
ЭКОНОМИКА СЕРВИСА

SERVICE ECONOMY

УДК 33:37
ББК 65.497.4
Г 51

О.Г. Гисина

Старший преподаватель кафедры экономики и управления Новороссийского филиала Московского гуманитарно-экономического института, г. Новороссийск. Тел.: (918) 996 18 13, e-mail: oricca@mail.ru

Т.Г. Тлюстен

Аспирант кафедры экономики и управления Адыгейского государственного университета, г. Майкоп. Тел.: (8772) 59 39 52.

Реализация предпринимательского потенциала как инструмент обеспечения эффективного функционирования учреждения высшего образования (Рецензирована)

Аннотация. В статье ВУЗ рассматривается как корпорация, указываются основные черты такого представления; дана схема функционирования ВУЗа как научно-образовательной корпорации; выделены три группы направлений предпринимательской деятельности высшего учебного заведения; приведена совокупность элементов предпринимательского потенциала ВУЗа и указаны конкретные направления его реализации.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, ВУЗ предпринимательского типа, научно-образовательная корпорация, предпринимательский потенциал ВУЗа.

O.G. Gisina

Senior Teacher of Economy and Management Department, Novorossiysk Branch of the Moscow Economic and Humanities Institute, Novorossiysk. Ph.: (918) 996 18 13, e-mail: oricca@mail.ru

T.G. Tlyusten

Post-graduate student of Economy and Management Department, Adyghe State University, Maikop. Ph.: (8772) 59 39 52.

Realization of enterprise potential as a tool of ensuring effective functioning of higher education institutions

Abstract. This paper conceives of a higher education institution as a corporation. The main lines of such representation are specified. The scheme of functioning of the higher education institution as a scientific and educational corporation is given. Three groups of the directions of business activity of a higher education institution are allocated. The authors show a set of elements of enterprise capacity of the higher education institution and the concrete directions of its realization.

Keywords: business activity, higher education institution of the business type, scientific and educational corporation, enterprise capacity of higher education institution.

Как справедливо отмечал один из виднейших американских футурологов Э. Тоффлер, «неграмотными в XXI веке будут считать не тех, кто не умеет читать и писать, а тех, кто не умеет учиться и переучиваться» [1]. При этом умение учиться, получать знания приобретает колоссальное значение, стано-

ваясь, в том числе, ключевым аспектом в процессе организации эффективно функционирующего бизнеса.

Говоря об эволюции концептуальных подходов к выделению ключевых признаков предпринимательства, можно проиллюстрировать ее основные вехи (см. табл. 1).

Таблица 1

Эволюция концептуальных подходов к выделению ключевых признаков предпринимательства [2]

Год	Автор	Ключевые признаки предпринимательства
1725	Р. Кантильон	Способность рисковать, предвидеть, брать на себя ответственность за принимаемые решения
1826	И. Тюнен	Умение рисковать, принимать нестандартные решения, ответственность
1890	В. Зомбарт	Агрессивность, организаторские способности, решительность, коммуникабельность, готовность к риску
1900	М. Вебер	Рационализм, трудолюбие, расчетливость, бережливость, аскетизм
1934	Й. Шумпетер	Новаторство, способность к инновациям
1940	Г.К. Гинс	Образованность, решительность, находчивость, приспособляемость, рискованность, хозяйственный оптимизм и расчетливость
1990	Л. Якокка	Трудолюбие, решительность и ответственность, рискованность, организованность
1995	К. Татеиси	Умение адаптироваться к окружающей среде, готовность к риску, рационализм, образованность, способность к развитию, умение вести за собой людей

Как видно из приведенного перечня, черты предпринимательства в большей степени соответствуют личностным качествам человека, нежели организации. Однако данное противоречие снимается в ходе применения органистического подхода к изучению предпринимательской структуры в процессе ее жизненного цикла, который рассматривает динамику развития компании по аналогии с развитием живого организма.

При этом И. Адизес связывает процессы организационного развития с соответствующим сочетанием приоритетов в действиях руководства организации, к которым, по его мнению, относятся [3]:

- максимальная ориентация на реализацию миссии организации;
- развитость административной функции;

- предпринимательский стиль;
- организационная интеграция.

