

В. А. Леонгардт

Екатеринбург

**РАЗВИТИЕ РЫНКА УСЛУГ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ
КАК ОБЪЕКТА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛЕВЫХ ВУЗОВ****КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** рынок услуг бизнес-образования; отраслевые вузы; управление маркетинговой деятельностью.

АННОТАЦИЯ. Рассматривается одно из приоритетных направлений государственной политики РФ — развитие новой экономики, базирующейся на опережающем росте знаний и представляющей сферу образования как самостоятельную отрасль экономики. По отношению к деятельности отраслевых вузов оно вызвало уменьшение объема государственного заказа и изменения в структуре их финансирования. В этих условиях управление маркетинговой деятельностью становится условием выживания на рынке, так как позволяет провести оценку портфеля образовательных услуг, подготовить новые коммерческие предложения и использовать маркетинговые инструменты при взаимодействии с рынком.

V. A. Leongardt

Ekaterinburg

**DEVELOPMENT OF THE SERVICES MARKET OF BUSINESS-EDUCATION
AS OBJECT OF MARKETING ACTIVITY OF BRANCH HIGH SCHOOLS****KEY WORDS:** the market of services of business-education; branch high schools; management of marketing activity.

ABSTRACT. One of prior directions of the state policy of the Russian Federation is discussed, which is development of new economy based on advance growth of knowledge and representing the area of education as a separate branch of economy. In relation to activity of branch high schools it has caused reduction of volume of the state order and variation in structure of their financing. In these conditions management of marketing activity becomes a condition of survival in the market as it allows to carry out assessment of a portfolio of educational services, to prepare new offers and to use marketing tools in cooperation with the market.

Как отмечают многие исследователи, на текущий момент одним из приоритетных направлений государственной политики РФ является развитие «новой экономики», базирующейся на опережающем росте знаний, когда содержание базовой профессиональной подготовки специалистов уже в процессе деятельности должно постоянно обновляться и наращиваться за счет получения специально организованного дополнительного профессионального образования.

Радикальные изменения российской системы образования, произошедшие за последние пятнадцать лет, сформировали, по мнению О. М. Чащариной, новую социально значимую область подготовки управленческих кадров — бизнес-образование [5]. С учетом специфики направленности на потребителя можно выделить большое количество сегментов современного бизнес-образования — от экономического образования школьников и первого высшего образования до повышения квалификации руководителей высшего звена корпораций. Однако первоочередной и приоритетной сферой является подготовка управленческих кадров, обучение бизнесу и менеджменту тех, кто, уже имея

образование, занимается предпринимательской или управленческой деятельностью.

Проведенный автором историко-функциональный анализ выявляет истоки зарождения бизнес-образования. Многие специалисты считают, что начало было положено в США в конце XIX — начале XX в. созданием первой Школы бизнеса в Пенсильванском университете (1886 г.), основанной Д. Уортоном. В 1901 г. в Даремском университете был выдан первый диплом MBA. Гарвардская школа бизнеса была основана в 1916 г., в 1919 г. — Американская ассоциация университетских школ бизнеса — AACSB (на 70 лет раньше Российской ассоциации бизнес-образования — РАБО).

Однако Г. Минцберг со ссылкой на Дж. К. Спендера утверждает, что первыми в этой области стали прусские школы бюрократического государственного управления, разработавшие программу, на которую похожи современные программы наших школ бизнеса [3].

Считается, что Д. Уортон перенес прусские идеи в свой проект школы бизнеса, включив в программу бухгалтерский учет, торговое законодательство, экономическую теорию, финансы и статистику.

Новаторство американского подхода в отличие от немецкого было основано на предпосылке о том, что в результате обучения формируется «профессиональный менеджер». Считалось при этом, что менеджмент — это не только вид деятельности, но и самостоятельная наука. Социальному слою менеджеров, выполняющих управленческую функцию, отводилось весьма высокое положение в обществе, в постиндустриальном обществе они олицетворяли собой «управленческую революцию». Как правило, эта управленческая элита имела инженерно-техническую подготовку.

