

УДК 338.242

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ БОЛГАРИИ

О.В. Данилова¹, О.К. Стоичкова²

¹Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва

²Высшая школа агробизнеса и регионального развития, г. Пловдив, Болгария

Рассматривается передовая практика корпоративной социальной ответственности в деятельности высших учебных заведений. Позитивное отношение университетов к корпоративной социальной ответственности возникает в связи реформированием системы образования, усилением конкуренции на рынке образовательных продуктов в связи с происходящими процессами коммерциализации предоставления нового знания, необходимости создания постоянного потока удовлетворенных выпускников, привлечения новых студентов и решения проблем бизнеса. Цель статьи заключается в обосновании необходимости применения принципов корпоративной социальной ответственности к высшему образованию. Исследование основано на теоретической структуре и информации в социальных сетях и университетских веб-сайтах. Значительное сокращение бюджетного финансирования и возможность осуществления предпринимательской деятельности позволяют рассматривать вузы как организации, которые несут социальную ответственность за свои действия перед различными группами стейкхолдеров. В формате новой бизнес-модели высшего образования необходимым конкурентным преимуществом для университетских структур в Болгарии становится корпоративная социальная ответственность. В статье представлен краткий обзор реализации корпоративной социальной ответственности в ряде зарубежных университетов, который авторы считают актуальным для университетов Болгарии. Практическая значимость материала заключается в определении задач и распространении принципов корпоративной социальной ответственности на деятельность высших учебных заведений.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; конкурентное преимущество; приоритеты КСО в университетах; стратегия КСО.

Традиционный подход к согласованию взаимодействия продавцов и покупателей в рыночной экономической системе заключается в признании объективности базового принципа ее саморегулирования известного как «невидимая рука рынка». Рыночное хозяйство, получая на постиндустриальном этапе социальную направленность развития, и ориентация современных организаций на решение этических вопросов создали предпосылки для появления новой движущей силы, которую можно определить, как «невидимая рука культуры». На этапе перехода постиндустриального общества в информационно-технологическое капитал-собственность и капитал-функция вынуждены согласовывать интересы в едином пространстве системы «бизнес – социум». В рамках любой бизнес-системы (вне зависимости от размеров и вида деятельности) они также функционируют на основе достижения баланса взаимных интересов предпринимателя и работника. Научно-технический прогресс и быстрое

обновление знаний требуют увеличения затрат на подготовку высококвалифицированных работников. Интеллектуализация человеческого капитала изменила взаимоотношения наемных работников и владельцев материальных факторов производства. Работник - собственник интеллектуального капитала, даже при условии его работы по найму, уже не просто исполнитель, он превращается в партнера владельца бизнеса, поскольку последний напрямую зависит от качества и инновационных возможностей человеческого капитала. В данном случае уместно говорить о ценностном влиянии бизнеса на качество жизни, на формирование новой среды обитания человека. Бизнес обязан взять на себя ответственность за основные направления развития общества, даже если они напрямую не связаны с его основными видами его предпринимательской деятельности (образование, здравоохранение, охраны труда, экология, культура и спорт).

Социальная ответственность, первоначально рассматриваемая как необходимая составляющая исключительно предпринимательской деятельности, получила широкое распространение в других сферах общественной жизни. В условиях расширения рыночных отношений и быстрых технологических изменений университеты сталкиваются с множеством трудностей, преодоление которых требует формирования новых подходов и соответствующего управленческого инструментария. Неопределенность и непредсказуемые изменения жесткой конкурентной среды заставляют вузы использовать все имеющиеся в их арсенале ресурсы для того, чтобы задействовать в сфере высшего образования новую бизнес-модель, основанную на принципах корпоративной социальной ответственности.

