

© 2009 г.

**Марина Шабанова**

доктор социологических наук, профессор

(Государственный университет – Высшая школа экономики)

## **БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И СТАРЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ**

Не успел молодой российский институт бизнес-образования высшей ступени (МВА) развиваться и окрепнуть, как столкнулся одновременно с несколькими серьезными вызовами. Один для всех очевиден – это мировой финансовый кризис, который выступает своего рода интеллектуальным испытанием для российских бизнес-школ. Сегодня они активно обновляют предлагаемые программы с учетом «кризисной компоненты», ищут конструктивные способы адаптации и выживания в новых условиях. Другой вызов – преимущественно российский – и наступил раньше, и существовать, по-видимому, будет дольше. Он связан с более глубинными, институциональными сдвигами в российской деловой среде и уровне профессионализма отечественного бизнес-сообщества.

Это стимулировало появление на рынке МВА новой волны предпринимателей и менеджеров, пришедших в бизнес в более благоприятные, чем период первоначального накопления капитала и борьбы без правил, времена. Если в 2004 г. среди наших респондентов – слушателей программ МВА Академии народного хозяйства (АНХ) при Правительстве РФ – лидере бизнес-образования высшей ступени в России<sup>1</sup>, – доля предпринимателей и менеджеров, пришедших в бизнес после дефолта 1998 г., составляла 35%, то в 2008 г. – уже 66%. Сегодня эти вызовы накладываются один на другой. Поэтому наряду с необходимостью учета особенностей качественного состава и ожиданий слушателей новой волны обра-

---

<sup>1</sup> В настоящее время АНХ занимает первое место по числу программ МВА (Master of Business Administration) и удовлетворяет, по разным оценкам, от 1/3 до 1/2 потребностей российского рынка МВА. К настоящему времени проведены три исследования: 2004 г. – 1016 чел., 2006 г. – 1445 чел., 2008 г. (сентябрь–ноябрь) – 1279 чел.

---

Работа выполнена при поддержке Научного фонда Государственного университета – Высшей школы экономики (индивидуальный исследовательский проект № 08-01-0061 «Ресурс бизнес-образования в российской деловой среде: новые вызовы и старые ограничения (на примере слушателей программ МВА разных волн вхождения в бизнес)).

щающихся к ресурсу МВА, важно принимать во внимание и тот факт, что в отличие от своих более старших коллег, они до сих пор еще не переживали ни одного кризиса. Это – весьма вероятный дополнительный фактор, снижающий уровень адаптации нового поколения предпринимателей и менеджеров к современным условиям, а следовательно, и их активность на рынке образовательных услуг.

Как известно, специфическая особенность бизнес-образование МВА как социального института – его абсолютная зависимость от запросов и платежеспособности слушателей, что предъявляет повышенные требования к уровню согласованности ролей («преподаватель-слушатель», «слушатель-слушатель»). В отличие от диплома вуза, получение диплома МВА в России практически не имеет самостоятельного (символического) значения («диплом ради диплома»). Если этот мотив и имеется, то обычно подкрепляется другими, более актуальными мотивами обращения к ресурсу МВА<sup>1</sup>. Бизнес-образование МВА, по сути своей, призвано отвечать на потребности практики и на платной основе помогать людям, уже имеющим опыт ведения бизнеса (причем, как правило, успешный), добиваться еще большего делового успеха в той бизнес-среде, какая имеется, даже если последняя, как в случае с Россией, пока весьма далека от цивилизованных стандартов.

Для молодого (ему нет еще и 20 лет) российского бизнес-образования МВА это означает, что его место в более широкой (и к тому же трансформирующейся) социально-экономической системе определяется качеством всех трех ее основных элементов. А именно: институциональной среды (острота конкуренции, уровень развития рыночных, правовых и гражданских институтов, степень цивилизованности бизнеса, стабильность правил игры власти с бизнесом и пр.); социально-групповой структуры (широта средних слоев, уровень их благосостояния и мобильности, положение на оси собственности и пр.); качеством человеческого потенциала предпринимателей и менеджеров (уровень и тип базового образования, накопленный опыт, особенности правосознания, деловой культуры, самоорганизации и пр.). Все эти элементы системы взаимосвя-

---

<sup>1</sup> По нашим данным (2006г.), хотя среди мотивов прихода на программу МВА получение диплома МВА назвали 41% респондентов, только 1% не дополняли его еще и другими мотивами прикладного или теоретического характера (именно поэтому в исследовании 2008 г. эта подсказка больше не использовалась). Это сильно отличает бизнес-образование МВА от системы *высшего* образования, где почти половина выпускников не уверены в том, будут ли они работать по специальности, идет ли речь о медицинских, аграрных, педагогических, инженерных или военных вузах. См: Кузьминов Я., Филонович С. Бизнес-образование в России: состояние и перспективы (содержательно-институциональные аспекты) // Вопросы экономики. 2004. №1. С.19-36.

заны, но в то же время относительно автономны друг от друга<sup>1</sup>. Их состояние существенно сказывается на уровне и потенциале развития бизнес-образования МВА в России, а потому не может быть «вынесено за скобки» в неутрачивающей критике российских программ МВА, обычно основанной на обращении к передовым западным образцам. Ссылаясь на них, не стоит забывать о том, что и столетнее американское бизнес-образование, и пятидесятилетнее европейское также периодически становились объектами критики со стороны деловых сообществ<sup>2</sup> и получали новые импульсы развития в ответ на вызовы внешней среды.

В чем же конкретно проявляются вызовы, с которыми российский институт бизнес-образования высшей ступени (МВА) сталкивается сегодня? В какой бизнес-среде функционируют его слушатели, реальные и потенциальные? Какие сдвиги в ней подталкивают, а какие тормозят их выход на рынок бизнес-образования? Какие изменения во внешней среде повышают, а какие снижают эффективность функционирования института бизнес-образования? Какие задачи предприниматели и менеджеры хотят решить в этой среде, опираясь на ресурс бизнес-образования? Наконец, проявляются или нет в этих вызовах, наряду с ситуацией «здесь и сейчас», какие-то общемировые тенденции долговременного характера, вроде превращения образования в важное конкурентное преимущество индивидов и национальных экономик, необходимости перехода к системе непрерывного образования («life long learning»), роста значения его практической направленности и увеличения конкуренции на этом рынке?<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Подробнее см.: Заславская Т.И. Современное российское общество: Социальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004. С.108-110.

