
УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Натенадзе Елена Джумбериевна,

старший преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и организации производства Волгоградского государственного технического университета; elena.j. natenadze@gmail.com

В статье рассматривается сущность предпринимательской культуры вуза, которая определяется многофакторностью ее формирования и развития как во внутренней среде организации, так и во внешней. Внутреннюю среду определяют стиль управления и бизнес-процессы. Внешнюю – политика, технология, образование, искусство, ценности и отношения, религия, язык, правоведение, социальный статус.

Ключевые слова: предпринимательская культура, корпоративная культура, бизнес-процессы, предпринимательский стиль управления.

Мы говорим о культуре общения, культуре деловых отношений, культуре ведения переговоров и, в конце концов, о культуре организации. Предпринимательская культура организации делает ее особой и успешной, так как то, каким образом строятся отношения между людьми, какие правила жизни и работы они разделяют, что, на их взгляд, хорошо, а что плохо и многое другое, определяют эффективность организации как единого организма.

Культура зарождается с возникновением самой организации и в процессе прохождения последних этапов ЖЦО усложняется, так как увеличивается численность персонала. Как система жизнедеятельности предпринимательская культура проявляется в системе ценностей, традициях, нормах поведения всего персонала. Она выражает отношения не только между членами организации, но и комплекс представлений о ее назначении, целей, результатов ее деятельности, их оценок [11].

Но культура не формируется лишь в «стенах» организации, определяется не только взаимоотношениями внутри организации, но и за ее пределами. И в первую очередь эффективная организация должна отвечать современным тенденциям, происходящим во внешней среде, а значит, быть предпринимательской.

В настоящее время возникает необходимость активного развития рынков товаров и услуг вузов. Этот процесс связан с изменением структуры спроса

и предложения на данных рынках, обострением конкуренции среди вузов различных форм бучения, что «вынуждает» вузы использовать свой научно-исследовательский потенциал для воплощения новых идей в оригинальные товары и услуги, в основе создания которых лежат процессы, не присущие им ранее. Кроме того, происходит целенаправленное воздействие на вуз со стороны государства путем реализации конкретных мероприятий, прежде всего, в финансовой, в частности бюджетной политике, а так же в законодательной базе, в области предпринимательской и инновационной деятельности. Это приводит к тому, что вузы постепенно «втягиваются» также в жестокую борьбу среди организаций, уже достаточно уверенно направивших свой вектор развития на инновации и определивших свой стиль управления как предпринимательский.

Схематично предпринимательский стиль управления будет формироваться под воздействием следующих факторов:

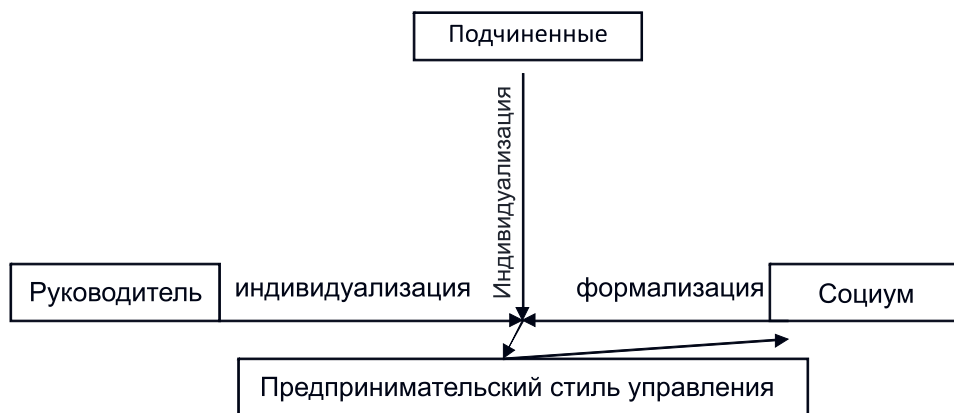


Рис. 1. Формирование предпринимательского стиля управления на стыке индивидуального и общественного

Источник: разработано автором.

Источником возникновения всех трех факторов, а именно руководителя, подчиненных и социума является человек как носитель культуры их взаимодействия в единстве восприятия ПСУ. ПСУ вузом – новый, но тем не менее, важный для существования вуза в данный момент развития социально-экономический отношений феномен. Важность его определена той ролью, которая отводится институту, изменение функционального статуса которого заставляет уже сегодня рассматривать инновационные процессы как данность и необходимость [7].

