

УДК 331.104

DOI 10.52452/18115942_2023_4_25

ВНУТРЕННЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА УНИВЕРСИТЕТА

© 2023 г.

И.В. Гуськова, Н.Е. Серебровская

Гуськова Ирина Владимировна, д.э.н.; проф.; профессор кафедры университетского менеджмента и инноваций в образовании Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского
guskova@iee.unn.ru

Серебровская Наталья Евгеньевна, д.психол.н.; проф.; профессор кафедры университетского менеджмента и инноваций в образовании Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского
serebrovskaya@iee.unn.ru

*Статья поступила в редакцию 15.10.2023**Статья принята к публикации 31.10.2023*

В условиях быстро меняющейся экономической среды важно, чтобы университеты могли быстро адаптироваться и реагировать на новые вызовы рынка труда и обострившейся глобальной конкуренции. В этом контексте важным аспектом становится внутреннее предпринимательство, то есть способность персонала университета действовать как предприниматели и создавать новые возможности для университета в виде разработки новых образовательных и научных продуктов. Университеты сохраняют свою академическую функцию, но приобретают при этом дополнительный потенциал для решения практических задач и применения научных достижений в коммерческих и социальных проектах в новых реалиях. Это способствует совершенствованию внутренних процессов вуза, его системы управления персоналом, повышает финансовую устойчивость образовательной организации и формирует креативный человеческий капитал. Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения проблем, с которыми сталкивается университет при развитии внутреннего предпринимательства в современных условиях, когда сформировавшийся кадровый и управленческий состав ориентирован на академическую деятельность, но не обладает в большинстве своем предпринимательской инициативой и соответствующими компетенциями. Целью исследования является развитие внутреннего предпринимательства организации и креативного человеческого капитала на примере Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. Эмпирической базой исследования послужили: данные с официальных сайтов ННГУ им. Н.И. Лобачевского, отчеты о финансово-хозяйственной деятельности, информационно-аналитические показатели мониторинга российских университетов от ГИВЦ, приказы и нормативные положения вуза. Новизна исследования состоит в обобщении концепций и современных практик реализации внутреннего предпринимательства в совокупности с анализом системы управления персоналом современного университета для разработки мероприятий, направленных на повышение эффективности функционирования вуза. Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты позволят оптимизировать в университете процессы внутреннего предпринимательства, развить внутренние коммуникации, раскрыть потенциал персонала, улучшить финансовое положение организации, повысить лояльность к работодателю, а также повысить ее репутационный уровень.

Ключевые слова: управление персоналом, управление университетом, внутреннее предпринимательство, методы оценки, человеческий капитал.

Введение

В современных условиях организации сталкиваются с высокой конкуренцией, быстрыми технологическими изменениями и постоянно меняющимся рынком. Для выживания организации и ее процветания необходим эффективный менеджмент, направленный на качественное управление персоналом.

Внутреннее предпринимательство является одним из факторов повышения гибкости, инноваций и конкурентоспособности, при этом становясь все более популярным в современных организациях. Поэтому система управления персоналом должна подстраиваться и учитывать аспекты внутреннего предприниматель-

ства, ориентироваться на формирование нового класса сотрудников, обладающих креативным мышлением и предпринимательскими способностями.

Комбинация двух факторов, а именно внутреннего предпринимательства и эффективно выстроенной системы управления персоналом, дает возможность университету разрабатывать новые решения, продукты, услуги, создавать новые направления развития организации за счёт активного участия и вовлечения сотрудников компании в деятельность вуза [1].

Система управления персоналом университета должна быть гибкой, адаптивной и ориентированной не только на цели вуза, но и «закрывать» потребности ее сотрудников. Она

должна поддерживать корпоративную культуру и ценности, обеспечивать эффективные коммуникации и обмен информацией между разными уровнями менеджмента и персоналом, а также повышать мотивацию и лояльность сотрудников к организации.

