

5. См.: Токаренко О.В. Русские как предприниматели (исторические корни установок и поведения) // Мир России. – 1996. – № 1. – С. 196; Друкер П. Нововведения и предпринимательство / Проблемы управления экономикой. Вып. 23. Предпринимательство в промышленно развитых странах. – М., 1992. С. 23.
6. Социальный портрет мелкого и среднего предпринимательства в России // Политические исследования. – 1993. – № 3. – С. 154
7. Еременко И.А. Социокультурное влияние предпринимательства на развитие современного российского общества. Автореф. дис... канд. социол. н. – Ростов н/Д., 2004. С. 17.
8. Перепёлкин, О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету / О.В. Перепелкин // Социологические исследования. – 1995. – №2. – С.36
9. Червяков, В.В., Чередниченко, В.А., Шапиро, В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях / В.В. Червяков и др. // Социологические исследования. – 1992. – №10. – С.45.
10. Перепелкин, О.В. Указ.соч. С. 37

**Кузеванова А. Л.,**

к. соц. н., доцент кафедры менеджмента  
Волгоградского института бизнеса,  
докторант кафедры культурологии  
Волгоградского государственного  
медицинского университета

### **Особенности бизнес-образования как социального института**

*В статье анализируются особенности бизнес-образования как социального института. Автор рассматривает различные варианты критики системы бизнес-образования и выявляет пути ее легитимизации в современной образовательной культуре.*

*In clause features business-formation as social institute are analyzed. The author considers various variants of criticism of system business-formation and reveals ways of its legitimacy to modern educational culture.*

*Ключевые слова: социализация, институциональные нормы, МВА, модели бизнес-образования.*

Социальный институт образования является одним из основных пяти институтов, (религии, семьи, политики, экономики и образования), функционированием которых обеспечивается воспроизводство структуры общества. Каждый из этих институтов вносит свой вклад в этот исторический, эволюционный процесс. Совокупность всех социальных институтов представляет собой институциональную структуру общества - своеобразный спинной хребет общественной жизни, который обеспечивает социальный порядок в человеческих отношениях и нормальное воспроизводство связей.

Основными функциями института бизнес-образования как части социального института образования являются социализация, приобщение к социальным базисным ценностям и практике. Институт бизнес-образования не только способствует воспроизводству общества, но и вместе с тем обеспечивает его социальное изменение и развитие.

По данным социологов, одним из важнейших последствий, осуществляемого здесь процесса селекции, является размещение людей по различным позициям в социальной структуре общества, без чего невозможно его нормальное функционирование. Реальная, типовая модель социальных взаимозависимостей, отражающая уровень и перспективы развития культуры, постоянно воспроизводится и закрепляется. Социальная структура общества в институте бизнес-образования продуцируется всей системой его внутренних механизмов и представлена на каждом уровне социокультурных взаимодействий.

Важнейшая функция социализации студентов и слушателей в социальном институте осуществляется через многоуровневую систему норм, регулирующих поведение и обеспечивающих установление и поддержание организационного порядка, режима стабильного функционирования вузовской социальной организации. Верхний уровень составляют жесткие институциональные нормы (макронормы), которые задаются на уровне управления социальным институтом образования в целом. Общие для любого образовательного учреждения нормы транслируются студентам и слушателям через систему организационных норм, которые складываются уникально в каждом учреждении с течением длительного времени и образуют его так называемую организационную культуру – особый и



уникальный внутренний «уклад» жизни студенческого и преподавательского коллективов вуза. Это нормы среднего уровня, они формируются под влиянием вузовских традиций.