Высшие учебные заведения, выполняя свою основную функцию – продвижение нового знания – должны нести ответственность перед обществом, соблюдать этические нормы поведения, права человека, иметь прозрачную систему управления и справедливую систему предоставления и оценивания образовательных продуктов. Концепция социальной ответственности университетов достаточно новое и мало изученное направление в общей теории корпоративной социальной ответственности, интерес к которой в профессиональных кругах постоянно растет. Для понимания и принятия действенных решений в указанном направлении, необходимо точно сформулировать основополагающие теоретические и методологические положения поставленных проблем.

Корпоративная социальная ответственность - понятие, для которого в специальной и научной литературе можно найти множество определений. В контексте научного поиска российской и западной экономической науки нескольких последних десятилетий можно назвать исследование проблем социальной ответственности бизнеса с точки зрения эффективности использования ресурсов и формирования механизмов развития рыночных отношений. Интерпретация социальной ответственности бизнеса в большинстве публикаций связывается с этическими нормами, деловой репутацией, необходимостью решения экологических вопросов на микроуровне на базе корпоративных структур. В целом КСО определяется как «стремление к повышению социального благосостояния посредством добровольной деловой практики и использования корпоративных ресурсов» [1, с. 244]. Корпоративная социальная ответственность, таким образом, должна распространяться на все, что делает бизнес, и как эта деятельность влияет на качество жизни на национальных и глобальном мировом уровнях. Безусловно, приведенные интерпретации КСО в определенной степени позволяют систематизировать основные параметры, необходимые для понимания мотивов корпоративной социальной

ответственности. Сложность изучения и реализации исследуемой закономерности распространения социальной ответственности бизнеса, в том числе и в высших учебных заведениях, заключается в косвенных способах (невозможности установления прямых возможностей) ее воздействия на эффективность экономического роста.

Реформирование системы образования актуализирует новые задачи и функции университетов. К их числу относится и коммерческая деятельность, как важный источник финансирования образовательной деятельности. Распространение принципов социально – ответственной практики на деятельность университетов происходит в условиях, когда бизнес меняет систему координат и соотносит требования общества о социальной и экологической ответственности со своими общими бизнес – целями и задачами достижения прибыльности в долгосрочной перспективе. Бизнес больше не является слепой погоней за прибылью или выживанием на рынке. Современные корпорации устанавливают принципиально новые требования к способам методам достижения конкурентоспособности, в том числе и к необходимости эффективного использования человеческого интеллектуального капитала [9].

Высшие учебные заведения как социальные институты несут ответственность за последствия своей деятельности для устойчивого развития общества и окружающей среды, за этическое качество работы и занимаемые позиции относительно социально значимых вопросов и социокультурных ценностей. Безусловно, невозможно «зеркально» применять теорию и практику социальной ответственности бизнеса к деятельности университетов. Социальная ответственность университетов принимает во внимание иные специфические факторы, связанные, в первую очередь, с основной их функцией - обучающей и научно – исследовательской деятельностью.

Вопросы образования в зарубежной и отечественной науке и практике всегда имели принципиальное значение и исследованы в специальной литературе достаточно серьезно. Получение высшего образования является важнейшей жизненной ценностью граждан и основой экономического роста [5]. Опыт развитых стран однозначно свидетельствует, что благополучие наций является следствием развития человеческого капитала, который превратился в важнейший фактор формирования инновационной экономики и залог конкурентоспособности на микро- и макроуровне. Согласно данным Всемирного банка «в валовом внутреннем продукте производственная составляющая (начало XXI в.) составляет всего 18–20 %, остальные 80 % напрямую определяются качеством человеческих ресурсов» [2]. Рост экономики в настоящее время напрямую связан с приростом объемов человеческого интеллектуального капитала и требует серьезных инвестиций, окупающихся лишь в долгосрочном периоде.

