

## СПЕЦИФИКА СТАНОВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Э.Д. Петрова

Новосибирский государственный  
технический университет, Новосибирск  
E-mail: Elvira@psy.nsu.ru

В статье предпринята попытка рассмотрения бизнес-образования как элемента сферы образования и, одновременно, сферы рынка. Особое внимание уделяется его месту, особенностям и анализу отношения к бизнес-образованию со стороны бизнес-сообщества в целом и отдельных индивидов в частности. Выделены трудности, которые сопровождают становление бизнес-образования в России: основные ценности и цели здесь еще не вполне сформированы, не ясны критерии оценки качества и результатов обучения.

**Ключевые слова:** бизнес-образование, цели образования, теория и практика управленческой деятельности

Образование является одним из древнейших институтов человеческого общества. Значение его исследования определяется масштабом этого понятия. В условиях усиления роли неопределенности как фактора, влияющего на все сферы жизни как всего общества в целом, так и отдельного человека в частности, пониманию образования уделяется особое внимание.

В современных условиях система образования является основным социальным институтом, определяющим развитие общества и государства. Именно образование определяет главную на современном этапе составляющую – формирование будущего. Говоря о системе образования как о государственном институте, очевидно, что экономическая, политическая, социальная сферы общества все более зависят от качества работы этой системы, от того, насколько каждый его индивид способен принимать решения и нести за них ответственность.

Произошедшие в России за последние десятилетия радикальные реформы в экономической и социальной среде резко изменили отношение руководителей всех хозяйствующих субъектов к теории и практике управленческой деятельности. Быстрое развитие рыночных институтов и вхождение России в единый мировой хозяйственный рынок поставили перед российскими руководителями те же задачи, что и перед их коллегами на Западе: как адаптироваться к быстрым переменам в деловой среде, в природе организаций и в деятельности менеджеров. Для решения этих задач сформировалось бизнес-образование. Бизнес-образование представляет собой образовательную деятельность по подготовке профессиональных менеджеров, выполняющих функции управления на предприятиях и в хозяйственных организациях, работающих в условиях рынка с целью получения прибыли. Современный уровень

развития бизнеса и растущая экономика России предъявляют новые требования к специалистам и ставят остро проблему подготовки профессиональных кадров, что в значительной степени было утрачено за время рыночных реформ. С момента появления бизнес-образование стало не просто самостоятельной отраслью бизнеса, но и неотъемлемой частью социально-экономических процессов общества.

Положение бизнес-образования двояко: с одной стороны, это огромный рынок – объем рынка бизнес-образования в России, по разным оценкам, равен 170–200 млн долл. Как сфера бизнеса, она живет и развивается по законам рынка: исходя из его конъюнктуры, ситуации с конкурентами-потребителями. С другой стороны, безусловно, это – сфера образования. Появившись недавно, эта сфера пока незаслуженно мало изучена, особенно в контексте философии образования. Попробуем восполнить этот пробел.

Школы бизнеса как символ бизнес-образования стали появляться в США в конце XIX – начале XX в. Самая первая – это Школа бизнеса Пенсильванского университета (1886 г.), основанная Д.Уортоном, в 1901 году в Даремском университете был выдан первый диплом MBA.

Истоки бизнес-образования в России просматриваются на рубеже XIX–XX веков, когда в 1907 году было создано Высшее коммерческое училище – специализированное учебное заведение, именуемое сегодня Российской экономической академией им. Г.В. Плеханова. Этот вуз изначально специализировался на подготовке кадров для коммерческих структур.

В СССР первые курсы подготовки «красных директоров», «командиров производства» были открыты в 1925 г. и обу-

чение на них почти сразу увеличилось с 1 до 3 лет. Наиболее интересным элементом этой системы были промышленные академии, в которых готовились кадры высшей квалификации для народного хозяйства Советского Союза. Однако эту систему нельзя было назвать системой подготовки менеджеров для бизнес-организаций в западном смысле слова, так как главное внимание в ней уделялось вопросам производства, научно-технического прогресса, отчасти экономики, но никак не бизнесу. Проблемы человека и организации почти не рассматривались, а под «научным управлением обществом» понималось фактически умение подчинять (сверху) и умение подчиняться (снизу) в бюрократической системе партийно-государственного руководства хозяйством, углубленное освоение марксистско-ленинской теории управления.