Именно вуз со всей совокупностью внутренних норм, процессов и отношений является гигантской измерительной системой. За один годовой цикл функционирования в нем производится по единой для всех технологии одно комплексное измерение каждого студента, результат которого фиксируется в системе итоговых сессионных результатов. Социальным следствием этого результата является распределение студентов по социальным позициям в группах как системных целых. В этом плане управление школьной организацией представляет собой сумму мер, направленных на «настройку измерительного инструмента». Оно заключается в упорядочивании деятельности всех субъектов (благодаря единому плану работы); интеграции их усилий (возникают целевые ориентиры образовательной программы вуза); синхронизации ритмов трудовой активности (формируется расписание учебных занятий); выработке единообразных требований (определяется уровень содержания учебного плана). Качественное управление вузовской организацией обеспечивает качество итогового измерения культурного потенциала студента в каждом периоде его развития. Таким образом, бизнес-образование - это и социальный институт, и сложная социальная система, и формальная организация, и особый вид деятельности, и, наконец, социальная ценность для личности и общества.

Бизнес-образование можно определить как образовательную деятельность по подготовке людей, участвующих в выполнении функции управления на предприятиях и в хозяйственных организациях, которые действуют в условиях рынка и ставят своей главной целью получение прибыли. Важной особенностью бизнес-образования является его прагматическая направленность, подразумевающая, что образованный бизнесмен или менеджер будет так или иначе, прямо или косвенно, принимать участие в практической работе, направленной на достижение целей делового предприятия. Анализируя специфику бизнес-образования, можно назвать четыре плюса, которые дает MBA (эта аббревиатура применима и к российским курсам обучения). Во-первых, программа систематизирует практические знания. Во-вторых, она дает инструментальный и навыки для того, чтобы ускорить принятие бизнес-решений и уменьшить при этом риски. В-третьих, учит быстро переключаться с одной сферы деятельности на другую. И, наконец, MBA способствует установлению прочных контактов и взаимообогащению через обмен опытом.

В развитых странах мира получили развитие две основных модели бизнес-образования: европейская и американская. Европейская модель рассматривает бизнес-образование как часть дополнительной подготовки профессионалов, до этого специализировавшихся в других областях. До недавнего времени акцент делался на развитие управленческих навыков в рамках краткосрочных курсов, в которых принимают участие действующие руководители. Согласно американской модели бизнес-образования, в частных деловых организациях необходим профессиональный управляющий, который обладает экспертными знаниями в области управления. При этом считается, что менеджмент – это не только вид деятельности, но и самостоятельная наука, а так же социальный слой менеджеров, выполняющих управленческую функцию. Непосредственно к бизнес-образованию относятся такие степени как бакалавр делового администрирования (Bachelor of Business Administration, BBA) и магистр делового администрирования (Master of Business Administration, MBA). Сердцевиной новой американской модели бизнес-образования является подготовка профессиональных управляющих в школах бизнеса, каждая из которых представляет достаточно автономное подразделение какого-либо университета. Школа подчиняется уставу университета, отчисляет средства в его центральные фонды, но имеет значительную самостоятельность. В ее собственности находятся здания и сооружения, а также имущество и денежные средства, она полностью отвечает по своим финансовым обязательствам, самостоятельно осуществляет кадровую политику и определяет содержание учебных программ (1).

С самого момента своего появления бизнес-образование стало объектом активной критики с различных позиций. Критика образования в области бизнеса тесно переплеталась с критикой менеджмента как науки и учебной дисциплины. Две распространенные тенденции критики управленческого образования заложил американский социальный мыслитель Торстен Веблен. Первая тенденция носит социальный характер и основывается на том, что подготовка в сфере бизнеса обладает ярко выраженный элитистским креном: представители правящих классов закрепляют свое социальное положение, получая дипломы бизнес-школ. Интерес к данной дисциплине является практическим, управление основано на принуждении и власти над населением – таковы базовые тезисы данного подхода. Второй критической традицией, заложенной Т. Вебленом, является критика бизнес-дисциплин со стороны академического сообщества. Анализируя сущность бизнес-образования, Веблен писал: «Колледжи коммерции созданы служить достижению одной цели – росту индивидуальной прибыли, и поэтому они несовместимы с культурной целью университета. Они принадлежат академической



корпорации не более чем факультеты атлетики» (2). Академическое сообщество строило свое критическое отношение к бизнес-школам и бизнес-дисциплинам на таких утверждениях, как эти:

- коммерческая ориентация бизнес-подготовки подрывает альтруистические ценности академического образования.
- содержание учебных программ школ бизнеса недостаточно фундаментально с точки зрения требований университетской подготовки. Наука управления представляет собой смесь различных теорий и концепций, одолженных у социальных и естественных наук. Бизнес-образование на различных этапах своего становления использовало академический статус экономики, истории, психологии, социологии и других дисциплин для собственной легитимизации в университетском мире.