Концепция социальной ответственности университетов возникла сравнительно недавно в рамках проекта инициативы Межамериканского банка развития «Этика, Социальный капитал и Развитие», целью которого было повышение информированности общественности о социальных практиках, выходящих за рамки волонтерских программ работы с населением в Латинских регионах. Социальная ответственность университетов была определена как необходимость «разработки и продвижения принципов и ценностей через развитие процессов управления, обучения, исследовательской работы и взаимодействия с сообществом» [8]. В другой интерпретации КСО университетов акцент делается на этических аспектах работы университетского сообщества на основе внедрения ответственного управления образовательными, когнитивными,

трудовыми и экологическими процессами, которые должны происходить в рамках интерактивного общественного диалога в целях достижения устойчивого развития [10].

В условиях сокращения социальных обязательств государства и активного процесса коммерциализации сферы образования на вузы ложится основная нагрузка по обеспечению качества и инновационных возможностей человеческого капитала. Существуют различные взгляды на масштабы Европейского образовательного пространства с точки зрения новой социальной миссии высшего образования. Проводятся специальные исследования, в которых авторы пытаются ответить на вопрос – как университеты должны сочетать образовательную роль с их предпринимательской функцией [9, 10, 12].

Конкурентоспособность вузов в самом общем виде понимается как привлекательность вуза для потребителей и определяется многими факторами: общеобразовательным и общепрофессиональным уровнем подготовки, образовательными инновациями, позволяющими заинтересовать молодых людей в получаемой профессии и мотивировать их совершенствовать свое мастерство, эффективной воспроизводственной политикой (академической, научно – исследовательской, организационной и инновационной). Высшее образование направлено на достижение множества целей, включая формирование студентов к активной гражданской позиции, их будущую карьеру (например, содействие их трудоустройству), поддержку их личностного развития, создание широкой базы новейших знаний и стимулирование научных исследований и инноваций (рис.1).



Р и с . 1. Основные элементы корпоративной социальной ответственности

Для того чтобы быть конкурентоспособными и выживать в меняющихся социально-экономических условиях, вузы заново открывают для себя роль корпоративного имиджа, фирменного стиля, корпоративной репутации [2].

При формировании стратегических направлений социальной политики каждая организация (будь то корпорация, неправительственная организация или высшее учебное заведение) должна в соответствии с конкретными целями своей бизнес-стратегии четко сформулировать социальные, экологические и этические программы [4]. КСО требует последовательных адресных действий, направленных на эффективное решение важных для большинства людей социально-экономических проблем, постоянного диалога с стейкхолдерами, к которым относятся все субъекты, которые заинтересованы в конкретном учреждении (бизнесе) или находятся под влиянием его деятельности. Взаимодействие менеджмента с общественными институтами и органами государственной власти является ключом к отслеживанию эффективности внедрения запланированных практик КСО на всех уровнях управления.

Высшие учебные заведения, также как субъекты предпринимательства, несут ответственность за последствия своей деятельности за устойчивое развитие общества и окружающей среды, за свои личные взгляды и убеждения относительно социально значимых вопросов и социокультурных ценностей.

Низкое качество образовательной деятельности, отсутствие у выпускников начального практического опыта и способов реализации полученных профессиональных знаний, умений и навыков (компетенций) в выстраивании дальнейшей траектории своего развития является, в том числе, результатом неразвитости ответственности вуза перед социумом. Для обеспечения управления качеством необходимо, чтобы образовательная организация анализировала и оценивала выполнение социально-значимых задач:

- разработка и реализация актуальных программ преподавания;
- формирование квалифицированного академического состава вуза;
- развитие интеллектуального пространства региона;
- продвижение культурного, этического, социального и экологического поведения;
- разработка проектов сохранения безопасной окружающей среды и др.

Социальная активность вузов выражается в проведении всевозможных социальных программ, реализуемых в соответствии с миссией и стратегией развития образовательной организации, на принципах добровольности и публичности. Ключевыми эффектами деятельности высших учебных заведений являются: инновации для бизнеса, человеческий интеллектуальный капитал, социальное и культурное развитие, участие в создании институционального потенциала страны (региона) путем привлечения квалифицированных сотрудников высших учебных заведений к работе в органах государственного управления [12].