Бум бизнес-образования в развитых зарубежных странах пришлось на 1960-е годы. Подготовка на программах MBA в США за десятилетие 60-х годов выросла примерно в 10 раз (с 4000 до 40 000 чел. в год). Развивалась также мощная система повышения квалификации и управленческих, психологических тренингов (например, в американской ассоциации тренинговых центров ASTD в конце 1990-х годов состояло уже 14 000 членов).

В странах Западной Европы программы подготовки управленческих кадров высшей квалификации американизированного типа, т.е. MBA стали распространяться в это же время в дополнение к уже существовавшей достаточно мощной системе высшего образования экономического и инженерно-экономического толка. Лидером в этом процессе стала Великобритания, но достаточно серьезные усилия были

предприняты в Испании, Франции, Италии и некоторых других странах.

Европейцы, однако, быстро осознали громоздкость и дороговизну американской версии МВА, выработав на ее основе свою модифицированную, несколько упрощенную, приближенную к практике «европейскую» модель бизнес-образования, которая получила новый импульс развития (и новые проблемы) в 2001 году после начала Болонского процесса.

В СССР процесс формирования системы подготовки кадров для управления шел параллельно с развитием бизнес-образования в Европе. На волне призывов, правда, больше на словах, чем на деле, расширить использование экономических методов руководства народным хозяйством было снято табу с рассмотрения управления как самостоятельной специальности в институтах высшего образования и в учебных программах центров «послеопытного» образования. Первая кафедра управления была создана в 1965 году в Московском инженерно-экономическом институте им. Серго Орджоникидзе (ныне Государственный университет управления). Вместо упраздненных десятилетием раньше промышленных академий стали создаваться институты повышения квалификации (ИПК) руководящих работников и специалистов при отраслевых министерствах, а также региональных ведомствах, межотраслевые и региональные факультеты этого профиля в университетах и экономических вузах, различного рода курсы и программы на предприятиях и в организациях.

В 1977 г. была создана Академия народного хозяйства при Совете Министров СССР, которая, несмотря на определенный консерватизм, в то время сыграла в целом положительную роль в развитии системы

образования по экономике и управлению для руководителей-практиков.

Это происходило, однако, своим путем — не на основе освоения опыта ведущих американских и некоторых европейских школ, дающих знания и квалификацию выживания и процветания в рыночной экономике, а на основе традиций советской системы с некоторым осторожным внедрением элементов западного менеджмента

В конце 1980-х годов, в порядке эксперимента, была начата подготовка кадров по специальности «Менеджмент». Специализированная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для управления предприятиями и организациями действовала в стране вплоть до 1990-х годов. В эту сеть входили 120 вузов управленческого профиля и более тысячи институтов и центров повышения квалификации. Все они финансировались и контролировались государством. К началу 1990-х годов началось скачкообразное, стихийное развитие рынка образовательных услуг для предпринимательства и бизнеса<sup>1</sup>.

Таким образом, к началу перестройки, а затем радикальных реформ 1990-х годов Россия, имевшая достаточно развитую в экстенсивном отношении, но совершенно не соответствующую требованиям рыночной экономики систему подготовки управленческих кадров, столкнулась с реальной проблемой профессионального образования и обучения людей, участвующих в выполнении функций управления в организациях, которые действуют в условиях рынка. Именно эта проблема, примерно в аналогичной постановке (по масштабам и конечным задачам, но не по конкретному

<sup>1</sup> Из истории бизнес-образования. URL : <http://www.rabe.ru/page/19>

содержанию) встала перед западными странами на четыре десятилетия раньше, чем в России, которой и в этой области приходится преодолевать серьезное отставание, ускоренно проходя уже проторенный путь, но в новых специфических для нашей страны условиях.

Можно сделать вывод, что социальная обусловленность и прагматическая направленность бизнес-образования вызваны к жизни масштабной экономической трансформацией в России, потребностями создания критической массы менеджеров для рыночной экономики, формированием цивилизованных рыночных отношений и необходимостью поддержки субъектов бизнеса и предпринимательства. Что касается методологии подготовки менеджеров, важное значение в бизнес-образовании придается инновациям, разработке и использованию различных форм интенсивной учебной работы. Все большее число бизнес-школ осваивают в учебном процессе такие методики, как тренинги, разбор конкретных ситуаций (кейс-методика), технологии обучения действием, «электронное обучение». При этом реализация учебных программ предполагает научение обучаемых решению конкретных и чаще всего сложных бизнес-задач комплексного характера, развитие их профессионального мастерства, влияние на формирование системы социальных ценностей.

