

Бизнес-образование, институт предпринимательства и предпринимательская деятельность в современной России¹

Маркова М. В., кандидат экономических наук, доцент, доцент Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Москва, e-mail: 2003mmarkova@mail.ru

Сазанова С. Л., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры институциональной экономики Государственного университета управления, Москва, e-mail: sazanova@mail.ru

Аннотация

Авторы раскрыли взаимосвязь бизнес-образования, института предпринимательства и предпринимательской деятельности в России в современных условиях. Проведенный авторами анализ мотивации абитуриентов бизнес-школ позволил выявить ее составляющие, факторы, ее обуславливающие, а также стремление студентов бизнес-школ начать предпринимательскую деятельность. На основании теоретического и практического исследования авторы статьи обосновали практические рекомендации, направленные на повышение привлекательности бизнес-школ для потенциальных потребителей.

Ключевые слова:

бизнес-образование, бизнес-школа, институт предпринимательства, предпринимательская деятельность.

Business Education, Institute of Business and Entrepreneurship in Modern Russia

Markova Marina V., Ph.D. of Economics, Associate Professor, Associate Professor of Lomonosov Moscow State University, Moscow, e-mail: 2003mmarkova@mail.ru

¹ © М.В. Маркова, С.Л. Сазанова, 2015

Статья опубликована; «Управление», № 1/2016.

Sazanova Svetlana L., Ph.D. of Economics, Associate Professor, Associate Professor of Department of Institutional Economics State University of Management, Moscow, e-mail: sazanova@mail.ru

Abstract

The authors have disclosed the relationship of business education, the institute of entrepreneurship and business in Russia today. The authors' analysis of the motivation of students of business schools revealed its components, the factors causing it, and the desire of students of business schools to start a business. On the basis of theoretical and practical study authors have substantiated practical recommendations aimed at enhancing the attractiveness of the business schools for potential consumers.

Keywords:

business Education, business school, institute of entrepreneurship, entrepreneurship.

Институт образования в России на рубеже XX-XXI вв. сделал огромный качественный рывок: появились новые виды образования, передовые методики обучения, в том числе интерактивные технологии, система ARL (Action-Reflection-Learning) и др. Относительно новое для России бизнес-образование пользуется большой популярностью как у недавних выпускников школ, так и у состоявшихся специалистов и успешных управленцев. Это обусловило рост числа бизнес-школ как самостоятельных, как правило, негосударственных, учебных заведений, так и в качестве факультетов государственных и негосударственных университетов. Отличительной особенностью бизнес-школ международного уровня является наличие международной аккредитации и широкого спектра международных связей, что, безусловно, является важным конкурентным преимуществом. Для дальнейшего развития бизнес-образования в России и формирования эффективной конкурентной политики самих бизнес-школ важно исследовать мотивацию абитуриентов и ее взаимосвязь с будущей предпринимательской деятельностью, институтом предпринимательства в целом.

На современном этапе развития российской экономики одной из актуальных задач является развитие предпринимательства и предпринимательской деятельности, что, в свою очередь тесно связано как с экономическими, так и институциональными условиями. Предпринимательство, на наш взгляд, следует рассматривать в двух аспектах: как деятельность

хозяйствующего субъекта (предпринимателя), связанную с организацией собственного бизнеса и созданием товаров, работ, услуг; как особый социально-экономический институт. Во втором случае предпринимательство включает: образ жизни и мышления, ценности, нормы экономического и социального поведения, а также механизмы (формальные и неформальные) их трансляции. Ключевой характеристикой предпринимателя является новаторский тип мышления, поскольку предприниматель всегда создает новые комбинации использования ресурсов и технологий, предвидит новые потребности людей, новые тенденции рынка и технологий. Предпринимательская деятельность и институт предпринимательства тесно связаны между собой и эта взаимосвязь носит характер кумулятивной обратной связи.