Формирование механизма социальной ответственности высших учебных заведений должно обеспечить «равновесие между общественным благом и коммерциализацией» и быть направлено на исполнение законов, справедливость решений, честность и прозрачность деятельности, безопасный труд и охрану среды обитания. Эффективное использование КСО как инструмента формирования и поддержания деловой репутации требует публикации информации и отчетов по социальным аспектам университетской деятельности. Неизменным процессом реализации социальной политики является проведение внутреннего и внешнего аудита (отчетности) для определения надежности и эффективности КСО в высшем учебном заведении.

Высшее образование в Болгарии функционирует в чрезвычайно сложной среде. В соответствии с данными, предоставленными Национальным статистическим институтом [6] видно, что к 2015/2016 учебному году количество университетов и специализированных высших училищ по сравнению с 2014/15 учебным годом увеличилось на 4. С тех пор эта цифра не изменилась - в 2018/19 учебном году в стране функционировали 50 (пятьдесят) университетов и специализированных высших учебных заведения. Сократилось количество колледжей, как независимых, так и входящих в структуру университетов, и специализированных высших училищ (табл. 1).

Современная государственная политика в сфере образования направлена на стимулирование приема молодых людей в высшие учебные заведения. В Болгарии родители всегда старались дать своим детям хорошее образование, однако в стране только 30 % населения имеет высшее образование (при Европейской норме в 40 %). Ежегодно Министерство образования формирует государственный заказ по численности приема студентов по разным специальностям в высшие учебные заведения. Вузы напрямую заинтересованы в приеме максимально возможного числа студентов, поскольку государственные субсидии на образование рассчитываются в соответствии с численностью

обучающихся – чем студентов больше, тем средств у вуза больше. Однако госзаказ по численности приема редко выполняется полностью. Причинами могут быть либо нереальность цифр приема, либо акцент делается на непрестижные среди молодых людей университетские специальности.

Т а б л и ц а 1

Структура университетов
и специализированных высших училищ Болгарии [6]

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
Общее число	53	54	54	54	54	54
В том числе:						
Университеты и специализированные высшие училища	45	46	50	50	50	50
Колледжи всего	27	27	22	21	21	21
В том числе:						
Независимые	8	8	4	4	4	4
Входящие в структуру университетов и специализированных высших училищ	19	19	18	17	17	17

К неблагоприятным факторам следует отнести демографический коллапс, увеличение числа преподавательских вакансий, рост числа филиалов болгарских университетов, несоответствие текущей академической экспансии по причине отсутствия преподавателей высокого уровня в конкретных научных областях (табл. 2). Остается открытым вопрос соответствия качества образования в университетах Болгарии Европейским стандартам.

Т а б л и ц а 2

Численность и структура профессорско-преподавательского состава в университетах и специализированных высших училищах Болгарии (человек) [6]

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19
Общая численность	21 942	22 725	21 879	21 455	21 207	21 064
В том числе:						
Профессора	3 064	3 350	3 297	3 280	3 302	3 322
Доценты	6 326	6 563	6 285	6 121	6 111	6 004
Ассистенты	9 155	9 326	8 485	8 456	8 439	8 390
Преподаватели	3 381	3 466	3 802	3 587	3 349	3 304
Научные сотрудники	16	20	10	11	6	44

Приведенные данные позволяют сделать вывод, что на рынке образовательных услуг среди высших учебных заведений существует достаточно серьезная конкуренция. В результате вузы вынуждены менять свою миссию и ориентацию развития. Фокус усилий по подготовке качественных специалистов сместился на стремление университетов быть более заметными и восприниматься как престижные. В такой ситуации, когда необходима хорошая репутация и конкурентные преимущества, корпоративная социальная ответственность может быть использована в качестве эффективной стратегии. На рис. 2 показана схема элементов, которые составляют систему КСО.

Принимая во внимание вышеизложенные утверждения, следует отметить, что для Болгарских вузов важны следующие особенности:

- современные университеты функционируют как крупные корпорации;
- университеты стремятся создать хороший общественный имидж;

- университеты все больше ориентируются в своей деятельности на КСО.