Как показывают некоторые недавние исследования барьеров роста бизнеса, бизнес-сообщество (предприниматели и менеджеры) однозначно выводят в первую десятку барьеры, связанные с образованием, позиции которых опережают такие традиционные препятствия для роста бизнеса, как несовершенство налоговой системы и коррупция. При этом работодатели, по-

нимая важность таких характеристик у выпускников вузов, как профессиональные знания, владение иностранными языками и современными информационными технологиями, большое значение придают личным качествам сотрудников, способностям нестандартно мыслить, генерировать новые идеи, работать в команде, принимать решения и т. п.<sup>2</sup>

Таким образом, появившись относительно недавно, бизнес-образование представляет собой менее консервативную, экспериментирующую сферу образования в области новых образовательных моделей и технологий.

На сегодняшний день мир бизнеса представляет собой сложную, постоянно меняющуюся, динамичную систему. И в этих условиях только та компания, которая осознает необходимость осваивать новое и делать это быстрее конкурентов, имеет шанс на успех, на долговременное присутствие на рынке. Опыт развития бизнеса показывает, что экономическая ценность знаний, которыми обладают работники, превосходит все капиталовложения, финансовые ресурсы и другие активы компаний. Именно поэтому потребность компаний в подготовке квалифицированных специалистов в сфере бизнес-решений постоянно растет. При этом наблюдается огромный дефицит хорошего и практического бизнес-образования.

В сфере бизнес-образования существуют несколько направлений, которые активно развиваются и востребованы бизнес-сообществом в России: средне- и

<sup>2</sup> Подсыпанина Т.Д. X Международная конференция Российской ассоциации бизнес-образования «Трансформация образования в современном мире: причины, проблемы и новые возможности» // Российский журнал менеджмента. – 2007. – № 1. – Том 5. – С. 174.

краткосрочные семинары и тренинги; длительное обучение (программа МВА, второе высшее экономическое образование), корпоративные университеты.

Средне- и краткосрочные программы в России представлены бесконечным многообразием тренингов и семинаров. В отличие от других форм бизнес-образования эти программы хорошо адаптируются к требованиям менеджеров и представляют пример классической реакции рынка на возникающий спрос. Тренинговые программы изначально были ориентированы на быстрое и точечное развитие практических навыков действующих менеджеров, поэтому их авторы хорошо представляют область применения полученных навыков, а потребитель имеет довольно четкое представление о целях обучения. Более четкие формулировки целей делают сектор краткосрочных программ более структурированным и создают на нем необходимые предпосылки опережающего роста по сравнению с другими разновидностями образовательных программ.

МВА (Master of Business Administration – Мастер делового администрирования) – программа постдипломного образования, в рамках которой осуществляется подготовка менеджеров общего профиля для работы в разных сферах деятельности. Ключевым элементом обучения является его универсальность. Программа дает базовые знания по маркетингу, менеджменту, развитию бизнеса, финансам, управлению человеческими ресурсами и другим дисциплинам. Также она объясняет, как происходит взаимодействие различных областей бизнеса.

Кроме программ МВА существуют и другие возможности получить образование в области бизнеса: разнообразные маги-

стерские программы в области финансов, маркетинга и др. Эти программы отличаются от МВА более узкой специализацией. Они менее ориентированы на практику и позволяют углубить теоретические знания в конкретных областях. Аналог таких программ на Западе – Master of Science, Master of Arts.

Второе высшее экономическое образование, как правило, занимает больше времени по сравнению с программами МВА и включает в себя преимущественно изучение теории. В последнее время избыточная популяризация программ МВА в прессе привела к тому, что многие ассоциируют бизнес-образование именно с получением диплома МВА. Второе высшее образование оказывается как бы в тени, хотя занимает весомую нишу в образовательном бизнесе. Основное отличие заключается в том, что программы МВА созданы и реализуются для подготовки управленческих кадров высшей квалификации, а программы второго высшего образования – это академические программы подготовки профильных специалистов в сокращенные сроки<sup>3</sup>.