<sup>2</sup> Clarke, T. The business schools: 50 years on // Education and Training. 2008. Vol. 50. №1. P. 52-54; Hay, A., Hodgkinson, M. More success than meets the eye-a challenge to critiques of the MBA: Possibilities for critical management education? // Management Learning. 2008. Vol. 39. N1. P. 21-40; 9. Welsh, M.A. Dehler, G.E. Whither the MBA? Or the Withering of MBAs? // Management Learning. 2007. Vol. 38. № 4. P. 405-423; Bennis W., O'Toole J. How Business Schools Lost Their Way // Harvard Business Review. 2005, Vol. 83. № 5. P. 96-104; Blass, E., Weight, P. The MBA is dead – Part 1: God save the MBA // On the Horizon. 2005. Vol. 13. N4. P. 229-240; Blass, E., Weight, P. The MBA is dead – Part 2: Long live the MBL // On the Horizon. 2005. Vol. 13. N4. P. 241-248; Grey, C. Reinventing Business Schools: The Contribution of Critical Management Education // Academy of Management Learning & Education. 2004. № 3. P. 178-186; Hunton, J.E., Stone, D.N., Wier, B. Does graduate business education contribute to professional accounting success? // Accounting Horizons. 2005. Vol. 19. N2. P. 85-100; Starkey, K., Tempest, S. The future of the business school: Knowledge challenges and opportunities // Human Relations. 2005. Vol. 58. №1. P. 61-82; Pfeffer, J., Fong, C.T. The end of business schools? Less success than meets the eye // Academy of Management Learning & Education, 2002. Vol. 1. N.1. P. 78-95.

<sup>3</sup> Doti J. L., Tuggle F. D. Doing the Math on B-School Enrollments // BizEd. 2005. July/August. P. 46-50; Hawawini G. The future of business schools // Journal of Management

Наше исследование базируется на опросе предпринимателей и менеджеров – слушателей программ МВА Академии народного хозяйства (АНХ) при Правительстве РФ. В общем числе опрошенных (1279 человек, сентябрь–ноябрь 2008 г.) занятые в бизнесе составляют 73%. Основная часть (60%) – топ-руководители, 31% – руководители подразделений и функциональные менеджеры и лишь 6% – менеджеры, специалисты, аналитики.

Для выявления тенденций, которые складываются в сфере бизнес-образования МВА под влиянием импульсов извне, все слушатели разделены на четыре группы в зависимости от возраста и времени вхождения в бизнес. Две первых образуют новое (или младшее) поколение: его представляют слушатели не старше 35 лет (средний возраст – 30,2), как правило, не имеющие опыта работы в дореформенный период и добившиеся делового успеха в новых условиях. По качественному составу это поколение неоднородно. В зависимости от времени вхождения в бизнес в нем отчетливо выделяются две волны деловых людей: первую («новое поколение-1») образуют предприниматели и менеджеры, пришедшие в бизнес в 90-е гг., т.е. в период первоначального накопления капитала и «борьбы без правил», а вторую («новое поколение-2») – те, кто пришел в бизнес уже после дефолта 1998 г., т.е. в более благоприятные времена, когда началось преимущественно мирное освоение ранее обретенных активов и актуализировалась проблема эффективности и конкурентоспособности бизнеса. Две другие группы олицетворяют старшее поколение (средний возраст 40,6 лет): они пришли в бизнес в 90-е гг. или еще раньше (схема 1). Особое внимание обратим на специфику двух крайних (и наиболее наполненных) групп – «нового поколения-2» и «старшего поколения-1», на долю которых сегодня приходится  $\frac{3}{4}$  слушателей.

---

Development. 2005. Vol. 24. №9. P. 770-782; *Cornuel E.* Challenges facing business schools in the future // *Journal of Management Development*. 2007. Vol. 26. № 1. P. 87-92; *Rash M.* Economics, World Events Impacting MBA Enrollments // *The Business Journal* (Greensboro/Winston-Salem). 2004. March, 26; *Friga P., Bettis R., Sullivan R.* Changes in Graduate Management Education and New Business School Strategies for the 21st Century' // *Academy of Management Learning & Education*. 2003. N2. P. 233-249; *Acito F., McDougall P., Smith D.* One hundred years of excellence in business education: What have we learned? // *Business Horizons*. 2008. Vol. 51. №1. P. 5-12; *May B., Сеферян А.* Бизнес-образование рубежа веков: вызовы времени и тенденции развития // *Вопросы экономики*. 2007. №10. С.75-89; *Кольчугина М.* Бизнес-образование в России // *Мировая экономика и международные отношения*. 2008. №2. С.61-69.

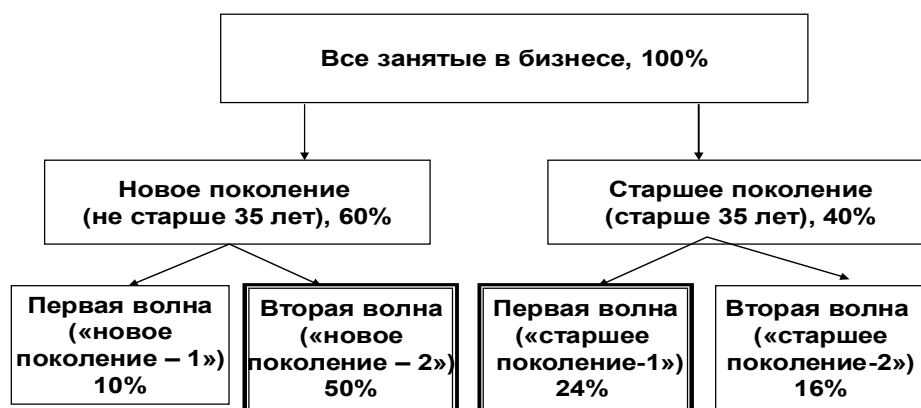


Схема 1. Структура слушателей МВА в зависимости от возраста и времени вхождения в бизнес, 2008 г.

Материалы трех исследований (2004, 2006, 2008 гг.) свидетельствуют о стремительном изменении структуры слушателей программ МВА по этим основаниям. Быстро увеличивается доля второй волны поколения предпринимателей и менеджеров, особенно «нового поколения-2» (табл.1).

Таблица 1

Изменение структуры слушателей программ МВА в зависимости от возраста и времени прихода в бизнес, %<sup>1</sup>

| Группы слушателей                                                                 | 2004 г.    | 2006 г.    | 2008 г.    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|
| «Новое поколение-1»<br>не старше 35 лет, приход в бизнес в 90-е гг.               | 41         | 23         | 10         |
| «Новое поколение-2»<br>не старше 35 лет, приход в бизнес в 2000-е гг.             | 21         | 41         | 50         |
| «Старшее поколение-1»<br>старше 35 лет, приход в бизнес в 90-е гг. или еще раньше | 34         | 28         | 24         |
| «Старшее поколение-2»<br>старше 35 лет, приход в бизнес в 2000-е гг.              | 4          | 8          | 16         |
| <b>Всего</b>                                                                      | <b>100</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

<sup>1</sup> Границы между волнами составляли в 2004 г. – 6 лет, в 2006 г. – 8 лет, в 2008 г. – 10 лет. Поскольку представители второй волны пришли в бизнес в 1999 г. или в 2000-е гг., для краткости их можно именовать «двухтысячниками».