Характеристика «предпринимательская», употребляемая по отношению к организации, определяет способ управления и тип связей, установленный в организации, означает предприимчивость, инициативность, инновационность. Таким образом, предпринимательской можно назвать организацию, постоянно иницирующую изменения, которые позволяют ей активно функционировать в новых условиях, создаваемых внешней средой. В этой связи можно согласиться с О.В. Кононовой и Л.В. Ерыгиной, которые отмечают, что вуз предпринимательского типа должен быть способен в полной мере обеспечить исследовательскую и предпринимательскую составляющие своей деятельности на базе стратегического менеджмента, обладающий миссией

и концепцией, в котором поощряются разнообразные инициативы сотрудников, направленные на развитие организации [4, 5].

При этом получает все большее распространение подход к анализу экономической природы крупного вуза (университета) как корпорации. Данный подход базируется на том, что вуз выступает как совокупность бизнес-единиц — кафедр, учебных групп, вспомогательных подразделений, а также формирует собственную сетевую структуру с гибкими линейными связями. Основы подобного подхода были заложены в работах М. Вебера («школа как бюрократическая организация»), Т. Веблена («вуз как предприятие»), Т. Парсонса («вуз как социальная система»), обосновывающих адекватность нормам рыночной экономики ситуацию, при которой вузы подчиняются законам и нормам деловой среды.

Д.А. Алексеев отмечает, что высшее учебное заведение вполне оправданно считать корпорацией, т.к. его ресурс — это совокупность активных равноправных деятелей, имеющих общие интересы и цели, идентифицирующих себя как объединение [6]. Важнейшим признаком вуза как корпорации является то, что он противопоставляет себя внешней конкурентной среде. Черты корпорации находят свое проявление в следующих признаках вуза [7]:

- 1) институциональная и организационная устойчивость;
- 2) специфичность производимого продукта;
- 3) наличие нематериальных ресурсов, являющихся базой организационной конкурентоспособности;
- 4) сетевой характер деятельности;
- 5) иерархическая социальная организация персонала.

Совокупность указанных признаков обуславливает трансформацию университетов в корпоративные образования особого типа, производящие и передающие знания студентам, выступающим как корпоративные клиенты — покупатели на рынке образовательных услуг [8]. В рамках данной концепции вуз выступает как корпорация, эффектив-

ность функционирования которой оценивается прежде всего с точки зрения конкурентоспособности и доходности и измеряется количеством привлеченных студентов, полученных внешних грантов и дотаций, а также востребованностью выпускников на рынке труда [9].

Таким образом, вузы во все большей степени выступают в роли предпринимательских структур, функционирующих на рынке и по его законам. При этом их целью является трансформация экономических ресурсов, направленная на получение конечного продукта, в качестве которого предстает выпускник конкретного высшего учебного заведения. То есть мы можем сделать вывод о том, что целевые ориентиры деятельности современного вуза аналогичны целям деятельности бизнес-структур, функционирующих за пределами образовательной сферы. Схема функционирования вуза как научно-образовательной корпорации представлена на рисунке 1.

При этом, как отмечают М. Киннелл и Д. Макдугалл, вузам, как и прочим экономическим субъектам, угрожает банкротство в случае отсутствия учета в их деятельности изменений, происходящих во внешней среде. Данное обстоятельство, по мнению Ш. Слотера, обуславливает необходимость организации рыночно-ориентированной деятельности высших учебных заведений по привлечению внешних финансовых ресурсов [11].

