

СПОСОБЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Е.Д. Жирова

Статья посвящена проблемам становления предпринимательской деятельности на рынке услуг. Рассмотрены элементы предпринимательства через призму рынка образовательных услуг, аспекты, входящие в данное понятие и позволяющие выделить критерии оптимизации предпринимательской деятельности. В статье автор дает подробное описание особенностей предпринимательской деятельности на рынке образовательных услуг и выделяет наиболее важные направления предпринимательской деятельности образовательного учреждения.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, образовательные услуги, предпринимательство, образовательное учреждение, оптимизация, критерий оптимальности, рынок услуг.

Первоначально проблема предпринимательства была поставлена политической экономикой как проблема объяснения источников экономического роста и природы прибыли (термин «предпринимательство» введен Р. Кантильоном в XVIII в.) [4].

С тех пор сформировалось несколько принципиально различных подходов к предпринимательской функции. Первая трактовка господствует в трудах классиков политической экономии (Ф. Кенэ, А. Смит), которые видят в предпринимателе собственника капитала. При этом у Ж. Тюрго, а позднее у немецких историков (В. Рошер, Б. Гильдебранд) он не только управляет своим капиталом, но и совмещает собственнические функции с личным производительным трудом. Со временем предпринимателя все реже отождествляют с капиталистом. И во второй трактовке он рассматривается как организатор производства, вовсе не обязательноотягощенный правами собственности. Подобного взгляда придерживаются Ж.Б. Сэй и Дж.С. Милль. Функциональное разграничение между собственником и предпринимателем проводит К. Маркс. Определение предпринимателя как менеджера прочно утверждается в работах неоклассиков (А. Маршалл, Л. Вальрас, К. Менгер, Ф. Визер). И с тех пор нейтральность по отношению к обладанию собственностью становится обычным элементом большинства теорий предпринимательства – классических (Й. Шумпетер) и современных (А. Коул, П. Дракер) [2].

Сущность предпринимательства, следовательно, заключается в трех необходимых элементах:

- организационное действие;
- инициирование изменений;
- денежный доход как цель и критерий успеха.

Таким образом, терминологическая сущность и содержание, вкладываемые в понятие «предпринимательство», менялись и упорядочивались в

процессе развития экономической теории. В большинстве случаев сущность этого явления подменяется целью предпринимательской деятельности. В настоящий момент предпринимательство определяют с различных позиций, таких как [6]:

- деятельность, направленную на максимизацию прибыли;
- инициативную деятельность граждан, заключающуюся в выработке товаров и услуг, направленную на получение прибыли;
- прямую функцию реализации собственности, основную ее производственную функцию;
- процесс организационной новации в целях извлечения прибыли;
- действия, направленные на возрастание капитала, развитие производства и присвоение прибыли;
- специфический вид деятельности, направленный на неустанный поиск изменений в существующих формах жизни предприятий и общества, постоянная реализация этих изменений.

Структурные сдвиги в национальной экономике, обусловленные ее переходом на рыночные рельсы, возбудили интерес экономистов к рынку услуг, самому феномену услуг, в том числе образовательных. Понятийный аппарат этой сферы экономики пока не сформировался. Это видно, в частности, из определения услуг вообще, и образовательных в частности. Образовательные услуги представляют собой систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства.

Формирование и функционирование рынка образовательных услуг подчиняется общим законам рыночной экономики, однако обладает рядом специфических особенностей: высокий динамизм, территориальная сегментация и локальный харак-

тер, значительная скорость оборота капитала, большая чувствительность образовательных услуг к рыночной конъюнктуре в силу невозможности их складирования и транспортирования, индивидуальность производства [5].

Рынок образовательных услуг, в этом случае, представляет собой рынок, на котором взаимодействуют спрос на образовательные услуги со стороны основных хозяйствующих субъектов (отдельных личностей, домохозяйств, предприятий и организаций, государства) и их предложение различными образовательными учреждениями.