Р и с . 2. Основные приоритетные направления SCR в болгарских университетах

Выводы, к которым однозначно приходит университетское руководство – чем больше «корпоративной социальной ответственности» в деятельности вуза, тем больше студентов, а соответственно и больше финансовых средств можно будет в вуз привлечь. На современном этапе развития конкурентного рынка образования в Болгарии можно назвать следующие отличительные черты отношения вузов к стратегии интеграции корпоративной социальной ответственности в образовательную деятельность:

1. Необходимость репутационной составляющей и «нефинансовых» параметров становятся важными факторами повышения конкурентоспособности высших учебных заведений, что признается в документах более чем 2/3 университетов, и это несмотря на то, что стратегия интеграции корпоративной социальной ответственности в образовательную практику пока не сложилась. В определении основных целей реализации стратегии в области КСО сохраняется традиционное единство: получение долгосрочных конкурентных преимуществ, поддержание репутации в среднесрочном периоде и снижение риска причинения ущерба всем заинтересованным сторонам в краткосрочной перспективе.

2. Тенденцией развития социальной ответственности в высшем образовании Болгарии становится постепенный переход от традиционных (обусловленных опытом социалистического периода) моделей построения политики в сфере образования к современным технологиям ее реализации. Несомненно, недостаток трудовых ресурсов с высшим образованием требует из года в год увеличивать количественные показатели выпуска дипломированных специалистов. Однако, политика, направленная на рост числа специалистов с высшим образованием, имеет неоднозначные результаты. Ставка на количество, а не на качество может привести к снижению требований к студентам, «сохранение» не особенно мотивированных студентов. Как следствие сложившейся практики «вытягивания студентов на диплом» болгарское высшее образование так и не заняло высоких позиций в международных рейтингах. Софийский университет Св. Климента Охридского – первый по значимости в стране, который отметил 130 лет своего существования, занял по итогам 2017/2018 учебного года только 855-е место в рейтинге научных достижений университетов (URAP).

3. Новые подходы к интеграции корпоративной социальной ответственности в систему управления вузами пока осуществляются в рамках старых организационных структур. Руководство большинства университетов разделяет точку зрения, что низкая репутация вуза вызывает не только отрицательные эмоции, но и превращает его в абсолютно непривлекательный с точки зрения выбора будущей специальности. Однако в силу высокой инертности сферы высшего образования в Болгарии в процессе реализации корпоративных программ продолжают доминировать прежние модели набора и финансирования образовательной деятельности. Крупные болгарские компании, принимая во внимание дефицит специалистов в необходимых им областях, начинают осознавать потребность в создании специальных структур (корпоративных университетов) и целенаправленно работают над имиджем таких образовательных организаций.

Современные университеты, выполняя уникальные функции по обеспечению общественного воспроизводства интеллектуальным капиталом, вынуждены соотносить требования общества в предоставлении качественного образования с необходимостью реализовывать свои общие бизнес-цели. Сущностная природа корпоративной социальной ответственности позволяет определить социальную ответственность высших учебных заведений как деятельность, направленную на развитие человеческого интеллектуального капитала нации, и одновременно рассматривать ее как инвестиционный проект, самостоятельный общественно значимый вид деятельности [3, с. 114]. Социальная ответственность университетов предполагает не только подготовку специалистов, имеющих определенное представление об ответственности будущих лидеров перед обществом, но и продвигающих на практике принципы устойчивого развития.

Болгарские университеты не всегда четко понимают, какой эффект дает корпоративная социальная ответственность и по каким причинам социальная активность реально необходима. Они действуют так лишь потому, что сталкиваются с общественными ожиданиями и положительной практикой европейской стратегии корпоративной социальной ответственности [7]. Интеграция принципов корпоративной социальной ответственности в образовательную практику является новым подходом к определению социальных обязательств высших учебных заведений.