Как же сказывается приход на рынок бизнес-образования МВА нового поколения предпринимателей и менеджеров на качественном составе слушателей и характере спроса на услуги бизнес-образования? Какие институциональные сдвиги в российской деловой среде и уровне профессионализма бизнес-сообщества «подталкивают» эти изменения? Какие особенности российской деловой среды в наибольшей степени снижают эффективность функционирования института бизнес-образования?

**Изменения в структуре ожиданий от наращивания ресурса бизнес-образования МВА.** Приход нового поколения деловых людей на рынок бизнес-образования МВА значимым образом сказывается на качественном составе слушателей, а вместе с этим и на структуре их ожиданий. Отметим несколько важных обстоятельств в этой связи.

Таблица 2

**Социально-демографический состав слушателей программ МВА  
разных волн вхождения в бизнес**

| Характеристики                                                                                              | Новое поколение |         | Старшее поколение |         | Всего |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|-------------------|---------|-------|
|                                                                                                             | волна 2         | волна 1 | волна 2           | волна 1 |       |
| Средний возраст, лет                                                                                        | 29.6            | 32.9    | 39.9              | 41.1    | 34.3  |
| Медиана, лет                                                                                                | 30.0            | 33.0    | 39.0              | 41.0    | 34    |
| Пол, %                                                                                                      |                 |         |                   |         |       |
| Женский                                                                                                     | 37              | 27      | 22                | 24      | 30    |
| Мужской                                                                                                     | 63              | 73      | 78                | 76      | 70    |
| Базовое высшее образование, %:                                                                              |                 |         |                   |         |       |
| техническое                                                                                                 | 33              | 42      | 61                | 53      | 43    |
| экономическое                                                                                               | 47              | 48      | 19                | 30      | 38    |
| юридическое                                                                                                 | 8               | 6       | 10                | 4       | 7     |
| Доля считающих, что их базовое образование существенно помогает решать конкретные деловые задачи сегодня, % | 37              | 45      | 42                | 56      | 43    |
| в т.ч. : техническое                                                                                        | 36              | 44      | 44                | 49      | 42    |
| экономическое                                                                                               | 37              | 49      | 52                | 70      | 47    |

*Первое.* Помимо того, что новое поколение – более молодое (средний возраст 30–33 года), с его приходом на рынок бизнес-образования растет доля женщин и слушателей с базовым экономическим образованием. В новом поколении их больше, чем лиц с техническим образованием, тогда как в старшем поколении с большим перевесом лидируют «технари». Настораживает то, что, **несмотря на усилия, предпринимаемые по модернизации высшего образования в 2000-е гг., востребованность знаний и навыков, почерпнутых за время обучения в вузах, по мере**

**обновления поколений стремительно уменьшается:** в «новом поколении-2» она самая низкая, тогда как в «старшем поколении -1», напротив, самая высокая (разница – в 1,5 раза). Эта тенденция характерна и для экономистов, и для «технарей», правда, для первых, – в большей степени (табл. 2).

*Второе.* Несмотря на то, что слушатели программ МВА, как правило, имеют весьма солидный стаж работы в бизнесе как таковом, отличительная черта «нового поколения-2» – высокая доля лиц с небольшим стажем в фирме и особенно в занимаемой ныне должности (табл. 3).

Таблица 3

**Некоторые особенности профессионально-делового потенциала слушателей программ МВА разных волн вхождения в бизнес, % по столбцу**

| Характеристики                          | Новое поколение |         | Старшее поколение |         | Всего |
|-----------------------------------------|-----------------|---------|-------------------|---------|-------|
|                                         | волна 2         | волна 1 | волна 2           | волна 1 |       |
| Стаж в бизнесе:                         |                 |         |                   |         |       |
| не более 5 лет                          | 35              | 0       | 24                | 0       | 21    |
| 15 и выше                               | 0               | 16      | 0                 | 59      | 16    |
| Средний стаж, лет                       | 6.6             | 12.7    | 7.4               | 15.2    | 9.4   |
| Медиана, лет                            | 7               | 12      | 8                 | 15      | 9     |
| Стаж в данной фирме:                    |                 |         |                   |         |       |
| 1-3                                     | 51              | 26      | 36                | 27      | 40    |
| 8 и выше                                | 7               | 43      | 22                | 45      | 23    |
| Средний стаж, лет                       | 3.9             | 7.4     | 5.0               | 7.5     | 5.3   |
| Медиана, лет                            | 3.0             | 7.0     | 5.0               | 7.0     | 4.0   |
| Стаж в занимаемой ныне должности:       |                 |         |                   |         |       |
| 1-3                                     | 78              | 49      | 43                | 44      | 61    |
| 6 и выше                                | 9               | 24      | 30                | 39      | 21    |
| Средний стаж, лет                       | 2.8             | 4.4     | 4.5               | 5.7     | 4     |
| Медиана, лет                            | 2.0             | 4.0     | 4.0               | 4.5     | 3     |
| Доля топ-руководителей в группе         | 49              | 65      | 73                | 72      | 60    |
| Доля собственников-<br>ков/совладельцев | 21              | 22      | 31                | 30      | 25    |

В мотивах их поступления на программу МВА гораздо чаще фигурирует уже случившееся занятие должности, требующей более широких и глубоких знаний (32% против 22% в «старшем поколении-1»). Другие, ориентированные на деловую карьеру респонденты, все чаще подталкиваются к тому, чтобы делать это не *post factum*, а опережающим образом. Кроме того, посредством обращения к ресурсу МВА представители «нового поколения-2» относительно чаще стараются покрыть и нехватку практических знаний, умений, навыков управленческой деятельности

(42% против 33% в «старшем поколении-1»). Такая стратегия весьма оправдана: ведь сильная практическая компонента, включая обмен опытом между слушателями, справедливо относится к уникальному ресурсу МВА. Считается, что на обмен практическим опытом между слушателями-носителями деловых "ноу-хау" приходится более 50% реальной отдачи от обучения в бизнес-школе<sup>1</sup>. А вот несистемный, отрывочный характер теоретических знаний о менеджменте сказывается на принятии решения о поступлении в АНХ лишь у 39% представителей «нового поколения-2», тогда как «в старшем поколении-1» эта доля гораздо выше (56%)<sup>2</sup>.