Рыночная ориентация образовательного учреждения предполагает широкий ассортимент продукции образовательного учреждения с учетом требований общества, научно-технического прогресса, что способствует легкому налаживанию процессов и технологий оказания услуг. В руководстве образовательного учреждения стратегические решения готовятся и принимаются людьми, компетентными в конъюнктуре образовательных услуг, в вопросах региональной экономики. И в этом случае особенностями предпринимательской деятельности образовательного учреждения с рыночной ориентацией будут являться:

- базирование на целевых инновациях, способных работать в условиях риска и динамичного спроса;
- гибкое сетевое построение;
- поддержка работников в деятельности в рамках стратегии организации, для чего руководство максимально делегирует права и ответственность исполнителям;
- ориентация на компетентность кадров, чья деятельность основана на балансе выгоды и риска;
- своевременное и гибкое реагирование на изменение требований потребителя [7].

Таким образом, к предпринимательской деятельности образовательного учреждения можно отнести следующие направления деятельности:

- реализация основных фондов и иного имущества всеми образовательными организациями, включая образовательные учреждения;
- сдача в аренду основных фондов и иного имущества всеми образовательными организациями, включая образовательные учреждения; инвестиционно-финансовая деятельность всех образовательных организаций, включая образовательные учреждения;
- иные виды вне реализационных доходов всех образовательных организаций, включая образовательные учреждения.

Для поиска лучших предпринимательских решений в системе предпринимательства наряду с имитационными и экспертными моделями применяются оптимизационные модели [3].

Процесс, при котором осуществляется выбор варианта (в данном случае – совокупность реше-

ний и мероприятий в области предпринимательства), лучшего из всех возможных, называется *процессом оптимизации*, а сам такой выбор – условием оптимальности [1].

Принцип оптимизации решений весьма распространен в теории управления, планирования, прогнозирования, планово-проектной, производственной, коммерческой деятельности. Однако его использование имеет обычно упрощенную (усеченную) форму и связано с выбором варианта, лучшего из имеющихся.

Выбор такого рода не имеет полного соответствия условию оптимальности. Оно отвечает так называемому условию рациональности, когда круг рассматриваемых вариантов ограничен, и наилучший вариант может оказаться за его пределами.

Осуществляя процесс оптимизации предпринимательских решений – выбор наилучшего из всех возможных вариантов, наиболее важно использовать верные, научно-обоснованные критерии.

Критерий (от греч. *kriterion* – средство для суждения) в общем виде – это признак, на основании которого производится оценка, определение или классификация чего-либо; мерило оценки.

В более узком смысле критерием является не только признак, но и показатель, на базе которого осуществляется оценка и выбор варианта. Широко распространен термин «критерий оптимальности». Критерием оптимальности является количественный показатель, имеющий предельную меру, и пригодный для сравнительной оценки различных вариантов.

Учет особенностей предпринимательской деятельности на рынке образовательных услуг способствует повышению эффективности функционирования учреждений в условиях рыночной экономики.

Литература

1. Багиев, Г.Л. *Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие* / Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул; под общей ред. проф. Г.Л. Багиева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 231 с.
2. Грузинов, В.П. *Экономика предприятия и предпринимательство* / В.П. Грузинов. – М.: Софит, 2007. – 496 с.
3. Дашкевич, О. *Бизнес-среда и предпринимательская активность* / О. Дашкевич // ЭКОБЕСТ. – 2009. – № 5. – С. 112–115.
4. *История предпринимательства в России. Книга первая. От средневековья до середины XIX века.* – М.: Российская политическая энциклопедия, 2006. – 480 с.
5. Панкрухин, А.П. *Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учебное пособие* / А.П. Панкрухин. – М.: Интерпракс, 1995. – 240 с.

Краткие сообщения

6. Пименов, В. *Формирование конкурентной стратегии предприятия* / В. Пименов // *Стандарты и качество*. – 2008. – № 6. – С. 66–73.

7. Тарануха, Ю. *Предпринимательство в переходной экономике* / Ю. Тарануха // *Экономист*. – 2007. – № 10. – С. 43–48.

Поступила в редакцию 29 июня 2012 г.

Жирова Екатерина Дмитриевна. Аспирант кафедры «Экономика торговли», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – предпринимательская деятельность на рынке образовательных услуг. Контактный телефон: 8(906) 865-02-16.

Ekaterina Dmitrievna Zhirova, a postgraduate student of Trade Economy Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: business activity in the market of educational services. Contact phone number: 8(906) 865-02-16.