Благодаря внутреннему предпринимательству улучшается система управления персоналом, а именно:

1. Сотрудники генерируют идеи, что положительно влияет на интеллектуальный и креативный трудовой потенциал университета;

2. Развивается культура предпринимательства среди персонала, при котором сотрудники становятся более ответственными, активными, творческими и инициативными;

3. Происходит прирост новых знаний внутри университета за счёт дополнительного обучения, фокусирования сотрудников на чем-то новом, привлечения дополнительных высококвалифицированных специалистов со стороны;

4. Оптимизируется система управленческой работы и повышается лояльность сотрудников к руководству. Сотрудники чувствуют себя важными для организации и более ответственными за результаты своей работы;

5. Развивается потенциал работников, они имеют возможность внедрять свои идеи и повышать потенциал организации в целом.

Внутреннее предпринимательство является эффективным инструментом для роста показателей организации. Для этого важно создать для сотрудников благоприятную и стимулирующую среду [2]. Многие организации уже адаптировали систему управления персоналом и внедрили внутреннее предпринимательство. Ниже будут представлены «кейсы», результаты нескольких зарубежных и отечественных компаний [3].

Согласно исследованию Deloitte, проведенному в 2021 году [4, 5], говорится об эффективности практики внутренних стартапов и внутреннего предпринимательства в бизнес-стратегиях крупных российских организаций. Одним из примеров продуктов, созданных в рамках этой программы, является система «Цифровые партнеры» [6], которая позволяет автоматизировать взаимодействие компании со своими партнерами, ускорить организационные процессы и повысить результативность работы в области снабжения, логистики и продаж. Другие различные формы поддержки внутреннего предпринимательства организовали такие российские предприятия, как «Яндекс», «Mail.ru Group», «Лаборатория Касперского», группа «НЛМК», «Северсталь» [7].

В условиях быстро меняющегося рынка и технологических изменений важно, чтобы уни-

верситеты могли быстро адаптироваться и реагировать на новые социально-экономические вызовы. В этом контексте важным аспектом становится внутреннее предпринимательство, то есть способность персонала университета действовать как предприниматели и создавать новые возможности для своего вуза. При этом университеты должны сохранить свою академическую функцию, но при этом приобрести дополнительный потенциал для решения практических задач и применения научных достижений в коммерческих и социальных проектах.

Трансформация классического университета в русле наращивания предпринимательской активности и компетенций – процесс сложный и многоаспектный. Многие исследователи видят процесс трансформации в предпринимательские университеты естественным и неизбежным [8]. Работа в этом направлении требует изменения сложившегося менталитета и культуры управления в вузах.

Теоретико-методологические подходы

Внутреннее предпринимательство (интрапренерство) представляет собой форму предпринимательства, отличительной чертой которого является то, что оно осуществляется на базе действующего предприятия или организации. При этом данный термин тесно связан с основополагающим определением предпринимательства.

Слово «предприниматель» заимствованно из французского языка. Это слово впервые появилось во французском словаре под названием *Dictionnaire Universel de Commerce*, составленном Жаком де Брюслоном и опубликованном в 1723 году [9].

Изучение предпринимательства восходит к работе конца XVII-го – XVIII-го веков ирландско-французского экономиста Ричарда Кантильона [10], которая была основополагающей для классической экономики. Он определил термин «предприниматель» так: лицо, которое платит определённую цену за продукт и перепродаёт его по неопределённой цене, «принимая решения о получении и использовании ресурсов, в то же время признавая риск предприятия».

Р. Вундерер и П. Дик выделяют три основных подхода к предпринимательству. Они утверждают: «Все многообразие концепций предпринимательства можно свести к трем основным – антрепренерство, интрапренерство, предпринимательство. В центре всех концепций стоит предприниматель, выступающий в разных ролях и на разных аренах хозяйственной активности» [11]. Предпринимательство как интрапренерство в трактовке Р. Вундерера и П. Дика

означает целенаправленное использование предпринимательского таланта и творческих способностей сотрудников на крупных предприятиях. Ключевыми фигурами здесь являются интрапренеры. Это наемные работники, которые отличаются предпринимательской инициативой, особым духом предпринимательства и действуют как «предприниматели в предпринимательстве», то есть генерируют новые идеи и организуют прибыльный для предприятия бизнес [12].