Указанная академическая критика стимулировала академизацию этой области высшего образования. Что в свою очередь вызвало критику в адрес школ бизнеса от представителей делового мира, которые упрекали профессоров в построение абстрактных, оторванных от жизни теорий, в результате чего выпускники бизнес-школ были неадекватно подготовлены к работе.

Основные тезисы социально-философской критики бизнес-образования и управленческой функции в целом активно разрабатывал А. Макинтайр, который называл управленческую функцию одной из «центральных моральных фикций века», отмечая, что использование концепции управленческой эффективности предполагает такие притязания на знания, которые не могут быть выполнены (3).

Однако существует немало аргументов в защиту бизнес-школ. Главным из них является рыночная оценка бизнес школ, которая является относительно объективной. Работодатели предпочитают платить высокие зарплаты и имеют большие ожидания от обладателей MBA и схожих степеней. Это подразумевает, что академически контролируемые программы развивают полезные навыки, не исходя из содержания обучения. Школы бизнеса, с их рейтингом, служат для работодателя своего рода рекрутинговым агентством: элитные бизнес-школы отбирают высоко амбициозных и квалифицированных кандидатов для интенсивной подготовки так, что впоследствии работодатель может положиться на вердикт престижной университетской школы бизнеса.

Началом российского бизнес-образования считается 22 сентября 1988 года, когда постановлением Совмина СССР были основаны две высшие коммерческие школы при Министерстве внешнеэкономических связей и при Академии народного хозяйства, которые стали внедрять главную составляющую западного бизнес-образования – программы MBA. В регионах России первые школы бизнеса были открыты в 1996 году; такие образовательные учреждения возникают в основном в городах с активной бизнес-средой или в крупных сырьевых центрах. В 1999–2003 годах Министерство образования России утвердило «Государственные требования к подготовке менеджеров высшей квалификации по программам «Мастер делового администрирования (MBA)». Тогда же по конкурсу были отобраны первые 15 вузов, получивших право обучать слушателей по программе MBA с выдачей диплома государственного образца.

Если взглянуть на историю бизнес-образования в России, несложно понять, что первопроходцы пытались взять за основу американские материалы и, доработав их, применить к российской действительности. Однако в жизни все сложилось иначе. Российский рынок, например, не принял очного обучения MBA – предприниматели опасались оставить бизнес ради учебы, так как слишком большим им казался риск вернуться после школы «на пепелище». В результате, почти все российские школы MBA являются вечерними или очно-заочными. MBA с дневным обучением – большая редкость.

Помимо бизнес-школ при вузах, работающих по государственной программе MBA и имеющих в связи с этим немало бюрократических и юридических проблем, на российском рынке представлены бизнес-школы, которые проводят обучение и выдают собственный (не имеющий статуса государственного) диплом об окончании программы MBA (наиболее известные из них – санкт-петербургский ИМИСП и московский МИРБИС). Некоторые вузы и школы бизнеса сотрудничают с западными университетами, стремятся обеспечить стажировки в зарубежных компаниях и выдают слушателям еще и зарубежные дипломы, однако говорить об их абсолютной конвертируемости нельзя.

Потребителями MBA-образования являются как корпорации (обучение сотрудника оплачивает компания, в которой он работает), так и частные лица (оплату вносит сам обучающийся). Распространены и смешанные варианты, когда слушатель и компания делят между собой расходы в той или иной пропорции. Ряд бизнес-школ из числа региональных адаптирует программы под корпоративных заказчиков и организует обучение на их территории (так называемые корпоративные MBA). Помимо стандартной MBA-программы по общему и стратегическому менеджменту (General Management) в последнее время на российском рынке получают распространение специализированные



курсы MBA, как отраслевые (управление недвижимостью, гостиничный и туристический бизнес), так и функциональные (финансы, IT, маркетинг, логистика, HR).