Появлению и развитию института предпринимательства и предпринимательской деятельности всегда сопутствуют экономические, социальные и институциональные условия. Например, элементы предпринимательского образа мышления, предпринимательской деятельности существовали в России и при социализме, но как институт современное предпринимательство стало формироваться лишь при изменении институциональных и экономических условий в ходе реформ начала 1990-х гг. В то же время, отсутствие исторической преемственности предпринимательских практик (1917–1990 гг.), предпринимательской этики привело к привнесению в предпринимательскую деятельность практик внезаконной экономической деятельности. Этому способствовало и несовершенство законодательства, и фиаско правоохранительных органов, не справлявшихся с задачей защиты прав собственности хозяйствующих субъектов. Экономическая стабилизация начала 2000-х гг. и последующее развитие экономики страны сопровождалось институциональными изменениями, побуждающими предпринимателей «выходить из тени», что в целом способствовало уменьшению теневого сектора, а также формированию положительного образа предпринимателя в глазах общества. Одновременно в обществе рос интерес к современным зарубежным и российским ретроспективным предпринимательским практикам, в том числе к деятельности промышленников и купцов дореволюционной России, их этическим нормам предпринимательской деятельности. Стало также очевидно, что без соответствующего образования, освоения ведущих мировых предпринимательских практик, этических ведения бизнеса построить успешную предпринимательскую деятельность невозможно.

В современной России институт предпринимательства находится в процессе становления и развития в новых исторических условиях, что обуславливает актуальность совершенствования бизнес-образования, повышения его эффективности [4]. Сформировались достаточно благоприятные экономические и институциональные условия для ведения предпринимательской деятельности [2]; растет число бизнес-факультетов и бизнес-школ, как структурных подразделений институтов и университетов, которые, несмотря на отсутствие специального статуса «бизнес-образования» в российском законодательстве, успешно реализуют образовательные программы, основанные на предпринимательской парадигме.

Программы ведущих российских бизнес-школ (Высшая школа бизнеса МГУ имени М.В.Ломоносова, Высшая школа бизнеса СПбГУ, Высшая школа маркетинга ГУУ, Высшая школа менеджмента ГУУ и др.) основаны на передовых мировых методиках обучения, что позволяет формировать у студентов предпринимательское мышление, инновационное видение, навыки ведения бизнеса на основе анализа ведущих мировых предпринимательских практик, а также знакомят с этикой бизнеса. Именно в процессе обучения формируются будущие деловые связи, поскольку частью процесса обучения является работа в команде, разбор бизнес-кейсов и другие практики, позволяющие студентам начинать собственный бизнес уже в период обучения в вузе, и первыми бизнес-партнёрами становятся однокурсники [5]. Таким образом, бизнес-образование играет важную роль в развитии предпринимательской деятельности и института предпринимательства, способствуя формированию и трансляции предпринимательских практик, этических норм, установлению деловых знакомств и связей.

Эффективность бизнес-образования, на наш взгляд, определяется не только экономическими и институциональными условиями, т.е. объективными факторами внешней среды, но и субъективными, важнейшим из которых является мотивация выбора бизнес-образования самим обучающимся [1]. Высокая мотивация к обучению в совокупности с предпринимательскими способностями является одним из условий эффективности процесса обучения и успешной предпринимательской деятельности в будущем.

Опыт успешной деятельности Высшей школы бизнеса (факультета) МГУ имени М.В.Ломоносова показывает, выстраивание системы взаимодействия со школами позволяет понять мотивацию будущих абитуриентов, повысить их

заинтересованность в получении бизнес-образования, а также способствует формированию привлекательного имиджа бизнес-школы у стейкхолдеров ВШБ и общественности в целом.

Актуальность взаимодействия бизнес-школ со школами подтверждается современными тенденциями развития рынка труда в России, связанными с диспропорциями в соотношении спроса со стороны компаний на квалифицированных специалистов и их количеством. Данные тенденции подробно освещаются в результатах исследований российских рекрутинговых компаний на интернет-порталах Superjob и Career.ru.

Исследование, проведенное Марковой М.В. в 2015 г. среди 346 школьников - учащихся 8, 9, 10 и 11-х классов школ города Москвы, было посвящено изучению причин указанных диспропорций, а именно изучению особенностей выбора школьниками своей будущей профессии и сформированности их профессиональной позиции и жизненных ориентаций. Профессиональные предпочтения и жизненные установки школьников подвержены изменениям, начиная с 8-го класса, когда перед учащимися еще непосредственно не стоит вопрос определения своей будущей профессии и они продолжают планомерное обучение в школе, в 9-м классе, когда школьники уже могут принять решение перейти из школы в профессиональный колледж, и заканчивая 10 и 11-м классами, когда вопросы профессионального выбора становятся все более актуальными.