Американский исследователь Г. Пинию в 1983 г. вводит в активный научный оборот термин «интрапренер». Интрапренером он считает человека, действующего в условиях существующего предприятия [13]. Он утверждает, что интрапренерство – это саморегулируемый процесс изобретателя-инициатора, его нельзя ни назначить, ни снять. Обычно это люди, обладающие энергией и стремлением довести свою идею до практической реализации, несмотря ни на какие препятствия. Внутренний предприниматель, по мнению Г. Пинию, с одной стороны, одинокий индивидуум, который среди всеобщего упадка соблюдает принятые на себя обязательства, следует своему призванию и, в конце концов, справляясь со многими препятствиями, побеждает. С другой – тип новатора, который преодолевает сопротивление всего старого и добивается того, чтобы новые идеи были приняты [14].

Внутренних предпринимателей также называл мечтателями автор книги «Внутреннее предпринимательство» Гиффорд Пинчот III. Он определяет интрапренеров как «сотрудников, которые делают для корпоративных инноваций то же, что предприниматель делает для своего стартапа... Мечтатели, которые делают...» [14].

Г. Пинчот также считает, что интрепренер – человек, создающий новое предприятие [13].

Необходимо отметить, что интрапренерство порой отождествляется с антрепренерством, но эти понятия вполне разграничены. Интрапренерство по сфере применения можно отнести к действию внутри существующего предприятия, тогда как антрепренерство – к созданию нового предприятия, нового бизнеса.

Таким образом, внутреннее предпринимательство (интрапренерство) отличается от обычной предпринимательской деятельности и антрепренерства, а также является процессом развития новых идей, продуктов и услуг внутри организации, осуществляемым сотрудниками для роста и развития компании. Это сложный механизм, для которого должны быть созданы определенные условия и предпосылки.

О предпринимательском университете

Рассмотрим некоторые концепции исследователей, которые смогут дать теоретическую

основу реализации внутреннего предпринимательства на базе университетов.

В этом смысле интерес представляет концепция Б. Кларка, в которой обосновывается модель университета, который не только занимается преподаванием и научными исследованиями, но и осуществляет предпринимательскую деятельность. Такой университет способен создавать новые знания и технологии, переносить их в бизнес-среду и создавать инновационные проекты. Основными чертами предпринимательского университета являются инновационность, коммерциализация результатов научной деятельности, тесное сотрудничество с бизнес-сообществом и проявление предпринимательской идеологии в работе образовательной организации [15].

Г. Константинов и С. Филонович в своей концепции считают [16], что предпринимательский университет должен функционировать как объект стимулирования и развития предпринимательской деятельности в рамках учебной среды должен включать:

- развитие инновационной деятельности с использованием результатов научных исследований и изобретений, а также реализацию коммерческих проектов;
- поддержку бизнес-идей и компаний, создаваемых студентами, магистрантами, аспирантами и научными сотрудниками;
- разработку учебных программ, направленных на обучение основам предпринимательства и внедрению инноваций в бизнес-процессы;
- организацию конференций, семинаров и форумов по предпринимательству и инновациям;
- создание инкубаторов и бизнес-акселераторов для развития стартапов и новых бизнес-проектов.

Основная идея концепции Константинова и Филоновича [16] заключается в том, чтобы интегрировать предпринимательство в общеобразовательный процесс университета, создавая выгодные условия для развития творческого потенциала студентов и научных сотрудников, а также способствуя инновационному развитию текущих методов обучения.

Интересна и концепция предпринимательского университета Дэвида Оуэна [8], которая базируется на идее о том, что университеты и высшие учебные заведения должны играть ключевую роль в поддержке развития предпринимательства и инноваций в своих регионах. Согласно концепции, предпринимательский университет должен иметь следующие функции:

- развивать и коммерциализировать научные исследования;
- развивать технологический трансфер;

- поддерживать бизнес-инкубацию;
- предоставлять услуги консультаций и поддержки бизнеса;
- развивать предпринимательское образование;
- сотрудничать с бизнес-сообществом.