Внедрение MBA в России было и до сих пор остается непростым и болезненным процессом. Находясь «на самообеспечении», большинство бизнес-школ не могут позволить себе конкуренцию и жесткий отбор «на входе». Зачастую платежеспособность абитуриента оказывается достаточным условием для поступления, и ни низкий образовательный уровень, ни отсутствие опыта работы в бизнесе не становятся для этого непреодолимым препятствием.

Не менее серьезная проблема – уровень преподавательского состава, реализующего программы MBA в России. Участие в образовательном процессе представителей бизнеса, в первую очередь первых лиц и топ-менеджеров, без которых полноценное MBA-образование немыслимо, остается в России крайне незначительным и зачастую фиктивным. Сегодня и владельцы компаний, и работающие в них опытные талантливые менеджеры не имеют побудительных мотивов ни к тому, чтобы предоставлять материал для кейсов, ни к тому, чтобы отдавать время и силы преподавательской работе, да еще и вне стен своей родной компании. Именно по этой причине до сих пор во многих российских школах акцент делается на получении теоретических знаний в ущерб изучению практического опыта в форме case studies и подготовке прикладных проектов для конкретных организаций. К числу проблем в области бизнес-образования, требующих скорейшего решения, специалисты относят также отсутствие стандартизации деятельности MBA-школ и методик оценки эффективности их работы, низкий уровень информированности потенциальных абитуриентов о предлагаемых услугах

Система российского бизнес-образования, как и сам российский бизнес, имеет и другие слабые места. Например, в странах Западной Европы и Северной Америки «вес» диплома MBA определяет рынок – рейтинг бизнес-школ составляется исследовательскими агентствами на основе многих параметров, и главнейший показатель – успешность карьеры выпускников. Российские бизнес-школы в отличие от американских или европейских еще не научились отслеживать судьбу своих выпускников. Как правило, бизнес-школы утверждают, что после учебы их слушатели продвигаются вверх по карьерной лестнице, однако ни одна школа не может сказать, насколько увеличивается зарплата менеджера после получения диплома MBA. Впрочем, в этом нет вины самих учебных заведений, просто выпускники не хотят сообщать размер зарплаты ни до, ни после учебы. И до тех пор пока выпускники будут хранить молчание, никому не удастся построить рейтинг российских бизнес-школ и определить, какие из них действительно являются ведущими.

По большому счету российские школы в отличие от зарубежных еще не успели выстроить собственный бизнес, не разобрались с позиционированием, бюджетом, информационным обеспечением учебы, с кадрами. Обучение даже в средненькой американской бизнес-школе, включая покупку учебных материалов и питание, может стоить до \$25 000 – \$30 000. Однако студенты никогда не были основным источником доходов учебных заведений. Американские бизнес-школы зарабатывают на корпоративных клиентах, составляя им различные программы повышения квалификации и выступая в роли консультантов. Правда, как правило, возглавляют компании бывшие выпускники этих институтов.

К настоящему времени российское бизнес-образование подошло востребованным и динамично развивающимся по ряду направлений: первое состоит в совершенствовании правовой базы профессионального образования и улучшении государственного регулирования данной сферы; второе – в учете реального состояния и достижений западных бизнес-школ; третье – в масштабном освоении программ типа MBA в профессиональной подготовке и переподготовке управленческих кадров. К числу актуальных и взаимосвязанных задач развития российского бизнес-образования относят:

1. Повышение престижа и расширение диапазона услуг сферы бизнес-образования, его значимости в российском обществе как важнейшего элемента инфраструктуры российского бизнеса.

2. Совершенствование методологических и дидактических основ бизнес-образования, повышение уровня педагогической подготовки специалистов, приглашаемых к обучению менеджеров. Качественное комплектование учебных заведений квалифицированными педагогическими кадрами и консультантами-практиками.