Для высших учебных заведений предпринимательская деятельность, прежде всего, связана с эффективным использованием всех факторов производства образовательных услуг в целях экономического роста вуза и удовлетворения потребностей сотрудников и обучающихся. Анализ предпосылок трансформации вуза в предпринимательскую структуру позволяет сделать вывод о том, что, с одной стороны, существует потребность в более эффективном использовании ограниченных ресурсов, принадлежащих вузу, а с другой, — все в большей степени формируются институциональные предпосылки применения рыночных принци-

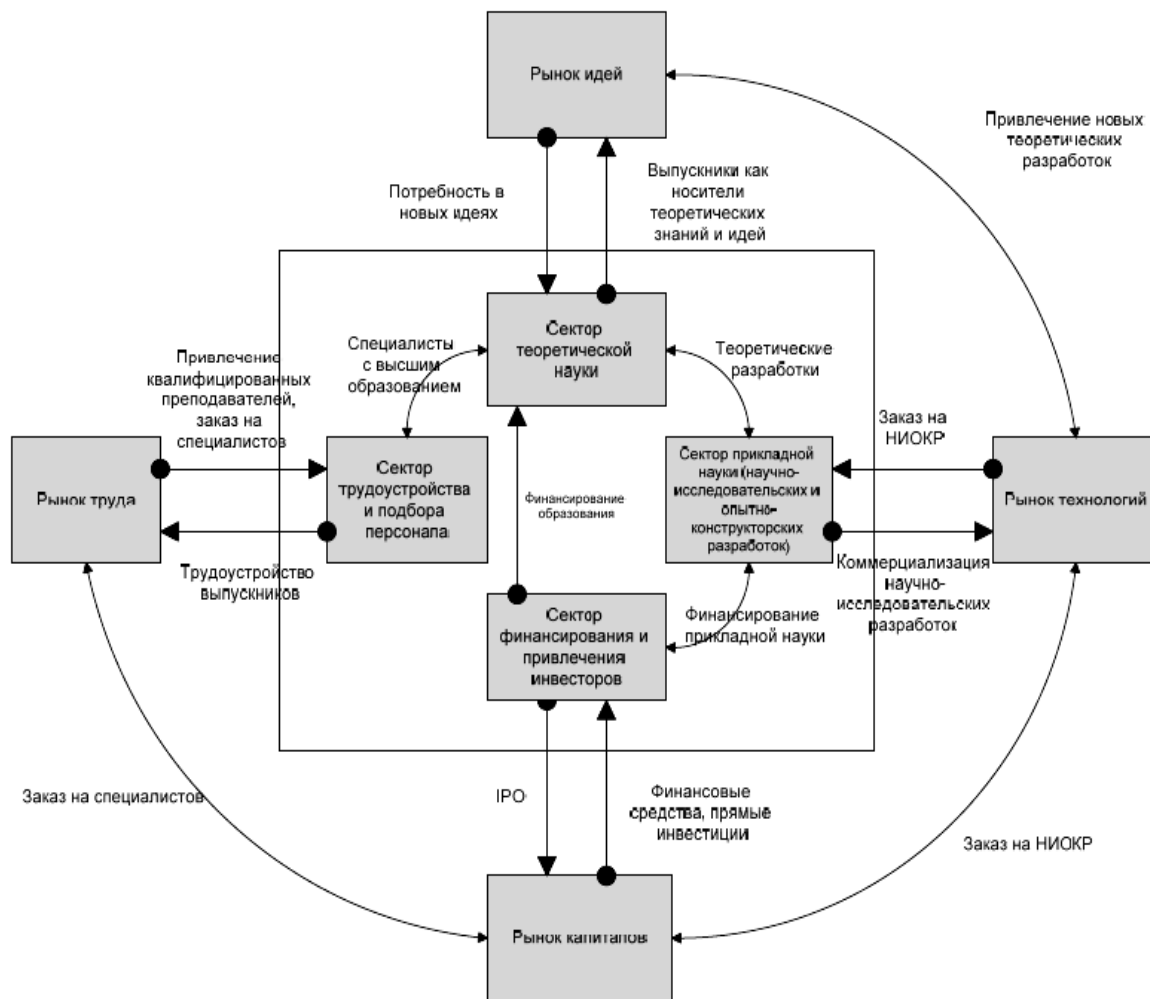


Рисунок 1. Концептуальная модель функционирования вуза как научно-образовательной корпорации [10]

пов к организации функционирования вуза на рыночных принципах.