Большое внимание проблемам становления и развития конкурентоспособного, инновационного и предпринимательского университета уделяет А.О. Грудзинский [17]. Современная глобальная экономика, основанная на знаниях, побуждает университеты трансформироваться и разрабатывать новые стратегии формирования инновационных центров на базе университетов, что позволяет реализовывать интеллектуальный и научный потенциал. А.О. Грудзинский развил концепцию рыночно ориентированного инновационного университета, основанного на «треугольнике знаний» (образование–наука–инновации) [18]. Цель университета инновационного типа состоит в подготовке специалистов, склонных к предпринимательству, которые к тому же могут и знают, как эффективно развивать инновационную деятельность. Согласно данной концепции воспитание и формирование инноватора является главной целью нового инновационного университета, вершиной «тетраэдра», в основании которого лежит «треугольник знаний», подразумевающий тесное и эффективное взаимодействие между образованием, научными исследованиями и инновационной деятельностью [19].

Реализация данной концепции предполагает различные формы взаимодействия между вузом, бизнесом и государством: организацию контрактного обучения по заказу предприятий, привлечение практиков из бизнеса, предпринимательскую подготовку, а также проведение хоздоговорных НИР, патентование и лицензирование изобретений, создание малых инновационных предприятий, проведение конкурсов ученых, участие в грантах [20].

Реализация данных мероприятий предполагает создание предпринимательской культуры тех, кто управляет, обучает и обучается. Поэтому возникает новая задача формирования предпринимательского университета [21] – университета, в котором как сотрудники, так и студенты и слушатели различных программ не только осмысливают, а также генерируют знания, но и думают о возможности развития, использования и полезности этих знаний.

Создание предпринимательского университета предполагает формирование и развитие личностных компетенций управленцев, ППС и студентов [20].

Такой предпринимательский университет представляет коллаборацию научных исследо-

ваний, предпринимательства, инноваций и бизнес-культуры, позволяя обеспечить устойчивый экономический рост общества на основе новых технологий и идей.

Анализ возможностей развития внутреннего предпринимательства в ННГУ им. Н.И. Лобачевского

На официальном сайте ННГУ им. Н.И. Лобачевского в разделе приоритетных направлений научных исследований можно найти стратегию развития организации «ННГУ-2030» [22].

В данной стратегии предполагалось достижение нового уровня развития как традиционных для ННГУ направлений деятельности, так и перспективных новых востребованных направлений, составляющих основные платформы развития образовательного учреждения. Платформы – это широкие направления научной, образовательной и инновационной деятельности, подразумевающие объединение усилий научно-педагогических работников различных подразделений университета, а также представителей организаций-партнеров на проектных основах.

Одна из таких платформ — инновационная, в которой предполагается:

- развитие инновационной деятельности на базе научных и образовательных платформ;
- развитие системы управления, основанной на принципах предпринимательского (проектно-ориентированного) университета;
- развитие филиалов как кампусов в соответствии с критериями эффективности, установленными государством;
- развитие кадрового потенциала университета, направленное на повышение эффективности деятельности научно-педагогических работников, административно-управленческого и учебно-вспомогательного персонала.

Стратегия подтверждает необходимость переходного процесса трансформации из классического университета в предпринимательский.

Университет предоставляет возможность обучения по программе профессиональной переподготовки «Основы предпринимательства (воспитание предпринимательского духа)» на базе студенческого бизнес-инкубатора. Возможно прохождение практики в студенческом бизнес-инкубаторе (для студентов ИЭП, ФСН, ИМОИ, филологического факультета) и консультации по бизнесу для студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского (вне зависимости от формы, курса, уровня обучения) [23].

ННГУ осуществляет отбор стартап-проектов в акселератор «Импульс». Такая работа направлена

на ускорение процессов вывода проектных команд на этапы первых продаж и инвестиций с целью реализации наиболее перспективных и коммерчески привлекательных инициатив молодёжи в области технологического предпринимательства. Также публикуется информация о конкурсах инновационных бизнес-идей «ИнноБизнес».