3. Улучшение координации деятельности бизнес-школ и региональных центров подготовки менеджеров, повышение уровня управления профессиональным развитием персонала структур предпринимательства и бизнеса, образовательными учреждениями.

Главный итог деятельности инициаторов и вдохновителей отечественного бизнес-образования, федеральных и региональных органов управления образованием состоит, прежде всего, в том, что переход к рынку бизнес-образования состоялся. Однако эта важная подсистема профессионального образования нуждается в продуманной государственной поддержке и в разностороннем содействии со стороны предпринимательских структур отечественного бизнеса. За бизнес-образованием как



центральной сферой формирования кадров менеджеров-профессионалов – будущее социально-ориентированной рыночной экономики

В рамках перспективного подхода к развитию бизнес-образования можно думать и мечтать о некотором сценарии и стратегии «опережения» темпов развития образования на международном уровне. Это можно осуществить через создание исследовательских альянсов серьезных аналитических центров среды бизнес-образования, кооперацию бизнес-школ, здоровую национальную конкуренцию в области технологий бизнес-образования. Другими направлениями развертки сценария «опережения» могут быть следующие:

- Становление и развитие научно-педагогических школ. Такие школы рано или поздно возникают там, где бизнес-образование строится не столько на переводных текстах западных авторитетов в бизнесе, сколько на собственных исследованиях и разработках. Такие научно-педагогические школы создают задел для развития не только техник и технологий обучения, но и парадигмы бизнес-образования в целом.
- Усиление авторитета Российской ассоциации бизнес-образования как организации, возглавившей передовые эшелоны образовательного движения в национальной бизнес-среде. Рост этого авторитета неизбежно отразится на расширении зон влияния прогрессивной идеологии бизнес-образования, скорости распространения и освоения конструктивного опыта преодоления международной конкуренции в бизнес-образовании, международном признании стандартов качества российского бизнес-образования.
- Совершенствование законодательной и нормативной базы деятельности современных бизнес-школ. Возможно, благодаря этому направлению когда-то будут устранены барьеры, сдерживающие статуйрование новых прогрессивных форм обучения на государственном уровне. Пока существующая нормативная система в профессиональном образовании полностью пресекает серьезные инновации в профессиональном образовании. Стоящая за ней политика «выстраивания» всех бизнес-школ в одну ограниченную по разнообразию форм «линейку» фактически подталкивает всех участников среды бизнес-образования подстраиваться под одну или несколько бизнес-школ, чье «лидерство» зачастую обеспечено лишь административным ресурсом. Как следствие — такая политика снижает конкурентоспособность отрасли.
- Формирование со стороны передовых бизнес-школ все более прогрессивного социального заказа профессиональному образованию. Эта непростая работа связана с задействованием широкого спектра заинтересованных сторон бизнес-образования. Речь идет как о целенаправленном продвижении его передовых идей, так и о воздействии на общественное мнение в направлении освоения новых смысловых горизонтов в развитии бизнеса.
- Выход за границы собственно бизнес-образования. Имеются в виду различные направления деятельности бизнес-школ, которые могут появиться как следствие накопления научного, практического, интеллектуального потенциала и авторитета.

Ситуация быстрых и кардинальных изменений, в которых оказались деловые, интеллектуально живые силы бизнеса и бизнес-образования, могут породить и другие свежие решения относительно форм своего развития. Если данную тему интерпретировать в инновационных терминах, то можно утверждать, что реализация первого подхода к развитию бизнес-образования происходит в пространстве инкрементальных изменений, что в современной практике встречается часто. В это же русло «падают» и технологически развитые образовательные модели в пространстве радикальных инноваций и новых технологических систем. Осуществление данного подхода, очевидно, потребует пересмотра существующей парадигмы бизнес-образования и его технологий. Известно, что такие преобразования происходят не часто и лишь под влиянием серьезных и высоких вызовов. Именно такие вызовы российскому бизнес-образованию сделаны. Следствие этих вызовов многие бизнес-школы испытывают в виде осознания следующих, уже близких им задач:

- возвышение миссии отечественного бизнес-образования;
- выращивание национальной парадигмы профессионального образования;
- порождение собственных образцов современного партнерства и конкуренции.

