Солодухин К.С.</i>	
2.1. Модель оценки значимости групп заинтересованных сторон и их запросов для университета.....	55
<i>Солодухин К.С., Рахманова М.С.</i>	
2.2. Стратегический анализ внутренней и внешней среды университета с точки зрения полезности обществу.....	67
<i>Солодухин К.С., Пleshкова Т.Ю.</i>	
2.3. Стратегии взаимодействия университета с группами заинтересованных сторон на основе использования ключевых компетенций .....	97

<i>Солодухин К.С., Гресько А.А.</i>	
2.4. Модель ресурсного взаимодействия стейкхолдеров университета.....	126
<i>Солодухин К.С., Дзюна Г.А.</i>	
2.5. Постановка и балансировка системы сбалансированных показателей в университете на основе теории заинтересованных сторон.....	135
<i>Мартыненко О.О.</i>	
2.6. Механизмы реализации партнерства вуза с бизнес-средой .....	170
Глава 3. СТУДЕНТ – АКТИВНЫЙ СУБЪЕКТ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО ВУЗА .....	185
<i>Черная И.П., Ткадлец О.Е., Масилова М.Г., Колюхова Т.В.</i>	
3.1. Формирование социальной ответственности преподавателей и студентов .....	185
3.1.1. Изменение целевой функции вуза в современном обществе.....	185
3.1.2. Социализация студентов и выпускников как критерий успешности вузов.....	195
3.1.3. Проблемы социального обучения во ВГУЭС .....	210
<i>Кленина А.Н., Коляда И.А.</i>	
3.2. Центры сопровождения карьеры студентов и выпускников.....	235
<i>Могилевкин Е.А., Клиников С.В.</i>	
3.3. Карьерный тьюторинг в университете.....	252
<i>Кезина И.В.</i>	
3.4. Ориентация на потребителя как признак социальной ответственности вуза (на примере региональной системы дистанционного образования) .....	281
Глава 4. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ВУЗЕ .....	297
<i>Горшкова О.В.</i>	
4.1. Социальная политика университета в отношении персонала .....	297
<i>Пименова Н.Ю.</i>	
4.2. Социальная ответственность как инструмент мотивации сотрудников вуза для реализации корпоративной стратегии ...	346

Таким образом, анализ основных запросов заинтересованных сторон вуза свидетельствует о следующем. Университету необходимо разработать и воплотить в жизнь новые механизмы взаимовыгодного сотрудничества (партнерства) с субъектами региональной экономики для удовлетворения их потребностей в квалифицированных специалистах и в программах повышения квалификации сотрудников. Основными направлениями взаимодействия должны быть: вовлечение представителей регионального бизнеса и власти в процесс формирования структур курсов и учебных планов; обеспечение заинтересованности субъектов экономики в практической работе студентов; привлечение работающих специалистов в качестве лекторов для проведения занятий на актуальные темы; активизация тренинговых и консалтинговых программ. Такие мероприятия позволят удовлетворить запросы клиентов, связанные с практическим наполнением и качеством обучения и соответствием этому качеству ППС.

В этом смысле сотрудники университета являются главным его ресурсом с точки зрения достижения поставленных стратегических целей. Развитие человеческих ресурсов наряду с совершенствованием системы управления должно стать основой для эффективного партнерства со всеми группами заинтересованных сторон и реализации на этой основе стратегии университета.

### Литература

1. Клейнер, Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер; ЦЭМИ РАН. – М.: Наука, 2004. – (Экономическая наука современной России).
2. Петров, М.А. Механизмы согласования позиций заинтересованных сторон в процессе разработки и реализации стратегии фирмы: дис. ... канд. экон. наук / М.А. Петров. – СПб., 2005.
3. Post, J. E., Preston, L. E., Sachs, S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford: Stanford University Press, 2002.
4. Гурков, И.Б. Интегрированная метрика стратегического процесса – попытка теоретического синтеза и эмпирической апробации / И.Б. Гурков // Российский журнал менеджмента. – Т. 5. – № 2. – 2007. – С. 3–28.

5. Катъкало, В.С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий / В.С. Катъкало // Вестник СПбГУ. Сер. «Менеджмент». – 2002. – Вып. 4. – С. 20–43.

6. Мальцева, Г.И. Стратегическое управление университетом / Г.И. Мальцева // Университетское управление: практика и анализ. – 2005. – № 2.

7. Frooman, J. Stakeholder Influence Strategies // Academy of Management Review. – 1999. – Vol.24. N2.

8. Петров, М.А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М.А. Петров // Вестник СПбГУ. Сер. «Менеджмент». – 2004. – № 2.

9. Mitchell, R. K., Agle, B. R., Wood, D. J. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: Defining the Principle of Who and What Really Counts // Academy of Management Review – 1997. – № 22 (4).

К.С. Солодущин, М.С. Рахманова

### 2.2. Стратегический анализ внутренней и внешней среды университета с точки зрения полезности обществу

Одним из самых распространенных методов, в комплексе оценивающих факторы, влияющие на выбор организацией своей стратегии, является SWOT-анализ. Его цель заключается в разработке стратегии через систематизацию информации о сильных и слабых сторонах, а также о потенциальных возможностях и угрозах. Назовем основные задачи SWOT-анализа:

- выявить сильные и слабые стороны (по сравнению с конкурентами);
- оценить возможности и угрозы внешней среды;
- связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами, т.е. выяснить, в какой мере сильные стороны университета позволяют ему воспользоваться открывающимися возможностями и противостоять угрозам (защищаться от них);
- определить, какие стратегии следует реализовывать при том или ином сочетании сил, слабостей, возможностей и угроз.

Классический SWOT-анализ, как правило, носит информационный, описательный характер [1, 2] и может проводиться по ор-