Царской России также требовалось формирование штата профессиональных управленцев, так как развитие сельскохозяйственной державы до уровня промышленно ориентированной не могло происходить при сложившейся управленческой практике. Развитие бизнес-образования явилось составной частью реформирования и модернизации системы профессионального образования и обучения управленческих кадров в нашей стране. Истоки бизнес-образования в России просматриваются на рубеже XIX—XX вв., когда в 1907 г. было создано Высшее коммерческое училище — специализированное учебное заведение. Политика революционной России предполагала, что для управления не требуется специальной подготовки, однако политические и экономические проблемы постреволюционного этапа опровергли эту точку зрения.

В 1925 г. в Советском Союзе в связи с большой потребностью в управленцах были открыты первые курсы подготовки «красных директоров» со сроком обучения до 1-го года. Но организаторы курсов осознали, что такая подготовка не может быть краткосрочной, и срок обучения был увеличен до 3-х лет. Наиболее успешной была деятельность промышленных академий, в которых готовились кадры высшей квалификации для экономики и управления народным хозяйством Советского Союза. Интенсивность развития советской экономики предопределила и развитие подобных образовательных структур. Так, первая академия подобного рода была создана в 1927 г., к 1932 г. их насчитывалось 23, а к 1950-м гг. — 31. Кроме того, появилась и их отраслевая специализация по отраслям народного хозяйства: горному делу, химии, транспорту и т. п. Они ежегодно обеспечивали профессиональное «послеопытное» образование более чем 2 000 человек, имевших практический опыт и способности к руководству производством. Подобное обучение можно было бы считать аналогом послевузовской и последипломной подготовки

функциональных руководителей с довольно узкой специализацией, с явно выраженным акцентом на решение проблем конкретных отраслей экономики и с подменой собственно управленческой подготовки (которая в мировой практике лишь зарождалась и собственно в более глубоком содержании была не нужна) подготовкой политэкономической и идеологической. Промышленные академии стояли как бы на уровне выше учреждений профессионального образования и вели свою деятельность параллельно, что в то время положительно повлияло на развитие народного хозяйства. Данная сфера образовательной подготовки руководителей, уже действующих в управлении производством, не нуждалась в рыночном подходе к развитию. Деятельность в ней осуществлялась планомерно и носила для руководителей плановый характер.

В конце 1950-х гг. было принято решение о ликвидации промышленных академий, содержание обучения которых было включено в содержание подготовки инженеров и экономистов, что привело к увеличению сроков обучения до 5-ти и более лет в учреждениях профессионального образования. Данный факт можно рассматривать как возврат в прошлое. Главное внимание уделялось вопросам производства, научно-технического прогресса, отчасти экономики, но никак не созданию и ведению бизнеса. Проблемы человека и организации почти не рассматривались, а под «научным управлением» фактически понималось умение подчинять и подчиняться в бюрократической системе партийно-государственного руководства хозяйством, углубленное освоение идеологической марксистско-ленинской теории управления, постановлений правительственных и партийных органов.

Развитие бизнес-образования в развитых зарубежных странах пришлось на 1960-е гг. Бизнес-школы США в результате целенаправленной деятельности AACSB подняли научный уровень образовательных программ прежде всего за счет включения в содержание преподавания количественных методов и поведенческих наук, которые дополнили финансовые, коммерческие и правовые вопросы подготовки руководителей. В период с 1960 по 1970 г. контингент бизнес-школ вырос в 10 раз (с 4 000 до 40 000 человек в год). С 1980-х гг. активно развивается повышение квалификации в формате управленческих и психологических тренингов (например, в американской ассоциации тренинговых центров ASTD в конце 1990-х годов состояло уже 14 000 человек).

Рост потребности в бизнес-образовании привел к активному применению марке-

тингового подхода в продвижении данных услуг и их коммерциализации. Американские университеты включились в борьбу за потребителя, причем основным стимулом развития бизнес-образования на базе университетов исходил от ученых, большинству из которых не хватало практических знаний в области бизнеса и у которых не было связей с бизнесом.