Ведь известно, что социально-экономическая молодость, силы становления, умноженные на силы прогрессивного мышления, преодолевают барьеры живой жизни и конформистские призывы, создавая основу для инновационной деятельности в сфере бизнес-образования.



## Литература

1. Евенко, Л.И. Модели бизнес-образования в западных странах [Электронный ресурс] /Л.И. Евенко // [www.management.com.ru](http://www.management.com.ru)
2. Журавлёв, В., Добренькова, Е., Гурнина, Е. Становление эффективного менеджмента в России / В. Журавлев и др. М.: Международный университет бизнеса и управления, 2001. С.45.
3. Макинтайр, А. После добродетели: Исследования теории морали / А. Макинтайр. М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. С. 34.

**Доника Д. Д.,**  
к. ф. н., профессор кафедры  
педагогике и психологии  
Волгоградского института бизнеса

**Доника А. Д.,**  
к.мед.н., доцент кафедры  
военной и экстремальной медицины  
Волгоградского государственного  
медицинского университета

## Современные тенденции профессионального онтогенеза

*В статье изложены результаты исследования особенностей стадий профессионализации социальных профессий на основе концепции Е.Климова о циклах профессионализации.*

*Ключевые слова: стадии профессионализации, профессиональная адаптация.*

*The article contains results of the research of the professionalisation's stages medical trades on the basis of E.Klimov's concept about cycles professionalisation.*

*Key words: stages of the professionalisation, professional adaptation.*

*Ключевые слова: профессионализация личности, профессиональный онтогенез, дезадаптация.*

Интенсивное развитие экономики обуславливает необходимость развития профессиональной мобильности, креативности, конкурентоспособности работников, определяя, в свою очередь, основную цель профессионального образования, сформулированную в «Концепции модернизации российского образования» (1) – «подготовка квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего профессией...».

Формирование социальных, в том числе и профессиональных компетенций, невозможно без создания необходимой методической базы, основой формирования которой являются современные исследования отдельных аспектов рассматриваемой проблемы.

Основоположником изучения профессионализации личности, в основном в целях карьерного консультирования, считается Фрэнк Парсонс (1908), который сформировал традиционный концептуальный подход, нашедший дальнейшее развитие в работах Holland J.(1966), Е.А.Климова (1976,1984,2000). Традиционный, дифференциально-типологический концептуальный подход, основанный на дифференциальной психологии личности и типологии профессий, сохраняет свою актуальность в исследованиях по профессиональной ориентации и карьерному консультированию и в настоящее время, несмотря на отмеченные рядом авторов (О.Г.Носкова, 2004) недостатки, главным из которых, на наш взгляд, является статический взгляд на предрасположенность личности к определенному типу профессии, обусловленный признанием биологической детерминации способностей и характеристик личности. Согласно современным взглядам, процесс профессионализации личности рассматривается не только с позиций приспособления личности к профессии (социально-профессиональная адаптация), но обратного явления, обуславливающего такие, например, явления, как формирование индивидуального стиля деятельности (В.С.Мерлин, 1952; Е.А.Климов, 1969; Б.А.Вяткин, 1991; В.И. Моросанова, 2001; М.А.Холодная, 2002 и др.). В этой связи представляют интерес исследования возрастных стадий профессиональной жизни, стадии цикла профессионализации (Е.И.Головаха, 1988; Н.С.Пряжников, 1996; В.Н.Дружинин, 2000; Э.Ф.Зеер, 2003 и др.).

Е.А.Климов обосновал следующую периодизацию профессионального онтогенеза:

- Оптация – период выбора профессии и учебно-профессионального заведения;
- Адаптация – вхождение в профессию и привыкание к ней;
- Фаза интернала – приобретение профессионального опыта;
- Мастерство – квалифицированное выполнение профессиональной деятельности;
- Фаза авторитета – достижение профессионалом высокой квалификации;
- Наставничество – передача профессионалом своего опыта (2).