Одним из направлений исследования было изучение профессиональных предпочтений учащихся 8, 9, 10 и 11-х классов. В первую очередь, были выявлены наиболее привлекательные профессии и распределение профессиональных предпочтений школьников по конкретным классам. В процессе анализа авторами было установлено, что наибольшая доля респондентов затрудняется с выбором будущей профессии. Так, около 30% учащихся 8, 9 и 10-х классов не знают, какая профессия смогла бы их привлечь. Далее на рис. 5 по степени убывания привлекательности следуют профессии: экономист, менеджер, IT-специалист. При этом наибольший вес в ответах относительно профессии «менеджер» принадлежит ответам учащихся 11-х классов, относительно профессии «экономист» близкие по уровню высокие доли ответов поступили от учащихся 10 и 11-х классов. Эти данные позволяют сделать выводы о сугубо материальной ориентации учащихся в выборе будущей профессии в условиях необходимости принятия решения в ограниченные сроки.

Отметим, что самыми высокооплачиваемыми вакансиями в г. Москве, по состоянию на июль 2015 г., оказались следующие должности в порядке снижения уровня зарплаты от 500 до 300 тыс. руб. в мес.: финансовый директор холдинга, HR-директор, руководитель направления интернет-маркетинга, руководитель автосервиса, врач стоматолог-ортопед. По состоянию на август, в порядке снижения уровня зарплаты от 600 до 250 тыс. руб. в мес., это должности: глава представительства (зарубежная недвижимость), директор по развитию сетевых продаж, заведующий отделением травматологии и ортопедии, руководитель регионального отдела, директор департамента закупок [6]. То есть в большей части это административные должности и должности, предполагающие конкретную специализацию кандидата.

Превалирование меркантильной составляющей в процессе выбора профессии, как правило, не соотносится с жизненными установками и стремлениями. Наиболее распространенным ожиданием является материально обеспеченная жизнь, при этом наибольший вес в количестве всех ответов по классам имеют данные ответы учащихся 10 и 11-х классов. (Рис. 1).

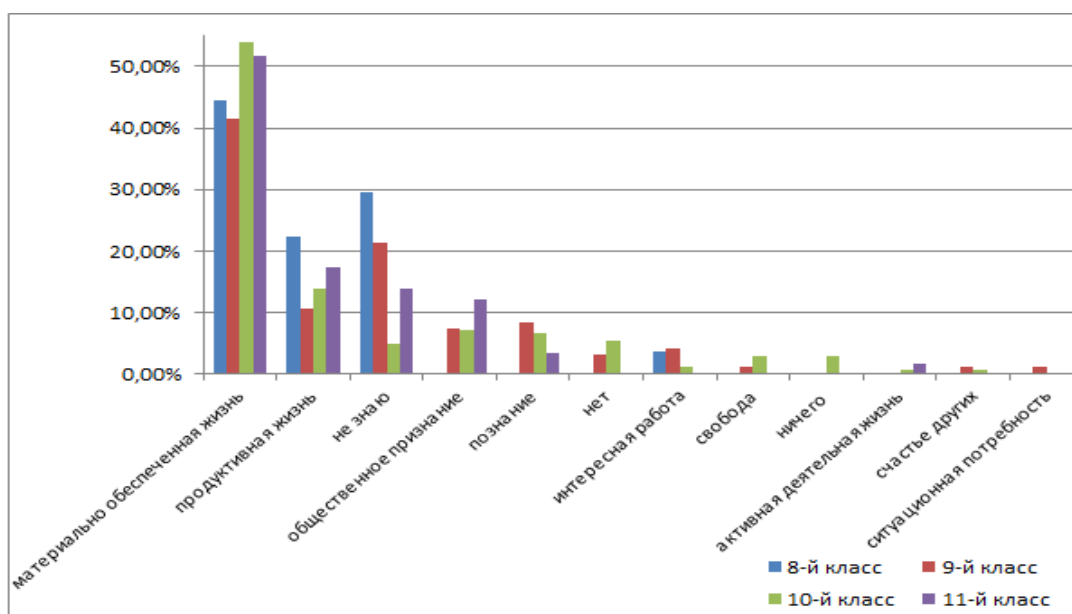


Рис. 1. Распределение ответов респондентов из различных классов на вопрос об ожиданиях от получения высшего образования.