На базе ННГУ проходит Всероссийский образовательный конкурс по молодежному предпринимательству «Инноград: компетенции будущего».

Ежегодно ИЭП ННГУ им. Н.И. Лобачевского организует фестиваль предпринимательских идей «Прояви себя! Стань лучшим!». Участники конкурса проектов предлагают идеи своих предпринимательских, социальных, культурных и других проектов по развитию территорий. Жюри выбирают лучшие проекты студентов, которые в дальнейшем смогут получить поддержку по реализации.

Таким образом, можно сделать вывод о создании в ННГУ хороших условий и благоприятной среды для реализации собственных предпринимательских идей, развития предпринимательских компетенций.

Однако актуальной для университета на сегодняшний день остается проблема формирования благоприятных условий для выдвижения и поддержки предпринимательских идей именно для сотрудников ННГУ. Некоторые преподаватели в свободное время реализуют свои проекты через международные и российские научные гранты. Но участие педагогических и научных работников ННГУ в предпринимательских проектах не столь значимо, как хотелось бы. Данную проблему можно решить, организовав правильно работу в направлении развития предпринимательской культуры сотрудников университета и поддержки их предпринимательских идей.

Мы представили в виде таблицы наличие признаков предпринимательского университета в соответствии с тремя ведущими научными концепциями и оценку текущей ситуации в ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

На основе информации, полученной в ходе поискового анализа и интернет-мониторинга, проведём сравнительный анализ соответствия организации основным концепциям предпринимательских университетов. Добавим также критерий балльного оценивания, где 0 – несоответствие признаку концепции, 1 – частичное соответствие, 2 – полное соответствие. Результаты исследования в таблице.

Можно сделать вывод, что ННГУ в целом соответствует концепциям предпринимательского (проектно-ориентированного) университе-

та. В основном проекты реализуют научные сотрудники и студенты. При этом остальные категории персонала не касаются сферы внутреннего предпринимательства, нет активного взаимодействия с бизнес-инкубатором. Важным и необходимым моментом является необходимость наращивания коммерциализации исследований.

В ходе проведения опроса сотрудников ННГУ мы отметили инициативность профессионального-преподавательского состава и научных сотрудников в области реализации собственных проектов. Анкетирование проводилось с помощью сервиса Google Forms, предложение пройти опрос отправлялось сотрудникам ННГУ (преподавателям, административным работникам, учебно-вспомогательному персоналу и др.) через официальный портал организации и личные сообщения. В анкетировании участвовало 65 человек.

На рисунке 1 представлена диаграмма ответов на вопрос «Вы когда-либо думали о предпринимательстве и запуске своего проекта?».

В результате ответов интерес к предпринимательству можно оценить следующим образом: 46.7 % опрошенных задумывались о реализации собственного дела, у 16.7% есть даже опыт, хотя и негативный. У 2.2% опрошенных получилось запустить свой собственный бизнес. 3 человека (6.7%) даже сейчас думают об этом. Можно сделать вывод, в ННГУ достаточно большой процент сотрудников, настроенных на предпринимательскую деятельность. Возможно, при должной поддержке от организации (ресурсной, психологической и образовательной), разработка, реализация проектов могла быть более успешной.

В вопросе была возможность «написать свой вариант ответа», данная функция помогла выявить положительный опыт внутреннего предпринимательства через реализацию проектов на базе ФПК ННГУ, реализацию некоммерческих проектов.

Исходя из ответов на второй вопрос анкеты «Каковы ожидания от реализации своих предпринимательских идей?» можно сделать вывод, что большая часть респондентов ожидает получения дополнительного дохода, самореализации и развития личных навыков. Внутреннее предпринимательство является одним из инструментов, позволяющим сотрудникам раскрыть свой потенциал и получить дополнительный доход.

Благодаря анкетированию и конкретно пятому вопросу удалось выявить серьёзную проблему.