В этой связи Е. Степкина выделяет три группы направлений предпринимательской деятельности высшего учебного заведения [12]:

1. Деятельность по оказанию платных образовательных услуг (обучение на подготовительных курсах; тестирование школьников и абитуриентов; обучение российских и иностранных студентов на платной основе; консультирование по учебным дисциплинам; углубленное изучение отдельных дисциплин сверх учебной программы; дополнительное образование; обучение по индивидуальным планам; переподготовка и повышение квалификации; обучение по второй и последующим специальностям; подготовка аспирантов и докторантов).

2. Деятельность по оказанию услуг, связанных с профилем основной деятельности (научно-исследовательская деятельность на договорной основе; опытно-конструкторские разработки; создание новых технологий; издательская деятельность; медицинские услуги в вузовских клиниках и т.п.; производство продукции в подразделениях вуза; консалтинговые услуги).

3. Деятельность, не связанная с профилем основной деятельности (сдача имущества в аренду; осуществление вкладов и получение прибыли по ним; привлечение добровольных пожертвований; долевое участие в деятельности других учреждений; торговля покупными товарами, оборудованием; деятельность по предоставлению дополнительных услуг (столовая, книжный магазин и т.п.).

При этом, как отмечает И. Ермоленко, с одной стороны, коммерческое образовательное учреждение должно предоставлять качественное образование, с другой, — получать прибыль. Иногда выполнение одной задачи может наносить вред другой. Эффективно сочетать достижение и первой, и второй цели [13]. С нашей точки зрения, параллельное решение двух отмеченных задач возможно при условии реализации предпринимательского потенциала вуза. Причем данное положение в современных условиях справедливо отнести как к деятельности коммерческих, так и к функционированию государственных учреждений высшего образования.

По мнению О.Н. Булакиной, данный потенциал можно охарактеризовать как способность субъектов предпринимательства выпускать конкурентоспособные товары и услуги, удовлетворяющие образовавшиеся потребности, а также обеспечивать развитие производства посредством его организации, способствовать качественному

и количественному росту потребления [14]. При этом в структуру предпринимательского потенциала входит такой важнейший элемент, как предпринимательские способности, которые, в свою очередь, включают [15]:

- проявление инициативы по соединению других ресурсов для производства товаров либо услуг;

- принятие решений по управлению предпринимательской структурой;

- внедрение инноваций путем совершенствования производства или производства нового вида продукции;

- несение ответственности за экономический риск, связанный со всеми вышеуказанными факторами.

Б.В. Салихов и В.О. Самойлов связывают предпринимательский потенциал с реальной возможностью деятельности, которая обеспечивает инновационное использование ограниченных ресурсов в целях создания требуемых личности и обществу ценностей [16]. Ключевые особенности предпринимательского потенциала представлены в таблице 2.

Таблица 2

Важнейшие особенности предпринимательского потенциала [17]

Особенности	Содержание
Специфическое происхождение	Осознанная потребность изменения и совершенствования предпринимательской среды и (или) своего внутреннего мира
Многогранная Основа	Высокий уровень профессиональной компетентности, широкая область знаний, предпринимательский стиль мышления, духовность, нравственные ориентиры и этические ограничители
Осознанная созидательная направленность	Создание материальных и духовных ценностей, позволяющих удовлетворить общественные потребности
Своеобразный механизм реализации	Нестандартность принимаемых предпринимательских творческих решений, в основе которых лежит постоянная динамика и корректировка целей, поиск оптимальных вариантов их достижения, оценка соотношения целей, средств и результатов созидательной предпринимательской деятельности
Преобразующая роль	Изменение внешнего и внутреннего мира предпринимателя
Наличие дополнительного эффекта	Развитие творческих процессов во всей предпринимательской структуре и осуществление продуктивного творческого взаимодействия между членами предпринимательской структуры

Что касается предпринимательского потенциала вуза, то при анализе его структуры и последующей оценке целесообразно рассматривать

данный потенциал как совокупность ресурсов, компетенций и целевых ориентиров высшего учебного заведения (рис. 2).