Таким образом, рост доли слушателей с базовым экономическим образованием и меньшим стажем работы в занимаемой ныне должности, происходящий по мере прихода на рынок бизнес-образования МВА «нового поколения-2», **еще более актуализирует значимость практической компоненты этого образования на фоне ослабления спроса на знание экономической теории и других теоретических знаний.**

*Третье.* «На входе в программы МВА» представители «нового поколения-2» имеют более проблемный состав по уровню реализации человеческого потенциала и успешности его конвертации в другие значимые ресурсы (должностные, доходные), что действует в направлении повышения «груза ожиданий» (включая завышенные) от обучения по программам МВА.

Будучи более молодыми, с менее продолжительным стажем работы в бизнесе, представители «нового поколения-2» имеют и самую низкую долю топ-руководителей в своем составе (49% против 72-73% в старшем поколении), а также собственников и совладельцев фирм (21 против 30-31%). Это, в свою очередь, сказывается на уровне и возможностях реализации человеческого потенциала, успешности его конвертации в другие значимые ресурсы (статусно-должностные, материальные), что не может не отражаться на ожиданиях от обращения к ресурсу бизнес-образования, избираемых стратегиях его реализации и пр. В целом, благодаря своей включенности в бизнес, слушатели программ МВА в большинстве своем уже достигли такого уровня реализации способностей и такого статусного положения, который их вполне удовлетворяет. В самом деле, основной их части удастся в «полной» или «достаточной мере» реализовать свои способности; достигнутый же должностной статус они оценивают как со-

---

<sup>1</sup> Мясоедов С. «Классики» против «бизнесменов»? // Экономика России: XXI век. 2006. №21.

<sup>2</sup> В «новом поколении-2» повысить знание *экономической теории*, расширить деловой кругозор благодаря обучению в АНХ рассчитывают 60% слушателей, а «в старшем – 1» – 73%.

ответствующий их возможностям и намерениям, а заработную плату (доход) – вкладу в деятельность фирмы (табл. 4).

Однако по всем этим основаниям «новое поколение-2» занимает гораздо более низкие позиции по сравнению с их старшими коллегами, главным образом за счет проблемного положения лиц, пока не достигших топ-позиций (а таких здесь больше всего). Как следствие, «новое поколение-2» отличается более проблемный состав слушателей по типам, выделенным одновременно по трем основаниям<sup>1</sup>.

Таблица 4

**Особенности реализации человеческого потенциала разными группами слушателей программ MBA, % в группе**

|                                                                                                  | Новое поколение |         | Старшее поколение |         | Всего |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|-------------------|---------|-------|
|                                                                                                  | волна 2         | волна 1 | волна 2           | волна 1 |       |
| Должностной статус соответствует возможностям и намерениям (доля ответов «вполне» или «скорее»)  | 63              | 70      | 77                | 76      | 69    |
| Зарботная плата (доход) соответствует вкладу в работу фирмы (доля ответов «вполне» или «скорее») | 64              | 67      | 74                | 76      | 68    |
| Доля считающих, что реализуют свои способности и знания в бизнесе в полной или достаточной мере  | 71              | 81      | 92                | 93      | 84    |
| Доля типов в волне:                                                                              |                 |         |                   |         |       |
| «Благополучные»                                                                                  | 40              | 47      | 57                | 61      | 48    |
| «Недооцененные»                                                                                  | 38              | 34      | 34                | 32      | 36    |
| «Недореализовавшиеся»                                                                            | 8               | 5       | 3                 | 2       | 6     |
| «Проблемные во всех отношениях»                                                                  | 14              | 14      | 5                 | 5       | 10    |
| Всего                                                                                            | 100             | 100     | 100               | 100     | 100   |

«Проблемность на входе» закономерно сказывается и на специфике перспектив, с которыми представители «нового поколения-2» связывают освоение программ MBA. Они лидируют по очень многим позициям: и по надеждам на заметное ускорение карьеры (тогда как старшее поколение

<sup>1</sup> «Благополучные» занимают высокие, а «проблемные», напротив, низкие позиции на всех трех осях. «Недооцененные», весьма высоко реализуя способности и знания, имеют проблемы с их конвертацией либо в ресурсы статусно-должностные, либо в материальные, либо как в те, так и в другие одновременно. А «недореализовавшиеся», напротив, имеют проблемы с реализацией человеческого потенциала на фоне благополучного состояния дел в двух других отношениях. Подробнее об этих типах см.: М. Шабанова. Ресурс бизнес-образования в современной институциональной среде // Общество и экономика. 2007. №4. С. 168-191.

чаще рассчитывает упрочить имеющееся положение в фирме), и по планам на межфирменную мобильность, включая получение работы в крупной и/или международной корпорации, и по надеждам на существенный рост заработной платы, словом, по всему тому, что можно было бы назвать «индивидуалистическими» стратегиями (табл. 5). Между тем «старшее поколение-2» превосходит младшее по нацеленности направить возросший человеческий и социальный потенциал на укрепление рыночных позиций фирмы, рост ее конкурентоспособности.

Наконец, увеличение доли «нового поколения-2» на рынке МВА, делая состав слушателей более неоднородным в статусном (экономико-должностном) отношении (табл. 3), может серьезно дифференцировать слушателей по степени реализации весьма актуального для всех групп ожидания на расширение нужных связей в деловом сообществе, увеличение социального капитала в ходе освоения программы МВА.

Таблица 5

**Основные перспективы, с которыми разные группы слушателей связывают освоение программ МВА, % по столбцу\***

|                                                                                 | Новое поколение |         | Старшее поколение |         | Всего |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|-------------------|---------|-------|
|                                                                                 | волна 2         | волна 1 | волна 2           | волна 1 |       |
| Содействие укреплению рыночных позиций фирмы, росту ее конкурентоспособности    | 71              | 76      | 82                | 86      | 76    |
| Внутрифирменная мобильность, в т.ч.:                                            | 67              | 56      | 60                | 59      | 63    |
| заметное ускорение карьеры                                                      | 41              | 26      | 25                | 23      | 34    |
| упрочение своего положения в фирме                                              | 35              | 37      | 46                | 44      | 39    |
| Межфирменная мобильность, в т.ч.:                                               | 53              | 43      | 40                | 39      | 47    |
| переход в крупную/ международную корпорацию                                     | 31              | 17      | 19                | 20      | 26    |
| существенный рост доходов/заработной платы                                      | 38              | 39      | 28                | 28      | 34    |
| повышение уверенности в своих силах, самооценки, уважения со стороны окружающих | 61              | 78      | 61                | 66      | 64    |
| упрочение и повышение социального статуса                                       | 20              | 20      | 28                | 24      | 22    |

\*) Каждый респондент мог дать несколько ответов. Перспективы выделены на основе объединения ответов на два вопроса.