73.3% респондентов ответили на вопрос «Есть ли отлаженный механизм предложения идей внутри вашего отдела?», что он отсутству-

Таблица 1

Соответствие ННГУ им. Н.И. Лобачевского концепциям предпринимательских университетов		
Автор(ы) концепции	Признаки предпринимательского университета по концепции	Оценка текущей ситуации в ННГУ
Концепция Б. Кларка	1. Создание новых знаний и технологий	Полное соответствие
	2. Создание инновационных проектов	Полное соответствие
	3. Коммерциализация результатов научной деятельности	Частичное соответствие
	4. Сотрудничество с бизнес-сообществом	Полное соответствие
	5. Проявление предпринимательской идеологии в работе университета	Полное соответствие
Концепция Г.Н. Константинова и С.Р. Филоновича	1. Университет как объект стимулирования и развития предпринимательской деятельности в рамках учебной среды	Полное соответствие
	2. Создание и активная работа инкубаторов и бизнес-акселераторов для развития стартапов и новых бизнес-проектов	Частичное соответствие
	3. Поддержка бизнес-идей студентов и сотрудников	Частичное соответствие
	4. Разработка учебных программ, направленных на обучение основам предпринимательства	Полное соответствие
	5. Организация конференций, семинаров и форумов по предпринимательству	Полное соответствие
Концепция Д. Оуэна	1. Развитие и коммерциализация научных исследований	Частичное соответствие
	2. Переход технологий из научного мира в бизнес-мир	Частичное соответствие
	3. Поддержка молодых предпринимателей, предоставляя необходимые навыки, пространство и финансирование	Полное соответствие
	4. Услуги консультирования предпринимателей	Полное соответствие
	5. Организация связей между университетом и гражданским обществом	Полное соответствие
Концепция А.О. Грузинского	1. Организация контрактного обучения по заказу предприятий	Частичное соответствие
	2. Привлечение преподавателей-практиков из бизнеса	Полное соответствие
	3. Развитие общеуниверситетской системы предпринимательской подготовки	Полное соответствие
	4. Проведение контрактных исследований по заказу промышленности	Частичное соответствие
	5. Патентование и лицензирование научных изобретений	Частичное соответствие
	6. Создание малых инновационных предприятий	Частичное соответствие
	7. Проведение конкурсов ученых-инноваторов	Частичное соответствие
	8. Участие в грантах инновационной направленности	Полное соответствие
Итоговая оценка соответствия концепциям предпринимательского университета = 36/46 баллов		

1. Вы когда-либо думали о предпринимательстве и запуске своего проекта?

45 ответов

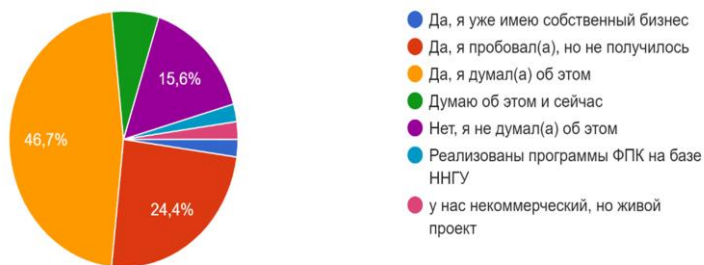


Рис. 1. Ответы на первый вопрос анкеты

ет. Мы узнали, что в данный момент как минимум у трех человек есть идеи для потенциальных проектов. При отсутствии механизма «сбора» идей – это упущенные возможности для ННГУ.

Таким образом, проводя опрос, мы выявили, что среди сотрудников есть большое количество желающих реализовать свои предпринимательские проекты. Также большая часть ре-

спондентов (73.3%) отметила отсутствие механизма сбора предпринимательских идей в вузе.

Также для развития внутреннего предпринимательства необходимо совершенствование информационного обеспечения и возможности своевременного информирования сотрудников. Улучшение визуального оформления информации позволит достичь лучших результатов в продвижении ресурса при тех же затратах на ведение сообщества. Улучшение функциональности позволит студентам и преподавателям находить ответы на свои вопросы, решать возникшие проблемы. Контент-стратегия позволит популяризовать предпринимательство на базе университета, публикация полезного контента в разных формах и через разные информационные сервисы реализует функцию обучения, поэтому необходимо мероприятие по совершенствованию информационного обеспечения внутреннего предпринимательства вуза.