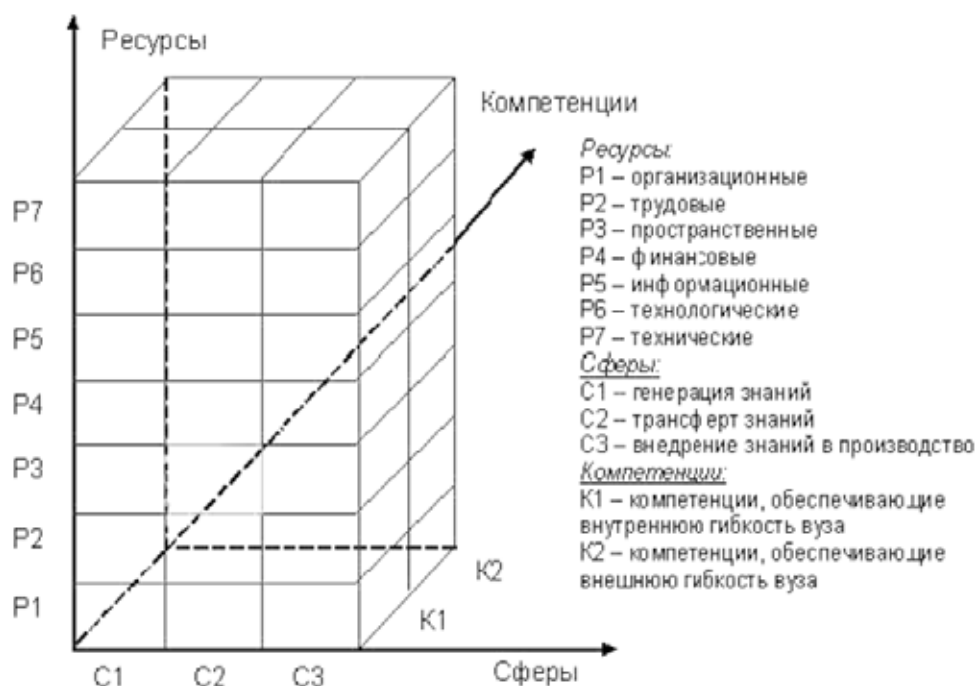


Рисунок 2. Совокупность элементов предпринимательского потенциала вуза [18]

Отметим, что в современных условиях выделяют три группы ограничений, препятствующих реализации предпринимательского потенциала вуза. Во-первых, это физические ограничения, порожденные редкостью ресурсов (финансовых, материальных, информационных). Во-вторых, технологические ограничения, отражающие уровень знаний и практического мастерства преподавателей, трансформирующих исходные ресурсы в конечный продукт вуза — образовательные услуги. Наконец, это ограничения, обусловленные институциональной структурой общества [19].

При этом механизмы реализации предпринимательского потенциала вуза, преодолевающие указанные ограничения, можно подразделить на организационные и самоорганизационные (рис. 3).

К конкретным направлениям реализации предпринимательского потенциала высших учебных заведений можно отнести:

— формирование планов набора студентов и разработки образовательных программ с учетом прогнозных тенденций развития регионального рынка труда;

— организацию двухуровневой системы подготовки специалистов (бакалавриат, магистратура);

— введение кредитной системы, дающей возможность студентам участвовать в формировании индивидуальных программ подготовки;

— развитие широкого спектра услуг дополнительного образования;

— организацию специализированных подразделений по взаимодействию с работодателями;

— вовлечение практических работников из профессиональной сферы в образовательный процесс;

— возможность продолжения образования, в том числе с изменением профиля;

— предложение специализированных услуг по диагностике профессиональных наклонностей и развитию навыков планирования карьеры.