Особенностью ПСУ является то, что в стиле сочетаются два противоположных процесса – уникальность его проявления носителем, группой носителей и т.д., с другой стороны, стиль вынужден приобретать некие черты (признаки, характеристики), когда его оценивает общество, таким образом, «загоняя» его в рамки.

ПСУ, с одной стороны, обнаруживает все больше притязаний на нормативную всеобщность, а с другой стороны, подчеркнуто индивидуализирует-

ся. Формирование фрейма стиля происходит в результате определения общей точки соприкосновения личностного восприятия стиля его носителем и его восприятия обществом, которое является непосредственным оценщиком данного стиля. Под восприятием следует понимать целостное отражение стиля, комбинацию ощущений, благодаря которой стиль воспринимается как нечто целостное. Культура есть основа формирования целостного единства.

В процессе «развития» в историческом ракурсе наблюдается усложнение его сущностного понимания. В общем «восприятие» обществом ПСУ сводится к следующим основным пунктам:

1) личностные предпочтения принимающего управленческие решения понимаются как система предпочитаемых руководителем методов и приемов управленческой деятельности;

2) принимаются во внимания таланты, способности, опыт и знания как руководителя, так и подчиненных. Руководитель должен уметь согласовать свои действия с действиями подчиненных;

3) учитывается множество взаимодействующих объективных и субъективных факторов;

4) рассматривается цепь взаимодействия таких звеньев, как руководитель, подчиненный;

5) ситуационное восприятие в рамках отношений руководителя с подчиненными.

Целостность в восприятии ПСУ задает новизна, необычность, уникальность, которая определяется сутью стиля и задается предпринимательской культурой в контексте социально-экономической организации. В пределах организации его следует рассматривать как предпринимательский стиль мышления, поведения, деятельности, управления. Предпринимательский стиль поведения, мышления, деятельность будут характеризовать стремление к изменениям, предвидение будущих опасностей, поиск новых возможностей, новых форм организации и бизнеса, внедрение нововведений, готовность к риску, неопределенность.

В 1980-х гг. американскими исследователями Т. Питерсом и Р. Уотерменом [6] было выдвинуто положение о том, что организация на сегодняшний день должна отвечать следующим требованиям: «быть эффективной с точки зрения бизнеса, регулярно обновляться и осуществлять профилактику стагнации».

Поэтому существование предпринимательской культуры невозможно без осуществления соответствующих бизнес-процессов в вузе, под которыми будет пониматься набор взаимодействующих функций, действия которых направлены на производство товаров и оказание услуг, которые удовлетворят потребности покупателя, не связанного с деятельностью компании – производителя [3]. Современный подход к реформированию системы высшего образования заключается в необходимости и важности управления вузами, которое отвечает текущим условиям, поскольку богатство современных государств определяется не технологическими и природными параметрами, а

в первую очередь человеческим капиталом и образованием, особенно высшим, которое становится важнейшей компонентой экономического, социального и духовного развития. Среди многообразных видов профессиональной деятельности особое место занимает управленческая. Анализируя ее, важно подчеркнуть значимость управленческих отношений, которые представляют особый интерес для их более полного изучения. Исследователи к основным признакам управленческих отношений обычно относят следующие [5].

Именно реализация управленческих отношений формирует культуру вуза. Их реализация является обязательным условием эффективного создания общественно полезных ценностей. Основным продуктом реализации управленческих отношений – это организация совместной трудовой деятельности, а также индивидуальной деятельности отдельных исполнителей. Поэтому формирование новых горизонтальных и вертикальных отношений внутри вуза неизбежно.

Образовательный процесс в высшем учебном заведении представлен в виде сложного горизонтального процесса, а обеспечивающие процессы и процессы менеджмента в виде вертикальных (рис. 2).