Заключение

Анализ системы внутреннего предпринимательства в ННГУ помог выявить ряд важных моментов, связанных с условиями развития внутреннего предпринимательства в ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Университет в целом соответствует предпринимательскому (проектно-ориентированному) типу по концепциям Б. Кларка, Г.Н. Константинова и С.Р. Филоновича, концепции Д. Оуэна. Образовательное учреждение имеет значимые преимущества и хорошие наработки в области предпринимательского образования и развития бизнес-кадров. В университете созданы и реализуются многочисленные форматы по разработке и представлению предпринимательских идей и проектов для обучающихся. Образовательное учреждение обладает достаточными ресурсами для информационного обеспечения внутреннего предпринимательства с хорошими показателями вовлеченности аудитории.

Однако, в ходе проведенного анализа и опроса сотрудников вуза был выявлен также и ряд проблем. Преимущественно внимание фокусируется на студенческих идеях в сфере предпринимательства, при этом недостаточное внимание уделяется идеям сотрудников ННГУ. Исходя из социологического опроса было выявлено, что при высокой инициативности профессионального-преподавательского состава и др. сотрудников в области реализации собственных проектов не сформирован механизм «сбора» и поддержки идей. Недостаточным является информационное обеспечение внутреннего пред-

принимательства, отсутствует полезно-образовательный контент.

Проведенное нами исследование направлено прежде всего на выявление тех аспектов работы вуза, которые являются, с нашей точки зрения, крайне значимыми в современных социально-экономических условиях. Мы надеемся, что полученные результаты позволят оптимизировать процессы внутреннего предпринимательства в университете, правильно выстроить работу по развитию предпринимательской активности персонала вуза и раскрытию профессионально-личностного потенциала сотрудников. В конечном итоге это позволит улучшить финансовое положение образовательной организации, повысить лояльность сотрудников к ней, а значит, будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Исследование выполнено в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030», проект Н-426-99_2022-2023 «Социально-экономические модели и технологии развития креативно-го человеческого капитала в инновационном обществе».

Список литературы

1. Каргин В.А., Соболев А.Ю. Управление персоналом. Основы менеджмента трудовых ресурсов. М.: Юрайт, 2020.
2. Steiber A., Alänge S. A corporate system for continuous innovation: The case of Google Inc // European Journal of Innovation Management. 2014. 17 (4). P. 507–526.
3. Программа стимулирования научной деятельности ННГУ. URL: http://www.unn.ru/site/images/docs/2021/stim_pub/polog_2021.pdf (дата обращения: 20.04.2023).
4. The Genetics of Entrepreneurship (Cambridge University Press, 2018).
5. The Global Competitiveness Report 2022. [Электронный ресурс]. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2022.pdf (дата обращения: 15.08.2022).
6. Программа «Газпром нефть-Дигитал». URL: <https://www.gazprom-neft.ru/press-center/news> (дата обращения: 01.03.2023).
7. Сайт «Молодежные инновации». ННГУ. URL: <http://www.innovations.unn.ru/> (дата обращения: 11.03.2023).
8. Мкртычян Г.А., Петрова О.В. Развитие предпринимательского университета: организационная культура и сопротивление изменениям: Монография. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2018. 237 с.
9. Бизнес-инкубатор МГУ: Бизнес-Инкубатор № 1. URL: <https://vk.com/incubator> (дата обращения: 20.04.2023).
10. Блауг М. Кантильон, Ричард // 100 великих экономистов до Кейнса = Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. СПб.: Экономический, 2008. С. 114–116.