На второе место по значимости в 10 и 11-х классах вышла продуктивная жизнь. Данный ответ можно квалифицировать как вполне рациональное восприятие школьниками диплома о высшем образовании, которые ожидают, в

первую очередь, прикладной характер получаемых знаний. И эти знания впоследствии позволят им стать высококвалифицированными специалистами в выбранной области. В отличие от 10 и 11-х классов, среди учащихся 8 и 9-х классов на втором месте по весу оказался ответ «не знаю», что составляет 29,6% и 21,3%, соответственно. Эти данные наглядно иллюстрируют дезориентацию школьников относительно возможностей, предоставляемых высшим образованием, и слабое внимание к профориентационной работе со школьниками 8 и 9-х классов со стороны школ и вузов.

В тоже время некоторые результаты вызывают серьезные опасения авторов относительно социальных позиций школьников. Так, интересную работу ожидают всего 1,9% школьников, причем эта доля по классам устойчиво снижается, начиная с 8-го и заканчивая 11-м классом, от 3,7% до 0,0%. Активную деятельную жизнь и счастье других ожидают всего по 0,6%.

Выявленные авторами в ходе описанного исследования проблемы профессиональной ориентации школьников требуют анализа с точки зрения их влияния на постановку целей получения образования студентами в период обучения в высшем учебном заведении. Для решения данной аналитической задачи авторами был проведен также опрос 50 преподавателей российских вузов. Результаты опроса преподавателей российских вузов показали, что около 70% респондентов уверены в том, что основная причина получения образования студентами в вузе – это диплом. Подобный “рациональный” подход студентов к обучению ставит на первый план получение диплома как такового, нивелируя стремление расширять знания, получать дополнительные навыки, достигать лучших образовательных результатов. Причем, по мнению преподавателей, под успешным трудоустройством часть студентов понимает высокооплачиваемую работу, а другая часть – быстрое продвижение по карьерной лестнице. Получение знаний как цель обучения отметили всего лишь 22% преподавателей как вторую по значимости причину после первой – материально обеспеченная жизнь или общественное признание.

Таким образом, опрос преподавателей позволил доказать гипотезу о том, что мотивированность студентов к обучению находится на низком уровне, что можно также сказать и о стремлении создать собственный бизнес, как о производном от жизненных установок школьников и студентов. В результате, рынок труда получает от вузов специалистов, которые не представляют себе сферы, которые были бы им непосредственно интересны и в которых они могли

бы максимально проявить свой потенциал и творчество. Причина этого явления заключается в изначально неверном определении своего профессионального пути школьниками, навязанном мнением родителей и близких, а также стереотипами в обществе относительно «мужских» и «женских», «престижных» и «непрестижных» профессий. Стереотипы в обществе, как правило, отстают в развитии от тенденций реальной жизни и не соответствует актуальной действительности, так как эффект от их существования относительно продолжителен и трудно поддается изменению со стороны отдельных успешных практик.

Полученные результаты исследований говорят о необходимости совершенствования системы профориентации посредством планомерного взаимодействия школ и вузов. Например, в отношении будущих менеджеров и предпринимателей именно бизнес-школы располагают необходимыми ресурсами (преподаватели, учебные материалы) для создания предпринимательского мышления и привлекательного образа предпринимательства среди школьников.

Следующие направления деятельности бизнес-школ будут способствовать не только повышению уровня мотивированности студентов и качества выпускников, но и развитию института предпринимательства и предпринимательской деятельности в целом [3]. При этом данные направления не требуют значительных финансовых, временных и других видов затрат, так как вписываются в рамки уже осуществляемой вузом образовательной и внеучебной деятельности. К ним относятся, в частности, «школы юных», профориентационные мастер-классы на площадке бизнес-школы, фестивали науки.

Так называемые «школы юных» (предпринимателей, менеджеров и т.п.) знакомят старшеклассников с особенностями бизнеса в различных отраслях и сферах деятельности, особенностями управления компаниями и создания новых предприятий. Такие занятия, которые проводят выпускники бизнес-школы, практики из бизнеса, не только знакомят школьников с будущим потенциальным местом учебы, но и позволяют определить, насколько им интересны предпринимательство и менеджмент, а также выбрать наиболее интересные сферы деятельности.