Наряду с наращиванием человеческого потенциала экономических акторов, повышением (ускорением) его конвертируемости в другие значимые ресурсы (доходные и статусно-должностные), бизнес-образование

может содействовать дальнейшему деловому успеху экономических акторов и через этот канал, который справедливо относится к числу важнейших ресурсов МВА. Роль, отводимая в мотивах поступления на программу МВА возможности расширить нужные связи в деловом сообществе, весьма высока у слушателей всех волн и поколений (32-40%). Выпускники создают свои сообщества (клубы, ассоциации), регулярно встречаются, а передовые бизнес-школы предоставляют своим слушателям базы данных о своих выпускниках, что позволяет регулярно расширять сеть деловых знакомств. Однако отмеченная нами тенденция роста разнородности состава слушателей, в принципе, может как содействовать, так и затруднять реализацию их ожиданий на увеличение социального капитала в ходе освоения программы МВА, помогать одним в большей степени, другим – в меньшей, а третьим – не помогать вообще. Во всяком случае, со стороны слушателей актуализируется проблема обучения (пребывания) «среди своих» или «актуальных других», а со стороны бизнес-школ – поиск оптимальной меры сегментации потребителей их услуг.

Итак, констатируем. По мере прихода «нового поколения-2» на рынок бизнес-образования МВА (а сегодня оно уже доминирует) социальный состав слушателей МВА становится все более неоднородным и проблемным. Все это «сигнализирует», во-первых, о необходимости поиска «новой меры» между теоретической и практической компонентами этого вида образования. А во-вторых, о росте спроса на дальнейшую дифференциацию образовательных услуг по программам МВА, сегментацию их потребителей, а значит, о необходимости поиска новых оптимумов в организации бизнес-образования как социального института. Какие же изменения в российской деловой среде «подталкивают» эти изменения? Долговременны они или нет?

**Изменения в российской деловой среде и успешность адаптации к ним разных волн слушателей.** В принципе, все поколения и волны слушателей программ МВА функционируют в сходных институциональных условиях и практически не различаются в оценках характера их изменений за последние годы (табл. 6). Однако вектор институциональных сдвигов таков, что подталкивает новое поколение деловых людей выходить на рынок бизнес-образования более активно, на более ранних этапах деловой карьеры по сравнению с их старшими коллегами, идет ли речь о стаже в занимаемой ныне должности, фирме или общем стаже в бизнесе. Какие же сдвиги в российской деловой среде способствуют превращению ресурса бизнес-образования в важный фактор делового успеха предпринимателей и менеджеров?

Таблица 6

**Оценка изменений в окружающей бизнес-среде за последние 2-3 года, %**

| Характеристики бизнес-среды                                 | Выше | Так же | Ниже | Разность гр.2-гр.3 |
|-------------------------------------------------------------|------|--------|------|--------------------|
| 1                                                           | 2    | 3      | 4    | 5                  |
| Острота конкуренции                                         | 70   | 22     | 3    | +67                |
| Роль деловой репутации                                      | 59   | 31     | 4    | +55                |
| Уровень профессионализма бизнес-сообщества                  | 45   | 38     | 6    | +39                |
| Недостаток квалифицированных управленцев                    | 47   | 34     | 14   | +33*               |
| Недостаток квалифицированных рядовых работников             | 52   | 29     | 14   | +38*               |
| Строгость соблюдения законов и правовых норм                | 33   | 50     | 4    | +29                |
| Строгость соблюдения деловых обязательств, этики            | 27   | 56     | 10   | +17                |
| Роль неформальных деловых сетей, связей                     | 37   | 46     | 5    | +32                |
| Доступность неформальных деловых сетей для новых участников | 11   | 43     | 21   | - 10               |
| Уровень взаимного доверия бизнесменов                       | 21   | 55     | 13   | +8                 |
| Взаимопомощь постоянных партнеров                           | 17   | 58     | 9    | +8                 |
| Роль предпринимательских союзов, ассоциаций                 | 12   | 46     | 12   | 0                  |

Среди первостепенных укажем на рост конкуренции, повышение значимости деловой репутации и общего уровня профессионализма бизнес-сообщества на фоне сохранения острого недостатка в квалифицированных управленцах<sup>1</sup>. Абсолютное большинство слушателей функционируют в таких секторах рынка, где в последние годы произошел рост конкуренции (70%), причем острота этой проблемы оценивается как высокая (40%) или очень высокая (29%). Принципиально иные требования к профессионально-деловому потенциалу предъявляет и устойчивое увеличение роли деловой репутации (на него указали 59% в 2008 г. и 63% – в 2006 г.). В настоящее время основная часть респондентов (72%) оценивает степень развития окружающей их деловой среды в этом отношении как высокую (54%) или очень высокую (18%). Возрастание роли деловой репутации подкрепляется постепенным улучшением правовой ситуации в бизнесе (33%), а также более строгим соблюдением деловых обязательств, этических норм (27%) на фоне (и надо полагать, при посредстве)

<sup>1</sup> Эти тенденции, зафиксированные в исследовании 2006 г., сохраняются и поныне. Об исследовании 2006г. см.: М. Шабанова. Ресурс бизнес-образования в современной институциональной среде // Общество и экономика. 2007. №4. С.168-191.

**роста значимости неформальных деловых сетей, связей (37%) и постепенного их закрытия для новых участников** (табл. 6). Все эти атрибуты более цивилизованного бизнеса, накладывая серьезные ограничения (формально-правовые и этические) на деятельность предпринимателей и менеджеров, предъявляют принципиально иные требования к их профессионально-деловому потенциалу и социальным качествам по сравнению с теми, какими они были в период «борьбы без правил».

Еще один важный вызов связан с ростом общего уровня профессионализма бизнес-сообщества (на него указали 45% занятых в бизнесе) вкупе с обострением недостатка квалифицированных управленцев (47%)<sup>1</sup>. По-видимому, в перспективе эти факторы все в большей степени будут подталкивать предпринимателей и менеджеров к наращиванию своего бизнес-образования, а также к тому, чтобы делать это систематически и опережающим образом. Во всяком случае, уже сегодня ориентированные на деловую карьеру респонденты все чаще сталкиваются с тем, что каждая более высокая должностная позиция предполагает освоение нового делового пространства и предъявляет новый спрос на профессиональную компетентность.

Таким образом, слушатели программ МВА АНХ в настоящее время функционируют в таких бизнес-сообществах, представители которых, конкурируя друг с другом все более остро, стремятся осваивать новые возможности все более профессионально и, по возможности, более цивилизованно. И обострение конкуренции, и рост нехватки квалифицированных кадров на фоне повышения общего уровня профессионализма делового сообщества, и увеличение роли деловой репутации, как и других атрибутов цивилизованного бизнеса, – все эти сдвиги в российской деловой среде актуализируют значимость постоянного повышения образования деловыми людьми, а потому весьма благоприятны для развития института бизнес-образования в России.