11. Вундерер Р., Дик П. Ключевая роль социальной компетенции в концепции сопредпринимательства // Проблемы теории и практики управления. 2003. № 5, 6. С.105–110. С.103–109.
12. Асаул А.Н., Владимирский Е.А., Гордеев Д.А. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства. СПб.: АНО «ЭПЭВ», 2020. 280 с.
13. Pinchot G. Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur. HarperCollins Publishers, 1985.
14. Пинчот Г. III Внутреннее предпринимательство. М.: Изд-во «Альпина Паблишер», 2011. 321 с.
15. Clark B. The Entrepreneurial University: A New Frontier for Higher Education. Pergamon Press, 1985.
16. Константинов Г., Филонович С. Что такое предпринимательский университет? // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. 2010. Вып. 1 (декабрь). С. 49–62. URL: <https://vo.hse.ru/article/view/1495>
17. Грудзинский А.О., Бедный А.Б. Концепция конкурентоспособного университета: модель тетраэдра // Экономика образования. 2013. № 1. С. 112а–117.
18. Грудзинский А.О., Бедный Б.И., Плехова Ю.О., Бедный А.Б. Роль и структура инновационного предпринимательского образования в предпринимательском университете // Университетское управление: практика и анализ. 2012. № 3 (79). С. 56–63.
19. Грудзинский А.О., Захарова Л.Н., Буреева Н.Н. Личностные компетенции управленческого резерва предпринимательского университета // Университетское управление: практика и анализ. 2016. № 3 (103). С. 104–117.
20. Грудзинский А.О. Проектно-ориентированный университет. Профессиональная предпринимательская организация вуза: Монография. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2004. 370 с.
21. Grudzinsky A., Guskova I., Serebrovskaya N. Evaluation of creative personnel management practices in Russian and foreign companies // Dela Press Conference Series: Economics, Business and Management. 2022. 001 (023). URL: <https://dpcsebm.delapress.com/index.php/dpcsebm/article/view/75> (дата обращения: 04.09.2022).
22. Программа стратегического академического лидерства «Приоритет 2030» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unn.ru/site/about/ofitsialnye-svedeniya-i-dokumenty/programmy-razvitiya/programma-strategicheskogo-akademicheskogo-liderstva-prioritet-2030> (дата обращения: 01.03.2023).
23. Сайт студенческого бизнес-инкубатора ННГУ «Интуиция». URL: <http://www.sbi.unn.ru/> (дата обращения: 05.04.2023).

INTRAPRENEURSHIP AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF CREATIVE HUMAN CAPITAL AT A UNIVERSITY

I.V. Guskova, N.E. Serebrovskaya

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

In a rapidly changing economic environment, it is important that universities can quickly adapt and respond to the new challenges of the labor market and increased global competition. In this context, internal entrepreneurship becomes an important aspect, that is, the ability of the university staff to act as entrepreneurs and create new opportunities for the university in the form of developing new educational and scientific products. Universities retain their academic function, but at the same time acquire additional potential for solving practical problems and applying scientific achievements in commercial and social projects in new realities. This contributes to the improvement of the internal processes of the university, its personnel management system, increases the financial stability of the educational organization and forms creative human capital. The relevance of the work is due to the need to study the problems faced by the university in the development of internal entrepreneurship in modern conditions, when the formed personnel and management staff is focused on academic activities, but does not have, for the most part, entrepreneurial initiative and relevant competencies. The purpose of the study is the development of internal entrepreneurship of the organization and creative human capital on the example of Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky. The empirical basis of the study was: data from the official websites of the N.I.Lobachevsky National Research University, reports on financial and economic activities, information and analytical indicators of monitoring of Russian universities from the "GIVC", orders and regulations of the university. The novelty of the research consists in the generalization of concepts and modern practices of the implementation of internal entrepreneurship in conjunction with the analysis of the personnel management system of a modern university for the development of measures aimed at improving the efficiency of the functioning of the university. The practical significance of the research lies in the fact that the results will allow the university to optimize the processes of internal entrepreneurship, develop internal communications, unlock the potential of staff, improve the financial situation of the organization, increase loyalty to the employer, as well as increase its reputation level.

Keywords: personnel management, university management, internal entrepreneurship, assessment methods, human capital.