В Западной Европе американские программы подготовки управленческих кадров высшей квалификации стали продвигаться и получили распространение в дополнение к существовавшей системе высшего образования экономического и инженерно-экономического направлений. Ведущими странами стали Великобритания, Испания, Франция, Италия и другие страны. В 1964 г. (на 25 лет раньше, чем в России) была основана западноевропейская ассоциация школ бизнеса — European Foundation for Management Development efmd, а в 1993 г. (примерно в то же время, что и РАБО) — Central and East European Management Development Association (CEEMAN) — ассоциация аналогичного назначения стран Центральной и Восточной Европы. Европейское бизнес-сообщество, осознав сложность и высокую стоимость американской модели бизнес-образования, в противовес создает модифицированную и приближенную к практике «европейскую» модель бизнес-образования, которая получила развитие после 2001 г. с инициацией Болонского процесса.

Можно с уверенностью утверждать, что, несмотря на закрытость, в Советском Союзе процесс формирования системы подготовки кадров для управления шел параллельно с развитием бизнес-образования в Европе. Расширялась практика применения экономических методов руководства народным хозяйством, что привело к рассмотрению управления как самостоятельной специальности, которая стала вводиться в содержание учебных программ учреждений высшего профессионального образования и Центров «послеопытного» образования. Первая кафедра управления была создана в 1965 г. в Московском инженерно-экономическом институте им. С. Орджоникидзе (ныне — Государственный университет управления). Вместо упраздненных промышленных академий стали создаваться институты повышения квалификации (ИПК) руководящих работников и специалистов при отраслевых министерствах и региональных ведомствах: межотраслевые и региональные факультеты этого профиля в университетах и экономических вузах, различного рода курсы и программы на предприятиях и в организациях. В период с 1969 по 1984 г. число ИПК возросло с 28 до 79, их филиалов и отделений — с 47 до

134, а факультетов по обучению руководящих кадров в вузах — с 65 до 150.

В 1977 г. была создана Академия народного хозяйства при Совете министров СССР, которая положила начало развитию системы образования по экономике и управлению для руководителей-практиков на основе традиций советской системы с внедрением элементов западного менеджмента. В академических и профессиональных кругах разрабатываются альтернативные программы образования руководителей. Г. Х. Попов в своей книге «Проблемы теории управления» (1977) предлагал проект создания масштабной сети школ для управленцев. Необходимость таких школ он обосновывал тем, что руководитель — это не должность, а особая профессия, с особой системой знаний.

В конце 1980-х гг. в порядке эксперимента была начата подготовка кадров по специальности «Менеджмент организации». Специализированная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для управления предприятиями и организациями действовала в стране вплоть до 1990-х гг. В эту сеть входило 120 вузов управленческого профиля и более 1000 институтов и центров повышения квалификации, деятельность которых финансировалась и регламентировалась государством.

К началу 1990-х гг. началось скачкообразное, стихийное развитие рынка образовательных услуг для предпринимательства и бизнеса, в результате чего выделился рынок услуг бизнес-образования, на котором MBA стала рассматриваться как основной вид программ бизнес-образования.

К сожалению, приходится констатировать факт значительного отставания рынка услуг бизнес-образования в России от аналогичного за рубежом, что связано в первую очередь с тем, что образование и бизнес до начала XXI в. рассматривались как две не связанные между собой сферы, и тем, что проникновение рыночных механизмов в систему профессионального образования невозможно.

Возникает научная дискуссия (Э. М. Коротков, А. Г. Поршнева и др.), поддерживаемая практиками, о необходимости и возможности получения первого управленческого образования. Первая точка зрения — менеджера можно подготовить в вузе, вторая — менеджменту можно научить только практикующего руководителя. С первых шагов организации профессиональной подготовки менеджеров в России развивалось несколько ее ветвей: первое образование и дополнительное профессиональное образование, в структуру которого входит рынок

услуг бизнес-образования. Эти ветви не мешали друг другу, наоборот, обогащали проблематику и методику подготовки менеджеров. Первое образование было ведущим, поскольку в его рамках формировался фундаментальный подход к профессионализации и методике эффективности управленческой деятельности, анализа проблем управления.