При формировании стратегических направлений развития корпоративной социальной ответственности университетам необходимо четко сформулировать концептуальные положения механизмов интеграции между университетами, деловым сектором и обществом, включающих правовые, организационные, экономические, мотивационные, а зачастую и культурно - этические, способы целенаправленного согласования интересов участвующих сторон [11]. Глубина масштабы социального предпринимательства и ответственного поведения зависят от синергии между указанными компонентами. Несмотря на отсутствие "рецепта успеха", успешная разработка и реализация стратегии корпоративной социальной ответственности в высшем образовании основывается на таких факторах, как выбор подходящих партнеров, выстраивание долгосрочного сотрудничества и предоставление необходимых финансовых ресурсов.

Список литературы

1. Агапцов С.А., Грязнова А.Г., Джинджолия А.Ф., Шаховская Л.С. Предпринимательство как инновационная система хозяйствования в современной экономике. М.:ЮНИТИ, 2005. 412 с.
2. Давыдов А.Ю. Роль человеческого капитала в социально – экономическом развитии. [Электронный ресурс]. – [2004]. – Режим доступа: <http://www.dumask.ru>.
3. Данилова О.В. Социальная ответственность бизнеса: теория, методология, практика. М.: Красная звезда, 2008. С. 114.

4. Данилова О.В. [Цифровые технологии и перспективы развития электросетевого комплекса России](#) // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. № 2 (46). С. 95–104.
5. Дятлов С.А. Теория человеческого капитала. СПб.: СПбУЭФ, 1996. С.13.
6. Национальный статистический институт Республики Болгария. <http://www.nsi.bg/bg/content/3412>. Accessed 2 August 2019.
7. Evropeyska komisiya. Obnovena strategiya na ES za perioda 2011 – 2014 za korporativnata sotsialna otgovornost, Bryuksel, [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009-2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_bg.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009-2014/documents/com/com_com(2011)0681_bg.pdf). Accessed 2 August 2019.
8. Gomez L. The Importance of University Social Responsibility in Hispanic America: A Responsible Trend in Developing Countries // Corporate Social Responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies. 2014. <http://dx.doi.org/10.1108/S2043-90592014000008013>. P. 241-268. Accessed 12 August 2019.
9. Kotler, F., Lee N. Korporativna sotsialna otgovornost: Nay-dobroto za vashata kompaniya i vashata kauza. Sofia: Roy Komyunikeyshan, 2011.p.3.
10. Shu-Hsiang (Ava), Chen Jaitip Nasongkhla, Ana Donaldson J. University Social Responsibility definition University Social Responsibility (USR): Identifying an Ethical Foundation within Higher Education Institutions. 2008. <http://www.tojet.net/articles/v14i4/14416.pdf>. Accessed 2 August 2019.
11. Standards and guidelines for quality assurance in the European higher education area (2007) 6 Committee of Ministers Europe Council on SCR in the higher education and research. http://www.coe.int/t/dg4/highereducation/News/pub_res_EN.pdf. Accessed 10 August 2019.
12. Vasilescu R. et al. Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2010. V. 2. - I. 2. pp. 4177–4182.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN HIGHER EDUCATION IN BULGARIA

O.V. Danilova¹, O.K. Stoichkova²

¹Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

²Higher School of Agribusiness and Rural development Bulgaria, Plovdiv

The publication discusses the need to apply the principles of corporate social responsibility (CSR) to higher education. The study is based on theoretical structure and on social networks and University websites. The positive attitude of universities to corporate social responsibility arises in connection with the reform of the education system, increased competition in the market of educational products in connection with the ongoing processes of commercialization of new knowledge, the need to create a constant flow of satisfied graduates, attracting new students and solving business problems. A significant reduction in budget funding and the possibility of entrepreneurial activity allows us to consider universities as organizations that take social responsibility for their actions to different groups of stakeholders. In the format of the new business model of higher education, corporate social responsibility becomes a necessary competitive advantage for University structures in Bulgaria. The article presents a brief overview of the implementation of corporate social responsibility in a number of foreign universities, which the authors consider relevant for Bulgarian universities. The practical significance of the material is to define the objectives and extend the principles of corporate social responsibility to the activities of higher education institutions.