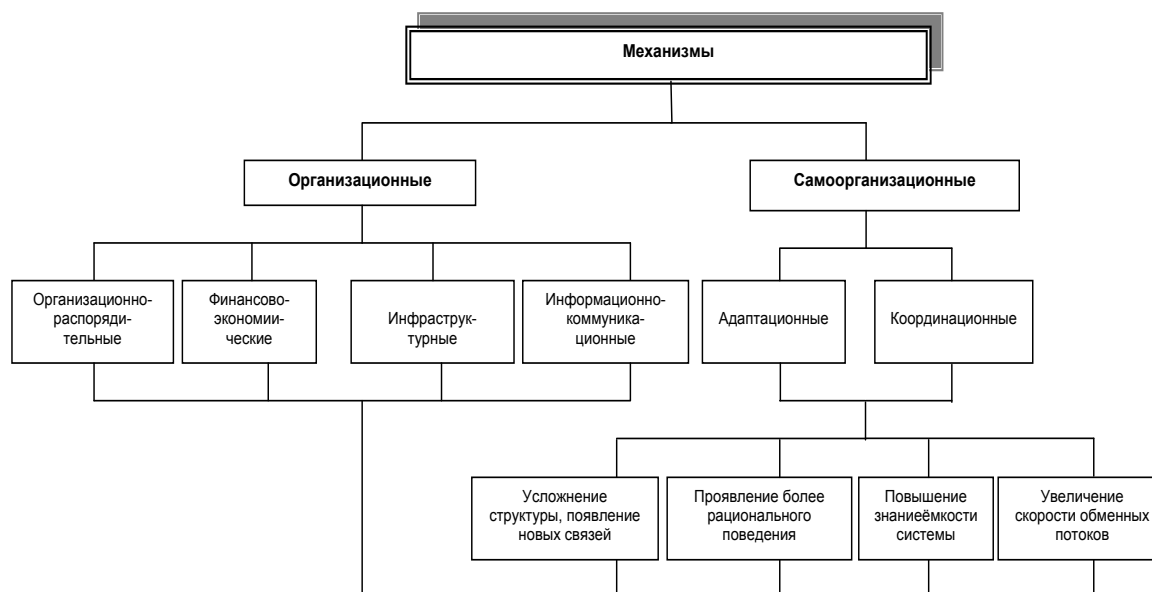


Рисунок 3. Механизмы реализации предпринимательского потенциала вуза

Таким образом, реализация предпринимательского потенциала вуза подразумевает реализацию мероприятий по преодолению ресурсных ограничений в трех областях — генерации знаний, их доведения до студентов и

преобразования знаний в практические способности обучающихся путем внедрения образовательных инноваций, преобразования внутренней среды вуза и процесса его взаимодействия с внешней средой.

Примечания:

1. Цитировано по: Овчинникова М.М. ВУЗ как корпорация: особенности корпоративной культуры ВУЗа // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2012. №2. С. 100-101.
2. Невдаха С.В. Предпринимательский потенциал предприятия: понятие и структура // Вестник ТГУ. 2008. Вып. 10. С. 441.
3. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. СПб.: Питер, 2007. С. 190.
4. Кононова О.В., Ерыгина Л.В. Структура и институциональные формы управления процессом учебно-методической работы инновационного предпринимательского ВУЗа // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. 2007. №4. С. 176.
5. Гисина О.Г., Захарова Е.Н. Особенности формирования конкурентоспособности вуза как субъекта рынка образовательных услуг // Бизнес в законе. 2013. №2.
6. Алексеев Д.А. Корпоративное издание в формировании имиджа регионального вуза (на примере комплекса изданий Ухтинского государственного технического университета): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. С. 26.
7. См.: Осипов А.М., Иванов С.В. Университет как региональная корпорация // Социологические исследования. 2004. №11. С. 106.
8. Покровский Н. Корпоративный университет: утопия, антиутопия или реальность? URL: www.russ.ru/culture/education/20040805.html.
9. Сидорова Т.И. Концепция средневекового университета: к проблеме современной интерпретации понятийного комплекса «университет-корпорация» // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2009. №2. С. 94.
10. Поляков А.А., Соломатин А.В. Научно-образовательные корпорации как альтернатива ВУзам в новой экономике // Вестник университета. 2012. №7. С. 18.
11. Slaughter. S. Academic capitalism. Politics, Policies, and the Entrepreneurial University. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1997. P. 37.
12. Степкина Е. Что такое «предпринимательская деятельность» вуза? // Высшее образование в России. 2007. №2. С. 35-36.
13. Ермоленко И. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере платного образования. URL: www.pr-club.com/PR_Lib/Ermolenko.shtml.