Дополнительное профессиональное образование удовлетворяло практическую потребность в практических знаниях и предлагало набор наиболее актуальных проблем развития управления. Первое образование в области менеджмента должно представлять сочетание общекультурной, общепрофессиональной и специальной подготовки, а дополнительное профессиональное образование — отраслевую подготовку.

Таким образом, мы можем отметить, что на этапе конца 80-х — начала 90-х гг. XX в. экономические преобразования и рыночные реформы привели к увеличению государственного заказа на переподготовку действующих руководителей через специализированные ИПК в форме оперативного «ликбеза» по актуальным проблемам управления народнохозяйственным комплексом.

С. П. Мясоедовым описан генезис и проблемы современного состояния бизнес-образования. По его мнению, с середины 90-х гг. XX столетия большинство программ по экономике и управлению оставались невостребованными из-за высокой теоретичности: обнаружился спрос на прикладные знания, необходимые для ведения предпринимательской деятельности, а именно на готовые рецепты решения управленческих проблем. Спрос на предпринимательские программы в конце 80-х гг. быстро заполнялся краткосрочными курсами бизнес-подготовки. Качественный уровень первых учебных программ был невысок. Методика построения — копирование зарубежных аналогов. Продолжительность — от нескольких недель до нескольких месяцев. Цель программ — оперативный ликбез предпринимателей и менеджеров. Спрос на такие программы был намного выше предложения. Но пока за обучение руководителей платят предприятия, для обучающихся цена является абстрактным экономическим фактором.

На короткий период времени норма прибыли в сфере бизнес-образования приближается к прибыльности сырьевого экспорта. Массово открываются учебные кооперативы и центры, причем большинство из них ориентированы не на развитие бизнес-образования, а на бизнес под прикры-

тием образования. Особым спросом пользуются зарубежные программы — стажировки, в то время как зарубежные модели бизнес-образования подвергаются жесткой критике со стороны своих ученых, таких, как Г. Минцберг.

Несмотря на то что во второй половине 80-х гг. подавляющее большинство государственных образовательных структур (начиная от вузов и заканчивая отраслевыми ИПК) имело выигрышные стартовые условия, они игнорировали потребности рынка, находясь на государственном финансировании. Образовательная монополия, как и монополия в любой иной сфере деятельности, тормозила развитие рынка услуг бизнес-образования.

Количество первых отечественных бизнес-школ, которые сейчас составляют элиту российского бизнес-образования, ограничено. Как правило, они создаются группами ученых-энтузиастов на базе ведущих учебных учреждений страны, специализирующихся либо на прикладной экономике, либо на внешнеэкономических связях (АНХ при Правительстве РФ, МВЭС, МГИМО, Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова и др.), именно здесь формируется так называемая «смешанная модель бизнес-образования».

Свертывание бюджетного финансирования, пересмотр системы подходов и рычагов государственного воздействия на экономику профессионального и дополнительного профессионального образования приводят, с одной стороны, к нарастающей стабильности спроса на услуги бизнес-образования, а с другой — к существенному повышению требований к управленческим знаниям руководителей предпринимательских структур различных уровней. Негативное воздействие на развитие рынка услуг бизнес-образования оказал процесс массовой приватизации 1994—1996 гг. Раздел и передел собственности крупнейших предприятий в стране объективно вовлек как «старую гвардию» российского менеджмента, так и менеджеров из поколения «новых русских» в ожесточенную борьбу за влияние и стратегический контроль за собственностью, что объективно отодвинуло на задний план проблемы развития предприятий (проблемы реструктурирования производства, эффективности инвестиций, финансовый менеджмент, исследование рынка, развитие корпоративной культуры и т. д.) и переподготовки управленческих кадров с учетом потребностей отраслевых организаций. В этот период рынок услуг бизнес-образования сужается и становится жестко конкурентным: основной заказчик — государственный сектор экономики — в условиях сокращения бюджетного финансирова-

ния устраняется от подготовки и переподготовки кадров.