Зарубежный и российский опыт показывает, что в условиях растущей конкуренции разовое обучение малоэффективно, так как дает кратковременный результат. Подстраиваться под меняющиеся условия необходимо постоянно. Именно поэтому корпоративные бизнес-тренинги с реальным погружением в проблемы компании переросли в корпоративное обучение или корпоративные университеты (КУ).

Концепция корпоративного университета, как элемент новой деловой культуры, была привнесена западными компаниями, пришедшими на российский рынок в

<sup>3</sup> Обзор рынка бизнес-образования и тренингов. URL : <http://www.rbc.ru/reviews/business-education-2008/index.shtml>

постперестроечный период (Coca-Cola, McDonald's, Motorola и проч.). Для многих стало очевидно, что недостаточно просто послать специалиста на МВА – необходимо создать целостную систему, в рамках которой каждый сотрудник будет иметь возможность не только получить необходимые функциональные знания, но и постоянно развивать современные деловые навыки, которые позволяют быстро реагировать и адаптироваться к изменениям бизнес-среды.

За рубежом, где опыт построения корпоративных университетов близится к 40-летней отметке, принято такое определение КУ: корпоративный университет – это система программ по обучению и развитию, которая четко привязана, поддерживает и влияет на стратегию компании, распространяет и укрепляет корпоративную культуру, необходимую для достижения стратегии. Это – технология стратегического управления компанией, ориентированная на достижение долговременных конкурентных преимуществ.

Преимуществом корпоративного университета является то, что он позволяет выстроить обучение не на абстрактных примерах, а на конкретных ситуациях, происходящих в компании. Соответственно, это повышает внутреннюю мотивацию сотрудников к обучению, поскольку они получают конкретный инструментарий для решения текущих задач. Это фактически является воплощением принципа «обучение на рабочем месте».

Как продуманная система обучения персонала компании, корпоративный университет для достижения целей фирмы, используются все традиционные формы бизнес-образования. Однако они не исключают применение нестандартных (не-

обычных) инструментов. В компании, где есть такая структура, для каждого специалиста разрабатывается программа личностного роста в бизнесе, которая включает в себя систему ассесмента — оценку данного сотрудника, составление им перспективных планов своего развития и выполнение индивидуальных проектов, за которые только он несет ответственность. Коучинг является одной из составляющих частей обучения в КУ. Одна из обязательных программ для менеджеров в корпоративном университете посвящена развитию навыков наставничества. Иногда к процессу наставничества в крупных компаниях привлекаются внутренние тренеры-коучеры. Менеджеру следует знать идеальную модель поведения своего подчиненного в бизнесе, то есть, что он должен делать во время визита и после него, как ему следует готовиться к переговорам, какие конкретные действия необходимо предпринять. Все эти модели, вытекающие из положений корпоративной культуры, отрабатываются и закрепляются в рамках КУ.

Корпоративный университет требует серьезных временных и финансовых затрат, наличия хорошей материально-технической базы, что могут себе позволить немногие компании. Независимо от формы реализации этого вида обучения важен применяемый здесь системный подход, опирающийся на стратегические задачи организации. Планирование учебных мероприятий основывается на реальных потребностях бизнеса, которые являются в процессе анализа ситуации и сопоставления с главными целями фирмы. При этом ценна возможность постоянно сравнивать результаты обучения с теми задачами, которые ставит руководство перед корпоративным университетом, и коррек-

тировать их по итогам оценочных мероприятий.

Кроме того, стоит отметить, что в России, как, впрочем, и во всем мире, наблюдается устойчивая тенденция к слиянию компаний, к созданию крупных холдингов. При покупке одними компаниями других встает проблема разных систем управления, ценностей, «стыковки» корпоративных культур. Если компания, которая приобрела другую, имеет разработанную систему ценностей, – она может подтянуть другую до своего уровня. Однако в России часто случается так, что при слиянии компаний прозрачность менеджмента сводится фактически к нулю. И опять встает проблема единых стандартов управления, единых управленческих технологий. Очевидно, что внедрение корпоративного университета – это попытка не только повысить эффективность деятельности компании, ее привлекательность для потенциальных инвесторов, но и серьезный шаг к повышению бизнес-культуры, к созданию позитивного климата в самой компании. Внедрение и реализация КУ рассматриваются как инвестиции в развитие компании.