-
14. Булакина О.С. Методика комплексной оценки предпринимательского потенциала муниципального образования // Известия ИГЭА. 2009. №4. С. 63.
 15. Марченко Ю.В. Предпринимательские способности как особый элемент производственного потенциала сельского хозяйства // Научный электронный журнал КубГАУ. 2005. №4.
 16. Салихов Б.В., Самойлов В.О. Частная собственность как социально-экономическая основа реализации предпринимательского потенциала // Финансы и кредит. 2006. №15. С. 68.
 17. Шубаева В.Г. «Спящие» вулканы. Творческий потенциал предпринимательской структуры // Креативная экономика. 2007. №8. С. 73.
 18. Мокронос А.Г., Долженкова Е.В., Маврина И.Н. Предпринимательство как вектор стратегического развития ВУЗа // Образование и наука. 2011. №10. С. 34.
 19. Костылева С.Ю. ВУЗ как экономический институт // Вестник ТГУ. 2011. Вып. 10. С. 39.

References:

1. Quoted after: Ovchinnikova M.M. Higher education institution as corporation: features of corporatve culture of the higher education institution // Modern Higher School: Innovative Aspect. 2012. No. 2. P. 100-101.
2. Nevdakh S.V. Business capacity of the enterprise: concept and structure // Bull. of TGU. 2008. No. 10. P. 441.
3. Adizes I. Management of life cycle of corporation. SPb.: Peter, 2007. P. 190.
4. Kononova O.V., Erygina L.V. Structure and the institutional forms of management of educational methodical work of innovative business type higher education institution // Bull. of the Siberian State Space University named after Academician M.F. Reshetnev. 2007. No. 4. P. 176.
5. Gisina O.G., Zakharova E.N. Features of formation of competitiveness of higher education institution as a subject of the market of educational services // Business in the law. 2013. No. 2.
6. Alekseev D.A. The corporative edition in formation of image of regional higher education institution (example of a complex of editions of the Ukhta State Technical University): Dissertation for Candidate of Philology degree. SPb. 2005. P. 26.
7. See: Osipov A.M. Ivanov S.V. University as a regional corporation // Sociological Researches. 2004. No. 11. P. 106.
8. Pokrovsky N. Corporative university: utopia, anti-Utopia or reality? URL: www.russ.ru/culture/education/20040805.html.
9. Sidorova T.I. Concept of medieval university: on modern interpretation of the conceptual "University-Corporation" complex // Bull. of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts. 2009. No. 2. P. 94.
10. Polyakov A.A., Solomatin A.V. Scientific and educational corporations as alternative to higher education institutions in new economy // Bull. of University. 2012. No. 7. P. 18.
11. Slaughter S. Academic capitalism. Politics, Policies and the Entrepreneurial University. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1997. P.37.
12. Stepkina E. What is higher education institution «business activity»? // The higher education in Russia. 2007. No. 2. P. 35-36.
13. Ermolenko I. Specifics of implementation of PR activity in the sphere of paid education. URL: www.pr-club.com/PR_Lib/Ermolenko.shtml.
14. Bulakina O.S. Technique of a complex assessment of enterprise capacity of municipality // IGEA News. 2009. No. 4. P. 63.
15. Marchenko Yu.V. Enterprise abilities as a special element of production potential of agriculture // Scientific Electronic Journal of KUBGAU. 2005. No. 4.
16. Salikhov B.V., Samoilov V.O. Private property as a social and economic basis of realization of enterprise potential // Finance and Credit. 2006. No. 15. P. 68.
17. Shubayeva V.G. "Sleeping" volcanoes. Creative capacity of enterprise structure // Creative Economy. 2007. No. 8. P. 73.
18. Mokronosov A.G., Dolzhenkova E.V., Mavrina I.N. Business as vector of strategic development of higher education institution // Science and Education. 2011. No. 10. P. 34.
19. Kostyleva S.Yu. The higher education institution as an economic institute // Bull. of TGU. 2011. No. 10. P. 39.