Вряд ли кто-то возьмется оспаривать тот факт, что в современной деловой среде сохраняется еще много «слабых звеньев», будь то невысокая строгость соблюдения правовых и этических норм, очень умеренная степень взаимного доверия, крайне низкий уровень включенности экономических акторов в разного рода деловые объединения, союзы и пр. (табл. 7). В принципе, они могут существенно ослаблять (и ослабляют) эффективность функционирования российского института бизнес-образования. Вместе с тем нельзя не замечать и обозначенных благоприятных сдвигов (новых вызовов 2000-х гг. по сравнению с «дикими» 90-

---

<sup>1</sup> В настоящее время 74% респондентов оценили остроту проблемы, связанной с нехваткой квалифицированных управленцев, как высокую или очень высокую.

ми). Примечательно, что **все эти благоприятные сдвиги вызрели в ходе спонтанного развития российского делового сообщества, касаясь главным образом отношений деловых людей друг с другом, а не их отношений с властью.** Что же касается отношений «бизнес-власть», то они способствуют устойчивому воспроизводству преимущественно неблагоприятных ограничителей во внешней среде, вносящих серьезные коррективы в направления и эффективность использования возрастающего в процессе обучения по программам МВА профессионально-делового потенциала предпринимателей и менеджеров.

Таблица 7

**Оценка предпринимателями и менеджерами степени развития деловой среды (отношений «бизнес-бизнес» и «бизнес-общество»), % по строке**

| Характеристики бизнес-среды                                 | Баллы* |    |     |
|-------------------------------------------------------------|--------|----|-----|
|                                                             | 1-2    | 3  | 4-5 |
| Роль деловой репутации                                      | 4      | 23 | 72  |
| Роль неформальных деловых сетей, связей                     | 9      | 25 | 66  |
| Уровень профессионализма бизнес-сообщества                  | 12     | 46 | 42  |
| Строгость соблюдения деловых обязательств, этики            | 15     | 44 | 41  |
| Строгость соблюдения законов и правовых норм                | 18     | 49 | 33  |
| Взаимопомощь постоянных партнеров                           | 21     | 50 | 29  |
| Уровень взаимного доверия бизнесменов                       | 17     | 57 | 26  |
| Доступность неформальных деловых сетей для новых участников | 34     | 47 | 16  |
| Роль предпринимательских союзов, ассоциаций                 | 49     | 37 | 14  |

\* 1 – нулевая, 2 – низкая, 3 – средняя, 4 – высокая, 5 – очень высокая

Ситуация повсеместно остается весьма проблемной (табл. 8). Явное доминирование положительной динамики отмечено только по одной позиции – условиям выхода бизнеса "из тени". По большинству же позиций, характеризующих отношения «власть-бизнес», отрицательные оценки безусловно преобладают над положительными, идет ли речь о стабильности "правил игры", общих сдвигах в справедливости отношений власти с бизнесом, защите бизнеса правоохранительными органами, защищенности частной собственности от огосударствления, но особенно – о возможности избежать произвола чиновников и преодолеть коррумпированность властей. Между тем, принимая во внимание остроту накопленных правовых проблем в бизнесе, даже сохранение status quo в этой области, на которое указала большая часть респондентов (39-59%), следует признать крайне неблагоприятным.

Таблица 8

**Оценка характера изменений «правил игры» властей с бизнесом за последние 2-3 года, % от занятых в бизнесе (% по строке)\***

| Правила игры                                           | Улуч-<br>ши-<br>лись | Не из-<br>мени-<br>лись | Ухуд-<br>ши-<br>лись | Раз-<br>ность<br>гр.2-гр.4 |
|--------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|----------------------------|
| 1                                                      | 2                    | 3                       | 4                    | 5                          |
| Доминирование положительной динамики                   |                      |                         |                      |                            |
| Условия выхода бизнеса «из тени»                       | 28                   | 45                      | 13                   | +15                        |
| Отсутствие четко выраженной динамики                   |                      |                         |                      |                            |
| Система налогов на бизнес                              | 14                   | 56                      | 17                   | - 3                        |
| Преодоление экономической преступности                 | 13                   | 48                      | 17                   | -3                         |
| Доминирование отрицательной динамики                   |                      |                         |                      |                            |
| Поддержка бизнеса региональными и местными властями    | 13                   | 48                      | 19                   | -6                         |
| Влияние бизнеса на принимаемые властью законы          | 13                   | 46                      | 20                   | -7                         |
| Прозрачность, четкость и ясность правил игры           | 12                   | 59                      | 22                   | - 10                       |
| Стабильность правил игры                               | 13                   | 47                      | 26                   | -13                        |
| Справедливость отношений власти с бизнесом             | 7                    | 50                      | 27                   | -20                        |
| Защита бизнеса правоохранительными органами            | 5                    | 50                      | 29                   | -24                        |
| Защищенность частной собственности от огосударствления | 7                    | 40                      | 33                   | -26                        |
| Возможность избежать произвола чиновников              | 5                    | 43                      | 37                   | -32                        |
| Преодоление коррумпированности гос. аппарата           | 3                    | 39                      | 42                   | -39                        |

\*) Сумма по строке меньше 100% на величину затруднившихся с ответом.

Примечательно, что за последние 2-3 года негативные тенденции в отношениях «бизнес-власть» еще более усилились, и именно в такую среду «погружался» возросший благодаря МВА человеческий и социальный капитал предпринимателей и менеджеров из всех групп, независимо от времени вхождения в бизнес (табл. 9). Тот факт, что новое поколение деловых людей не только функционирует в неблагоприятной правовой среде, но и сталкивается с дальнейшим ухудшением (включая U-образное) правил игры по ряду принципиальных позиций, практически нивелирует их отличия от старшего поколения, связанные с приходом в бизнес в более спокойные времена. В принципе, стартуя в более благоприятных условиях, они могли бы выступать носителями более цивилизованного нормативно-правового сознания. Но этого не происходит, ибо дело не столько в старте, сколько в последующей динамике «правил игры» в ходе

деловой активности. Не случайно по доле «законопослушных», «релятивистов» и «противозаконников» младшее поколение сегодня ничем не отличается от старшего (соответственно 41%:38%:21% по массиву в целом). Что же касается ориентации на честное соблюдение деловых обязательств и этических норм как на условие делового успеха, то в этом отношении младшее поколение даже уступает старшему. Доля назвавших это качество среди шести важнейших качеств, необходимых для достижения успеха в бизнесе, сегодня вообще низка (28%), но в новом поколении она ниже, чем в старшем (23-26% против 32%).