Профориентационные мастер-классы, например, «Университетские субботы», проводимые лучшими преподавателями бизнес-школы на площадке вуза, и фестивали науки, реализуемые преподавателями и представителями

партнерских компаний бизнес-школы, призваны выявить интерес школьников в отношении конкретных функций и направлений менеджмента, познакомить с современными технологиями менеджмента, с высшим учебным заведением и его преподавательским составом. Эффективность данных мероприятий будет требовать в будущем своего анализа и оценки, но на данном этапе совершенствования системы профориентации в России они уже приносят свои результаты с точки зрения создания положительного образа бизнес-школы и ее продвижения на рынке образовательных услуг.

Положительный образ бизнес-школы, в свою очередь, способствует распространению привлекательности не только бизнес-образования у потенциальных абитуриентов, но и предпринимательства в обществе в целом. Поскольку неотъемлемой составляющей бизнес-образования является трансляция этики бизнеса и норм социального поведения предпринимателя, что является частью института предпринимательства, то положительный образ бизнес-школы и бизнес-образования в целом содействует развитию института предпринимательства в современной России. Профориентационная деятельность бизнес-школы имеет очень важное значение для эффективной деятельности самого учебного заведения, а также для всех его стейкхолдеров. Для этого, наш взгляд, необходимо и дальше вести просветительскую деятельность с целью привлечения действительно мотивированных абитуриентов и корректного позиционирования бизнес-образования, предпринимателя и института предпринимательства в российском обществе.

Литература

1. Маркова, М.В. Социальное предпринимательство: цели и ценности / М.В. Маркова, С.Л. Сазанова. // Экономика и управление в машиностроении. – 2014. - № 4 (34). – С. 61-63.
2. Минесян, Э.К. Проблемы позиционирования бизнес-школ в условиях международной интеграции образования: монография / Э.К. Минесян, Л.А. Данченко, М.В. Маркова. – М.: МЭСИ, 2011.
3. Маркова, М.В. Роль бизнес-образования в развитии института предпринимательства и предпринимательской деятельности в России / М.В. Маркова, С.Л. Сазанова. Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения [Текст] : материалы четвертой Международной научной

конференции / Государственный университет управления; [Под ред. Г.Б. Клейнера]. - М.: ГУУ, 2015. - 332 с. - С. 206-212.

4. Муравьёва, Е.В. Региональный кластер: интеграция вуза с хозяйствующими субъектами / Е.В. Муравьёва // Российское предпринимательство. – 2010. - № 12-1. – С. 137-142.

5. Сазанова, С.Л. Бизнес-образование: региональный аспект / С.Л. Сазанова // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования: Сборник трудов 4-й Всероссийской научно-практической конференции. – Ульяновск: УлГУ, 2013.

6. Материалы исследовательского центра портала Superjob. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.superjob.ru/research/articles/111826>; <http://www.superjob.ru/research/articles/111845> (дата обращения: 8.10.2015).

References

1. Markova M. V., Sazanova S. L. Social entrepreneurship: the goals and values. *Economy and management in engineering*. Moscow, 2014, V 4 (34). P. 61-63.
2. Minesyan E. K., Danchenok L. A., Markova M. V. Problems ranking business schools in the conditions of the international integration of education: monograph. Moscow, 2011.
3. Markova M. V., Sazanova S. L. The role of business education in the development of the institute of business and entrepreneurship in Russia *Institutional Economics: Development, Teaching, Applications: Proceedings of the fourth International Conference*. Ed. G.B. Kleiner. Moscow: State University of Management, 2015. P. 206-212.
4. Muravyova E. V. Regional clusters: the integration of the university with businesses. *Russian Entrepreneurship*. Moscow, 2010. V. 12-1. P. 137-142.
5. Sazanova. S. L. Business education: a regional perspective. Regional innovative economy: the nature, the elements, problems of formation: Proceedings of the 4th Russian scientific-practical conference. Ulyanovsk: Ulyanovsk State University, 2013.
6. Materials Research Centre portal Superjob. [Electronic resource]. URL: <http://www.superjob.ru/research/articles/111826>; <http://www.superjob.ru/research/articles/111845> (accessed: 08.10.2015).