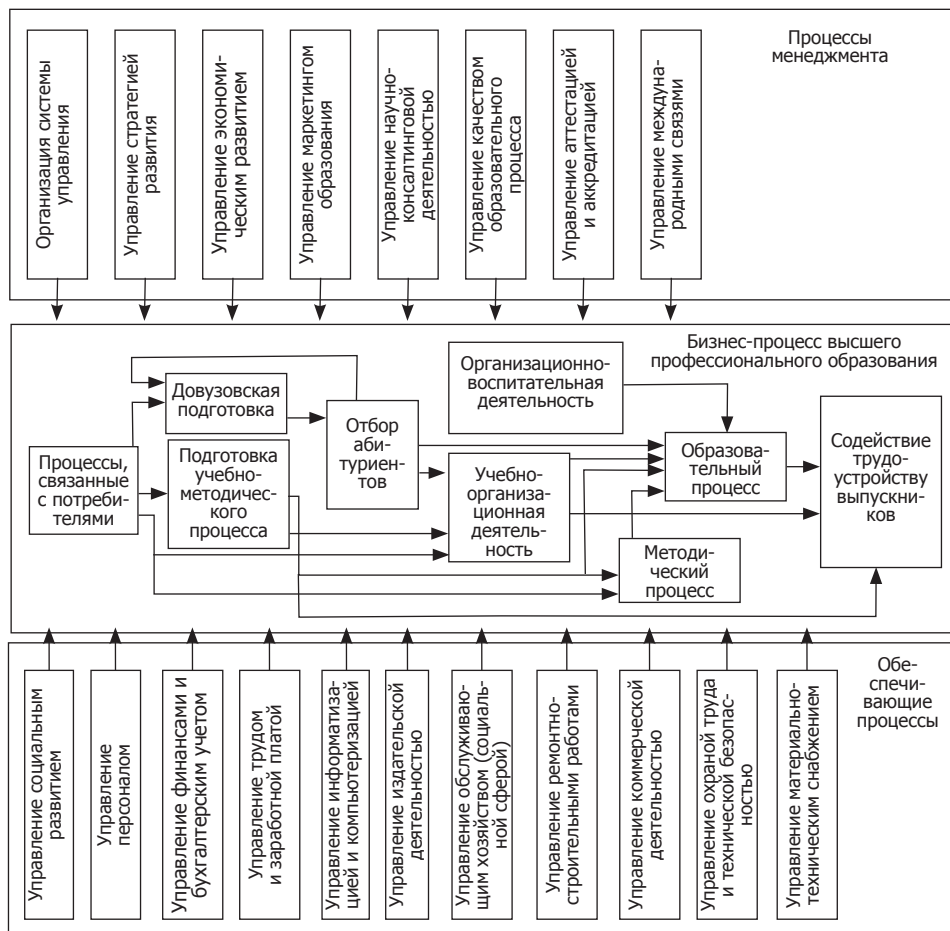


Рис. 2. Процессы высшего профессионального учреждения
Источник [9].

Осознание происходящих явлений позволит впоследствии изменить свойства как самих процессов, так и набора внутренних функций, которые впоследствии будут называться «композицией процесса» [4].

Композиция процесса – это спроектированный набор функций (организация, планирование, координация, мотивирование и контроль) с заданными свойствами соподчиненности и взаимосвязей.

В соответствии с ЖЦО организационная структура имеет важное значение в процессе формирования предпринимательской культуры. Организация как функция предполагает: формирование структуры управления, распределение и делегирование полномочий, распределение задач и ресурсов. Большая часть вузов использует закрытую модель управления, основанную на линейно-функциональной организационной структуре управления, и только их незначительное число проходит стадию формирования и реализации открытой модели, более гибко реагирующей на условия внешней среды. Так как большинство вузов РФ – это бюджетные организации, следовательно, организация управления процессами должна строго согласовываться с Бюджетным кодексом РФ, поэтому часто складываются ситуации, когда руководитель вуза как работник бюджетной сферы ограничен положениями инструкций, законов и т.д.

Глудкин О.В. [2] описывает динамичную и наиболее эффективную структуру управления. Она предусматривает команду управления процессом, состоящую из всех менеджеров интегрированных процессов, включенных в межфункциональный процесс.

Процесс перераспределения прав и обязанностей между линейно-функциональными органами и командами процессов в терминах процессного подхода является декомпозицией процесса образовательной деятельности. Это позволяет планировать ресурсы в разрезе дополнительных функций (работ), появившихся у «команды процесса» в результате приобретения дополнительных обязанностей.

Планирование. Для осуществления процесса увязания ресурсов, выделяемых на образовательную программу, и прав и обязанностей, данных руководителю команды процесса, при применении процессного подхода целесообразно составлять сметы по кодам экономической классификации в разрезе образовательных программ.

Контроль. В вузах преобладает точка зрения, что любая деятельность вуза (в том числе и экономическая), любой проект или любое отдельное решение должны способствовать в итоге достижению одной-единственной цели – повышению эффективности образования. Усилия руководства и всех служб вуза должны быть ориентированы только на оптимизацию образовательных процессов и на рост качества образования в целом.