Таблица 9

**Оценка характера изменений «правил игры» властей с бизнесом  
за последние 2-3 года, % от занятых в бизнесе**

| Правила игры                                                           | Разность между ответами<br>«лучше» и «хуже» |         |         |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------|---------|
|                                                                        | 2004 г.                                     | 2006 г. | 2008 г. |
| Условия выхода бизнеса «из тени»                                       | +5                                          | +14     | +15     |
| Система налогов на бизнес                                              | +38                                         | 0       | -3      |
| Преодоление экономической преступности                                 | X                                           | +1      | -3      |
| Прозрачность, четкость и ясность правил игры                           | -15                                         | 0       | -10     |
| Защищенность частной собственности от огосударствления, национализации | X                                           | -13     | -26     |
| Стабильность правил игры                                               | -28                                         | -11     | -13     |
| Справедливость отношений власти с бизнесом                             | -30                                         | -19     | -20     |
| Защита бизнеса правоохранительными органами                            | -32                                         | -12     | -24     |
| Возможность избежать произвола чиновников                              | X                                           | -16     | -32     |
| Преодоление коррумпированности гос. аппарата                           | X                                           | -22     | -39     |

Таким образом, в сравнении со своими старшими и более опытными коллегами новое поколение слушателей программ МВА априори настроены в нормативном отношении более прагматично. Они предъявляют гораздо меньший «спрос» на морально-этические нормы на фоне примерно такого же спроса на формально-правовые нормы. По признанию их более старших коллег, они «более молодые и более голодные», «более амбициозные и жесткие» и пр. В этом смысле само по себе обновление состава слушателей МВА за счет новой волны предпринимателей и менеджеров, пришедших в бизнес в более спокойные времена, не повысит вклад бизнес-образования как социального института в продвижение российского бизнеса к более цивилизованному. Бизнес-образование МВА способно влиять на изменение деловой среды, лишь воздействуя на поведенческие стратегии своих выпускников посредством увеличения их человеческого и социального капиталов. Главная функция этого вида образования – способствовать конструктивной *адаптации* и преуспеванию деловых людей в той среде, какая имеется. Каков же уровень адаптации

слушателей программ МВА к деловой среде сегодня? Как он изменился по сравнению с докризисным периодом?

Какими бы ни были сложившиеся в докризисный период правила игры, абсолютное большинство (92-93%) слушателей программ МВА АНХ (будучи одной из наиболее продвинутых групп российского делового сообщества) их весьма успешно освоили. **Несмотря на противоречивость и нестабильность этих правил и противоправный характер отношений власти с бизнесом, до последнего времени эта часть делового сообщества демонстрировала высокий уровень адаптации к сложившимся условиям ведения бизнеса, прежде всего к российской специфике взаимоотношений бизнеса и власти.** Так, 42% (2004 г.) и 52% респондентов (2006 г.) входили в группу, названную нами «высокоадаптированными»: они свободно ориентируются в действующих «правилах игры», и обычно им удается находить выход из достаточно сложных ситуаций. Другая часть респондентов – «среднеадаптированные» – считают, что, хотя они в основном освоили действующую систему правил игры, это не всегда помогает им выходить из сложных ситуаций (50% – 2004 г., 45% – 2006 г.). И лишь совсем немногие (5% – 2004 г. и 3% – 2006 г.) указывали на то, что им пока трудно приспособиться к сложившимся отношениям в бизнесе, которые напоминают игру без правил (группа «неадаптированных»).

В принципе, и в докризисный период первая волна слушателей (обоих поколений), имея более продолжительный стаж работы в бизнесе и более высокий профессионально-деловой потенциал, стабильно демонстрировала более высокий уровень адаптации по сравнению со второй волной («двухтысячниками») (табл.10). Хотя в 2006 г. уровень адаптации существенно возрос во всех группах, разрыв по доле высокоадаптированных между двумя крайними группами слушателей («новым поколением-2» и «старшим поколением-1») в 2004 и 2006 гг. оставался практически неизменным (1,3 раза).

Однако сегодня ситуация существенно осложняется: кризис заметно снизил уровень адаптации слушателей МВА к складывающимся условиям ведения бизнеса. Доля высокоадаптированных уменьшилась в 1,6 раза. Она снизилась во всех группах, однако в наибольшей степени – в «новом поколении-2» (в 1,7 раза против 1,5 раза в «старшем поколении-1»). В результате его отрыв от старшего поколения сегодня выше, чем в докризисный период, и составляет 1,5 раза<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> В наибольшей степени доля высокоадаптированных снизилась в группе лиц со стажем в бизнесе 4-6 лет: с 45% в 2006 г. до 23% в 2008 г. (т.е. в 2 раза). Между тем именно они в наибольшей степени представлены в «новом поколении-2».

Таблица 10

**Доля высокоадаптированных респондентов в группе, %**

| Группы            |         | 2004 г. | 2006 г. | 2008 г |
|-------------------|---------|---------|---------|--------|
| Новое поколение   | волна 2 | 35      | 47      | 27     |
|                   | волна 1 | 46      | 61      | 46     |
| Старшее поколение | волна 2 | 35      | 42      | 30     |
|                   | волна 1 | 46      | 61      | 41     |
| Всего             |         | 42      | 52      | 32     |

Самый низкий уровень адаптации демонстрируют слушатели программ МВА из числа наемных работников, не занимающих топ-позиций (доля высокоадаптированных – 24%, а в «новом поколении-2» – еще ниже – 19% против 42% в «старшем поколении-1»). Самый высокий – руководители высшего звена – собственники/совладельцы первой волны, т.е. люди, имеющие опыт выживания в период кризиса 1998 г. (табл.11).

Таблица 11

**Уровень адаптации разных волн слушателей в зависимости от экономического и должностного статусов, % по столбцу**

|                             |         | Топ-руководители          |           | Прочие наемные работники | Всего     |
|-----------------------------|---------|---------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
|                             |         | собственники, совладельцы | наемные   |                          |           |
| <b>Высокоадаптированные</b> |         | <b>42</b>                 | <b>38</b> | <b>24</b>                | <b>32</b> |
| Младшее поколение           | волна 2 | 31                        | 42        | 19                       | 27        |
|                             | волна 1 | 67                        | 46        | 31                       | 46        |
| Старшее поколение           | волна 2 | 31                        | 33        | 27                       | 30        |
|                             | волна 1 | 54                        | 35        | 42                       | 41        |
| <b>Среднеадаптированные</b> |         | <b>54</b>                 | <b>57</b> | <b>61</b>                | <b>59</b> |
| Младшее поколение           | волна 2 | 66                        | 54        | 67                       | 63        |
|                             | волна 1 | 33                        | 49        | 58                       | 48        |
| Старшее поколение           | волна 2 | 59                        | 65        | 50                       | 62        |
|                             | волна 1 | 44                        | 59        | 44                       | 52        |
| <b>Неадаптированные</b>     |         | <b>4</b>                  | <b>5</b>  | <b>15</b>                | <b>9</b>  |
| Младшее поколение           | волна 2 | 3                         | 6         | 14                       | 10        |
|                             | волна 1 | 0                         | 5         | 11                       | 6         |
| Старшее поколение           | волна 2 | 10                        | 2         | 23                       | 8         |
|                             | волна 1 | 2                         | 6         | 15                       | 7         |