Keywords: *competitive advantages; corporate social responsibility; CSR priorities in universities; CSR strategy.*

Об авторах:

ДАНИЛОВА Ольга Викторовна – доктор экономических наук, профессор департамента корпоративных финансов и корпоративного управления Финансового университета, Москва, Российская Федерация, e-mail: danilovaov@yandex.ru

СТОИЧКОВА Огняна Кириловна – кандидат экономических наук, профессор Высшей школы агробизнеса и регионального развития, Пловдив, Болгария, e-mail: ognsto@abv.bg

About the authors:

DANILOVA Ol'ga Viktorovna - doctor of Economics, Professor Department of corporate governance Financial University under the Government of the Russian Federation Moscow, Russian Federation, e-mail: danilovaov@yandex.ru

STOICHKOVA Ogniana Kirilova – PhD (economy) Higher School of Agribusiness and Rural development, Plovdiv, Bulgaria, e-mail: ognsto@abv.bg

References

1. Agaptsov S.A., Gryaznova A.G., Dzhindzholiya A.F., SHakhovskaya L.S. Predprinimatel'stvo kak innovatsionnaya sistema khozyajstvovaniya v sovremennoj ehkonomie. M.: YUNITI, 2005. 412 s.
2. Davydov A.YU. Rol' chelovecheskogo kapitala v sotsial'no – ehkonomiekom razvitii. [EHlektronnyj resurs]. – [2004]. – Rezhim dostupa: <http://www.dumask.ru>.
3. Danilova O.V. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: teoriya, metodologiya, praktika. M.: Krasnaya zvezda, 2008. S. 114.
4. Danilova O.V. TSifrovye tekhnologii i perspektivy razvitiya ehlektrosetevogo kompleksa Rossii // Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: EHkonomika i upravlenie. 2015. № 2 (46). S. 95–104.
5. Dyatlov S.A. Teoriya chelovecheskogo kapitala. SPb.: SPbUEHF, 1996. S.13.
6. Natsional'nyj statisticheskiy institut Respubliki Bolgariya. <http://www.nsi.bg/bg/content/3412>. Accessed 2 August 2019.
7. Evropeyska komisiya. Obnovena strategiya na ES za perioda 2011 – 2014 za korporativnata sotsialna otgovornost, Bryuksel, [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009-2014/documents/com/com_com\(2011\)0681/bg.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009-2014/documents/com/com_com(2011)0681/bg.pdf). Accessed 2 August 2019.
8. Gomez L. The Importance of University Social Responsibility in Hispanic America: A Responsible Trend in Developing Countries // Corporate Social Responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies. 2014. <http://dx.doi.org/10.1108/S2043-905920140000008013>. P. 241-268. Accessed 12 August 2019.
9. Kotler, F., Lee N. Korporativna sotsialna otgovornost: Nay- dobroto za vashata kompaniya i vashata kauza. Sofia: Roy Komyunikeyshan, 2011.p.3.
10. Shu-Hsiang (Ava), Chen Jaitip Nasongkhla, Ana Donaldson J. University Social Responsibility definition University Social Responsibility (USR): Identifying an Ethical Foundation within Higher Education Institutions. 2008. <http://www.tojet.net/articles/v14i4/14416.pdf>. Accessed 2 August 2019.
11. Standards and guidelines for quality assurance in the European higher education area (2007) 6 Committee of Ministers Europe Council on SCRin the higher education and research. http://www.coe.int/t/dg4/highereducation/News/pub_res_EN.pdf. Accessed 10 August 2019.
12. Vasilescu R. et al. Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2010. V. 2. - I. 2. pp. 4177–4182.