

**Привлекательность для инвесторов.** Каждый инвестор перед тем как приобрести акции той или иной компании, будет учитывать ряд факторов, где компания будет прибыльной, но не устойчивой в экологическом и социальном плане. Информирование инвесторов о компании, выполнение требований в области корпоративного управления облегчает доступ к капиталу.

Основным мотивом для реализации социальных программ остается **улучшение отношений с властями.** Реализация этих программ способствует легкому получению лицензий и разрешений, компании имеют больше шансов на отмену существующего законодательного регулирования и предотвращения нового регулирования. Также компании имеют налоговые льготы, доступ к льготным кредитам и займам.

#### Список литературы

1. *Копылова, Г. А.* Корпоративная социальная ответственность как фактор взаимодействия бизнеса и общества / Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская // Труд и социальные отношения. – 2012. – № 6. – С. 14–20.
2. *Киварина, М. В.* Корпоративная социальная ответственность / М. В. Киварина // Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – С. 116–122.

<http://edoc.bseu.by>

*Соболько А. И.,*

студент 3 курса специальности «Социология»

специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования

УО «Белорусский государственный экономический университет»,

член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

### **ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ СОЗДАНИЯ УНИВЕРСИТЕТА 3.0**

Для исследования внутренних факторов, оказывающих влияние на развитие любой организации, в науке и практике широко используется ресурсный подход (Wernerfelt, 1984; Barney, 2001). В соответствии с ним выделяются ключевые ресурсы и компетенции (resourcesandcapabilities), определяющих конкурентные преимущества организации. В контексте университетов Герреро и Урбано (Guerrero&Urbano, 2012) определили основополагающие для трансформации ресурсы (человеческий капитал, физическая инфраструктура, финансовые ресурсы) и компетенции (налаженные связи, система лидерства и управления). На основе этого для оценки предпринимательского и инновационного потенциала университетов Европейской комиссией и Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) был разработан инструмент HEInnovate [1]. Методология данного инструмента, разработанная совместно практиками и исследователями, выделяет 8 областей (внутренних факторов), включающих релевантные для

эффективной реализации университетами трех функций ресурсы и компетенции.

1. Управление и лидерство. Эффективная система корпоративного управления университетом должна быть выстроена для разработки и реализации стратегии достижения результатов, значимых для ключевых стейкхолдеров. При этом инновации и развитие предпринимательства должны быть не столько стратегической целью, сколько инструментом ее реализации, а руководство университета должно быть носителем инновационной и предпринимательской культуры.

2. Организационный потенциал, люди и стимулы являются ключевыми факторами для реализации стратегии. Университет должен быть способен привлекать внешнее финансирование, эффективно инвестировать, привлекать и удерживать управленцев, преподавателей, исследователей, студентов, а также формировать эффективную систему мотивации. В этой связи, способность и культура выстраивания партнерских отношений с бизнесом, фондами, международными институтами, некоммерческими организациями, выпускниками и белорусской диаспорой за рубежом имеют первоочередное значение.

3. Обучение предпринимательству предполагает не столько наличие специализированных курсов или программ, сколько внедрение передовых методик и инструментов для стимулирования инновационного и предпринимательского мышления, чтобы предпринимательский компетенции и опыт приобретались в процессе всего обучения.

4. Подготовка и поддержка предпринимателей. Деятельность университета в этом направлении позволяет обучающимся как оценить перспективность для них карьеры предпринимателя, так и сделать первые шаги в этом направлении, опираясь на ресурсы, компетенции и связи университета. При этом важно, чтобы университет действовал как часть всей экосистемы поддержки предпринимательства и взаимодействовал с другими игроками, предоставляющими инструменты финансовой и нефинансовой поддержки.

5. Цифровая трансформация Развитие цифровой среды и инфраструктуры позволяет наиболее эффективно интегрировать организовывать деятельность в соответствие с миссией и стратегией, в том числе по формированию предпринимательской и инновационной культуры и экосистемы

6. Обмен знаниями и сотрудничество с бизнесом, государственными структурами, инновационной инфраструктурой и другими стейкхолдерами является важным катализатором организационных инноваций, развития образовательной и исследовательской функции, и как следствие эффективного внедрения инноваций.

7. Интернационализация – процесс интеграции университета в международное пространство, обмена опытом и внедрения передовых практик в управление университетом, образование и исследования, который явля-

ется двигателем изменений и дает возможность альтернативного взгляда на вещи.

8. Оценка эффекта является важным процессом при внедрении изменений и инноваций. При этом, должна существовать система, при которой результаты реализации стратегии и отдельных мероприятий оцениваются не только университетом (наблюдательным советом), но и стейкхолдерами, а также международными организациями, занимающимися аккредитацией и рейтингами.

Важным условием, способствующим качественному пересмотру взаимодействия вузов, государства и бизнеса в сфере высшего образования, стало расширение так называемого «вузовского компонента» при составлении учебных планов и стандартов, расширение автономии учреждений высшего образования по разработке учебно-методической документации. Это позволило сделать более гибкими учебные программы, в большей степени адаптировать их под запросы организаций – заказчиков кадров.

Помимо тесной связи с коммерческим сектором отличительной чертой «Университета 3.0» является также развитие предпринимательской культуры у студентов, стимулирование и подготовка их к предпринимательской деятельности после выпуска из университета.

В 2018 г. Беларусь второй раз (первый – в 2016 г.) приняла участие в GlobalUniversityEntrepreneurialSpiritStudents' Survey – исследовании предпринимательского потенциала студентов. Оно не зафиксировало значимого прогресса по сравнению с 2016 г., но отметило ряд позитивных шагов в рамках развития в стране предпринимательской культуры у студентов.

Несмотря на объективно позднее начало реализации проекта «Университет 3.0», и государственные, и негосударственные организации осознают его важность для развития экономики и человеческого капитала страны. Важным достижением является и то, что в проект включены не только технические вузы.

Среди основных трудностей в реализации концепции «Университета 3.0» в Беларуси следует отметить сохранение слабой связи между рынком труда и высшей школой, пока еще относительно невысокую степень гибкости образовательного процесса и его содержания, относительно невысокий уровень развития предпринимательской культуры у белорусских студентов.

#### **Список литературы**

1. Готов ли ваш университет к инновациям? // HEInnovate [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [heinnovate.eu/en](http://heinnovate.eu/en). – Дата доступа: 13.01.2021.