Поскольку сегодня у «нового поколения-2» – самой многочисленной группы слушателей МВА, сильнее других снизился уровень адаптации, то его активность на рынке бизнес-образования МВА напрямую зависит от способностей последнего содействовать адаптации и преуспеванию деловых людей в изменившихся условиях. Это весьма проблематично: несмотря на то, что многие программы МВА активно разрабатывают анти-

кризисные курсы, закономерности, а значит, продолжительность и последствия современного мирового кризиса продолжают оставаться не вполне ясными. С высокой долей уверенности можно констатировать лишь то, что в послекризисный период основной социальной базой обновленного института бизнес-образования МВА останется именно новое поколение деловых людей, со всеми своими особенностями и проблемами, которые отчетливо проявляются уже сегодня.

**О новых вызовах и старых ограничениях.** Институт бизнес-образования МВА, будучи элементом более широкой социально-экономической системы, переживает сейчас тяжелые времена. Однако пик еще впереди, ибо кризисный спад не достиг своего дна. Нынешние слушатели МВА, уже вложившиеся в обучение, в большинстве своем, вероятно, постараются его закончить, тем более, что бизнес-школы идут им навстречу, разрешая оплату частями. (По нашим данным, почти 60% слушателей МВА сами платят за свое обучение, в 38-39% случаев это делают организации/компании, в 3% случаев – спонсоры.) Но что будет через год? Самым сильным бизнес-школам, несмотря на снижающийся набор, по-видимому, все же удастся привлечь новых слушателей как за счет высокого репутационного ресурса, так и за счет обновления предлагаемых программ в ответ на тот интеллектуальный вызов, который поставил перед ними нынешний кризис. Если недостаток квалифицированных кадров (как управленцев, так и рядовых работников) сегодня так высок, как оценили наши респонденты, то уникальная база сильнейших бизнес-школ могла бы использоваться для реализации государственных программ переобучения и обучения кадров, например, для работы в сфере малого бизнеса. Антикризисные программы ведущих стран предполагают серьезную поддержку инновационных и инфраструктурных проектов, укреплению конкурентных позиций национальных экономик в послекризисный период<sup>1</sup>. В реализации этих программ достойное место могло бы занять бизнес-образование. Однако, чтобы говорить о каких-либо конкретных перспективах в этой сфере, важно понимать, какой будет продолжительность и глубина кризиса, и какие антикризисные стратегии будет реализовывать российская власть, в том числе и по сохранению (развитию) человеческого потенциала общества. Пока эти вопросы остаются открытыми.

Вместе с тем бизнес-образование МВА продолжает сталкиваться и с проявившимися еще до кризиса явлениями, и с более долговременными

---

<sup>1</sup> *Мировой кризис: угрозы для России. Материалы совместного заседания Ученого совета ИМЭМО РАН и Правления ИНСОР. М.: ИМЭМО РАН, 2009. С.5.*

вызовами и ограничениями, присущими социально-экономической системе современной России. Одни из них весьма благоприятны для развития бизнес-образования, другие, напротив, снижают его эффективность. Первые, как мы видели, подготовлены преимущественно спонтанным развитием (взрослением) российского бизнеса, накоплением опыта предпринимателями и менеджерами, развитием их неформальной самоорганизации, постепенной интеграцией в международный бизнес и пр. Эти долговременные тенденции выражаются в росте конкуренции, роли деловой репутации, общего уровня профессионализма российского делового сообщества, в некотором улучшении правовой ситуации в бизнесе, частично – в усилении роли морально-этических норм, в развитии неформальных сетей и связей как некоторого компенсатора слабой роли формальных объединений, ассоциаций и пр. На микроуровне эти сдвиги приводят к тому, что все большее число предпринимателей и менеджеров рассматривают ресурс бизнес-образования как важный фактор личного делового успеха и обращаются к нему на более ранних этапах деловой карьеры. Это важное отличие 2000-х от 90-х вполне согласуется с общемировыми тенденциями превращения образования в важное конкурентное преимущество индивидов и национальных экономик.

В результате, как мы видели, состав слушателей программ МВА становится все более неоднородным, проблемным, они постоянно повышают «планку запросов». Важные вызовы, с которыми российское бизнес-образование как социальный институт сталкивается в этой связи, – поиск новой «меры» в дальнейшей дифференциации предлагаемых услуг и сегментации потребителей, а также в сочетании теоретической и практической компонент.

Но бизнес-образование вынуждено не только отвечать на новые вызовы, но учитывать и старые ограничения, как-то адаптироваться к ним, а в лучшем случае – превращать препятствия в подспорья. На макроуровне основательные коррективы в возможности и направления использования полученных в ходе освоения программ МВА знаний и навыков вносят: качество российской власти, ее отношение к бизнесу, сохранение неблагоприятной правовой ситуации и неблагоприятных институциональных сдвигов в бизнесе, препятствующих эффективному ведению дел и продвижению к более цивилизованным правилам игры, а также узость средних слоев в России. Сильное ограничивающее воздействие на расширение притока слушателей на программы МВА оказывает слабая включен-

ность в рыночные отношения организаций социальной сферы, низкий уровень конкуренции, с которой сталкиваются многие старые предприятия обрабатывающей промышленности. Как следствие – слабая представленность их менеджеров на рынке бизнес-образования MBA.

На микро- и мезоуровнях к числу старых ограничений, которые не исчезли, а только усилились за время кризиса, можно отнести уровень платежеспособности деловых людей России, качество преподавания в ряде бизнес-школ (как следствие, несоответствие качества бизнес-услуг запросам слушателей), особенности нормативно-правового сознания и деловой культуры россиян. Какие-то из этих ограничений ослабеют сами собой (например, в ходе кризиса выживут сильнейшие бизнес-школы, с более высоким качеством предоставляемых услуг), какие-то, вроде платежеспособного спроса слушателей, – станут серьезной угрозой существованию ряда программ MBA (в том числе и хороших).

Кризис лишь на время отвлек внимание от нарастания всех этих вызовов-ограничений, однако они не только продолжают действовать, но и сохраняют долговременный характер. Антикризисные меры в сфере бизнес-образования MBA вряд ли принесут успех, если не будут учитывать глубинных свойств и долговременных сдвигов в этом более широком контексте, включающем и институциональную, и социоструктурную компоненты, а также качество человеческого потенциала деловых людей и власти в современной России.

---