Мотивирование. В целом в работах [1], [10] отмечается, что мотивирование персонала как функция управления в вузе недостаточно обеспечена финансовыми средствами. Включение в команду процесса преподавате-

лей различных факультетов, задействованных в подготовке студентов по определенной специальности, и материальное поощрение их коллективной деятельности нивелируют данный недостаток линейно-функциональной модели функционирования вуза.

Координация. Координация (согласование интересов сотрудников). В контексте процессного подхода к управлению функции (работы), из которых состоят основные процессы, процессы управления и обеспечивающие процессы могут иметь свойства четырех видов: функции исполнения (И), функции регулирования (Р), функции контроля (К), функции согласования (С).

Изменение входящих в процесс набора функций и их взаимосвязей, образующих структуру процесса, называется декомпозицией процесса [8]. Декомпозиция – это кардинальное изменение структуры функций в рамках выделенного процесса, когда один подпроцесс переносится из одного процесса в другой, вместе с ним переносится весь входящий в него состав подпроцессов и функций. Процесс перераспределения прав и обязанностей между линейно-функциональными органами и командами процессов в терминах процессного подхода является декомпозицией процесса образовательной деятельности.

Но предпринимательская культура в вузе характеризуется не только регламентированными управленческими отношениями, но и климатом, стилем взаимоотношений и его ценностями. Культура должна быть предпринимательской, а значит, ее должна характеризовать совокупность таких факторов, как политика, технология, образование, искусство, ценности и отношения, религия, язык, правоведение, социальный статус.

Таким образом, мы определили, что условиями формирования предпринимательской культуры вуза являются «взаимоотношения» организации и общества с учетом множества перечисленных нами факторов, а так же управленческие отношения внутри организации.

Список источников

1. Беляев, Д.А. Особенности управления экономическими процессами в вузе [текст] / Д.А. Беляев // Ученый совет. – 2007. – № 3. – С. 49 – 54.
2. Всеобщее управление качеством : учебник для вузов [текст] / О.П. Глудкин, Н.М. Горбунов, А.И. Гуров, Ю.В. Зорин / Под ред. О.П. Глудкина. – М.: Горячая линия-Телеком, 2001. – 600 с.
3. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: учеб. [текст] / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 319 с.
4. Кравченко, В.Ф. Организационный инжиниринг [текст] / В.Ф. Кравченко, Е.Ф. Кравченко, П.В. Забелин. – М.: ПРИОР, 1999. – 256 с.
5. Кудрявцев, Д.И. Особенности управления вузом в условиях модернизации высшего образования. Общество: социология, психология, педагогика [текст] / Д.И. Кудрявцев. – 2011. – № 1-2. – С. 59 – 65.
6. Питерс, Т. В поисках эффективного управления [текст] / Т. Питерс, Р. Уотермен. – М., 1986. – 423 с.

7. Плетенева, О.В. Инновационный процесс управления в региональной системе образования: социологический анализ: автореф. дис. канд. социол. наук [текст] / О.В. Плетенева. Н. Новгород, 2009.

8. Робсон, М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов [текст] / М. Робсон, Ф. Уллах / Пер. с англ. / Под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: АУДИ, ЮНИТИ, 1997.

9. Сухорукова, О.Б. Особенности управления образовательными процессами в вузе Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова [текст] / О.Б. Сухорукова. – 2009. – № 1. – С. 171 – 180.

10. Титова, Н.Л. Проблема повышения самостоятельности факультетов ГУ – ВШЭ и эффективности их взаимодействия [текст] / Н.Л. Титова // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 4. – С. 57 – 63.

11. Тульчинский, Г.Л. PR-фирмы: технология и эффективность [текст] / Г.Л. Тульчинский. С.-Петербург, 2000. – 426 с.

CONDITIONS OF FORMATION OF AN ENTREPRENEURIAL CULTURE IN HIGHER EDUCATION

Natenadze Elena Dzhumberiyevna,

Senior Lecturer of the Chair of Management, Marketing and Finances
of Volgograd State Technical University;
elena.j.natenadze@gmail.com

The article deals with the essence of entrepreneurial culture of the university, which is determined by multi-factor of its formation and development of both the internal environment of an organization and in the external one. Internal environment defines the style of management and business processes. External – politics, technology, education, art, values and attitudes, religion, language, law, social status.

Keywords: entrepreneurial culture, corporate culture, business processes, entrepreneurial management style.