В этой связи отметим, что в период массовой приватизации (1994–1996 гг.) уменьшилось государственное финансирование бизнес-образования, рынок стал жестко конкурентным в связи со снижением объема рынка и изменением структуры спроса от теоретических программ к прикладным, появился новый потребитель в лице начинающих предпринимателей. В России выделились 32 образовательных бизнес-структуры, в которых МВА рассматривалась как основная услуга бизнес-образования.

Только к 1996 г. конъюнктура на российском рынке услуг бизнес-образования начинает постепенно улучшаться. Намечившиеся тенденции к стабилизации экономики, возникновение ожиданий экономического роста в обозримом будущем вызвали рост интереса со стороны группы частных или смешанных предприятий, сосредоточенных по преимуществу в зоне индустриальных центров страны, к переподготовке управленческих кадров. Наблюдается повышение спроса на бизнес-образование. В 1998 г. на рынке действовало свыше 200 государственных и негосударственных бизнес-структур, предлагающих в основном обучение на краткосрочных курсах по актуальным проблемам управления и экономики.

Вместе с тем структура спроса на услуги бизнес-образования заметно отличается от структуры начала 90-х гг. как в России, так и за рубежом: услуги бизнес-образования привлекают не только действующих управленцев, но и тех, кто в управленческой деятельности видит источник будущего благосостояния и получения социального статуса — «обучение менеджеров из тех, кто никогда ничем не управлял» — за высокую стоимость. В целом в период со 2-й половины 1996 г. по 2004 г. в условиях стабилизации экономической ситуации в стране спрос на услуги бизнес-образования превышал предложение.

Так, к концу XX в. — началу перестройки и проведения радикальных реформ Россия, имея достаточно развитую в экстенсивном отношении, но совершенно не соответствующую требованиям рыночной экономики систему подготовки управленческих кадров, столкнулась с реальной проблемой профессионального образования специалистов, осуществляющих управленческие функции в организациях, которые действуют в условиях рынка и ставят своей главной целью получение прибыли.

По мере становления данного вида образования в России получило распространение определение, выражающее точку

зрения РАБО: бизнес-образование — это выделившаяся из экономического образования междисциплинарная сфера образовательной деятельности по подготовке людей, которые участвуют в выполнении функции управления на предприятиях и в хозяйственных организациях либо занимаются предпринимательством в условиях рынка и ставят своей главной целью получение прибыли. Сами представители бизнес-образования определяют его как «междисциплинарную область образовательной деятельности».

С 2005 по 2008 г., в предкризисный период, спрос был ориентирован на зарубежные аналоги бизнес-программ, так как потребитель рассматривал услугу бизнес-образования как способ решения проблем собственного бизнеса в зарубежных образцах. На рынке работало 132 учреждения из числа бизнес-школ и крупнейших государственных вузов, предлагающих, кроме программ МВА, и профессиональную переподготовку по менеджменту, маркетингу и экономике.

В настоящее время рынок услуг бизнес-образования приобретает четкие границы: формируется его инфраструктура, происходит выделение конкретных рыночных сегментов бизнес-образования, определяется соотношение спроса и предложения на услуги бизнес-образования, заказчиками услуг бизнес-образования сформированы требования к содержанию управленческой деятельности и подготовке практикующих руководителей.

Спрос на услуги бизнес-образования был обусловлен несколькими факторами: появлением стратегических ориентиров развития отраслей национальной экономики; глобализацией бизнеса; выделением перечня квалификаций и компетенций, которыми должен обладать руководитель организации и подразделений; формированием деловой культуры, которая предполагает обязательное получение бизнес-образования руководителями высшего и среднего звена.

На современном этапе значительно обострилась конкурентная борьба предприятий и организаций на рынке продуктов и услуг. В результате глобализации производства, капитала, рынков ускоряется научно-технический прогресс, а качество человеческих ресурсов превращается в главный фактор конкурентоспособности экономических систем.