Ценность всех этих видов бизнес-образования заключается в том, что с точки зрения результатов обучения эти курсы и программы не просто дают знания, технологические наработки, формируют некоторые навыки у слушателей, но позволяют участникам уже на следующий день после занятий применять в повседневной практике те навыки и решения, которым их обучили. Востребованы те курсы, где происходит сочетание двух вещей: факты-знания и способность менеджеров реализовывать их в повседневных решениях на своем рабочем месте.

Таким образом, ключевым фактором развития бизнес-сообщества является удовлетворение потребностей в получении новых знаний, навыков и качеств. Общество менеджеров стремится обучаться, и ключевыми требованиями к результатам обучения являются собственные исследования, собственные модели и систематизация, практические решения, построенные на теоретической базе. Бизнес-сообществу нужно образование, которое позволит не только овладеть новыми знаниями, но и интегрировать их в свою систему ценностей, стать для них важным ресурсом дальнейшего развития, опорой для принятия повседневных и стратегических решений.

Однако здесь наблюдаются некоторые трудности, связанные с тем, что бизнес-образование по своей сути неоднозначно. Зачастую оно стремится удовлетворить сиюминутные утилитарные потребности. По признанию некоторых директоров западных элитарных бизнес-школ, «бизнес-школы, особенно американские, забыли об истинных целях своего существования – обучение новым, более совершенным деловым техникам личностей, которые уже накопили достаточный опыт в своей области. Вместо этого многие стали фокусироваться на обучении молодых специалистов тому, как во что бы то ни стало построить головокружительную карьеру в финансовом секторе и заработать. Таким категориям, как этика ведения бизнеса, особенности построения бизнеса в долгосрочной перспективе, не уделяется должного внимания. При этом, естественно, школы не задаются вопросом, действительно ли они обучают тому, чему призваны: научить осознавать последствия своей деятельности и ее влияние на

общество?»<sup>4</sup>. Такое обучение направлено на поддержание у человека выбора в процессе принятия решения в сторону сиюминутной выгоды, пользы.

В этом смысле бизнес-сообщество продемонстрировало противоречивое отношение к бизнес-образованию: с одной стороны бизнесу нужны зрелые личности, способные в сложных и неопределенных ситуациях принимать правильные решения, направленные на долгосрочную перспективу. Бизнес-образование создает все условия для формирования таких навыков, предлагая обучение в виде решения кейсов, в тренинговой форме, с использованием деловых игр и т.п. С другой стороны, современное развитие бизнес-образования направлено в утилитарную сторону, формирующую такой тип мышления как «прийти, заработать, уйти», что приводит к кризисным ситуациям. Насколько бизнес-сообщество повлияло на такую направленность и что первично: «незрелые» потребности бизнес-сообщества или «незрелость» самого бизнес-образования, – вопросы, на которые еще предстоит ответить. Но очевидно одно: на сегодняшний день менеджеры считают очевидной зависимость своего успешного развития от качества системы образования, важной составляющей которой является возмож-

ность каждого развивать свои задатки и способности.

Оценка бизнес-образования в России на нынешнем этапе его развития показала, что основные ценности и цели здесь еще не вполне сформированы. Есть определенные трудности в оценке качества и результатов обучения. Не ясны критерии и основные принципы, которыми следует руководствоваться при развитии этой сферы образования в целом.

### Литература

Подсыпанина Т.Д. X Международная конференция Российской ассоциации бизнес-образования «Трансформация образования в современном мире: причины, проблемы и новые возможности» / Т.Д. Подсыпанина // Российский журнал менеджмента. – 2007. – № 1. – Том 5. – С. 173–178

Из истории бизнес-образования. URL: <http://www.rabe.ru/page/19>

Обзор рынка бизнес-образования и тренингов. URL: <http://www.rbc.ru/reviews/business-education-2008/index.shtml>

Социальный портрет российского менеджера. URL: <http://www.ubo.ru/analysis/?cat=1&pub=1766>

<sup>4</sup> Социальный портрет российского менеджера. URL: <http://www.ubo.ru/analysis/?cat=1&pub=1766>