Если до конца XX в. услуги бизнес-образования были ориентированы на действующих руководителей коммерческих и производственных структур, то с 2001 г. в связи с осознанием социальной сферы как структурного элемента экономики — на со-

циальные структуры, в частности на сферу образования.

Постепенно назревает необходимость сделать подготовку и переподготовку руководителей для системы образования более содержательной и углубленной. Это стало необходимым в связи с тем, что сферу образования начали рассматривать как отрасль и объект для модернизации экономическими инструментами. Образование как отрасль начинает развиваться достаточно динамично, появляются новые типы и виды учреждений, осуществляется переход на альтернативные организационно-правовые формы, развивается коммерческое образование. В управлении образовательными учреждениями появились новые функциональные сферы деятельности: общее управление, учебная, научно-методическая, административно-хозяйственная, маркетинговая, правовая, экономическая. Их осуществление невозможно без специальной подготовки руководителей.

Постепенно выделяется особый сегмент рынка услуг бизнес-образования — услуги, предоставляемые руководителям образовательных учреждений. Стимулом к выделению рассматриваемого сегмента рынка услуг бизнес-образования становится определение квалификационных характеристик должностей работников образования — руководителей и заместителей руководителей. В них помимо должностных обязанностей и знаниевых характеристик определены требования к квалификации. Актуализируются проблемы рынка услуг бизнес-образования для потенциальных клиентов — руководителей образовательных учреждений: проблемы ограниченного выбора поставщика образовательной бизнес-услуги и программ бизнес-образования по соотношению «цена — качество», недостатка маркетинговых коммуникаций в рассматриваемом сегменте. В то же время маркетинговая деятельность учреждений профессионального образования и бизнес-школ, оказывающих услуги бизнес-образования, не ориентирована на особенно-

сти продукта и его конечного потребителя.

Таким образом, с 2009 г. по настоящее время, в кризисный и послекризисный период, в очередной раз поменялись объем и структура спроса, на рынке бизнес-образования появился новый массовый потребитель — руководители учреждений социальной сферы (образования, медицины, культуры, спорта, социального обеспечения).

В целом практика реализации программ бизнес-образования показала, что на любом этапе экономического развития национальной экономики увеличивается спрос на программы, имеющие хорошую репутацию независимо от ее продолжительности и высокой стоимости. Вместе с тем обостряется конкуренция на рынке услуг бизнес-образования, участниками которого на сегодняшний день являются все российские государственные и негосударственные вузы, а также самостоятельные образовательные бизнес-структуры.

В методологии формирования и развития рынка услуг бизнес-образования целесообразно ориентировать предоставляемые услуги на запросы индивидуальных и корпоративных потребителей. Данный подход акцентирует внимание на взаимодействие с конечным потребителем услуг бизнес-образования, что в значительной мере преобразует маркетинговую деятельность учреждения профессионального образования или бизнес-школы, когда данный рынок может рассматриваться как объект маркетинговой деятельности. Для деятельности в конкретном сегменте вузам необходимо обеспечивать профильность услуги бизнес-образования через ориентацию на отраслевого потребителя и создание ее привлекательности на основе функционального назначения. Перед отраслевыми вузами стоит задача разработать не единичный продукт, а пакет профильных продуктов, позволяющий максимально увеличить долю рынка и повысить свою доходность.

ЛИТЕРАТУРА

1. БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ в России : аналит. справ. : в 2 вып. / Л. И. Евенко [и др.]. М. : КОНСЭКО, 1998. Вып. 1.
2. ЛЕОНГАРДТ В. А. Маркетинговый подход к развитию рынка услуг бизнес-образования в России // Управление экономическими системами : электрон. науч. журн. 2011. № 5. URL: <http://uecs.ru/marketing/item/451-2011-05-26-10-33>.
3. МИНЦБЕРГ Г. Требуется управленцы, а не выпускники МВА. Жесткий взгляд на мягкую практику управления и систему подготовки менеджеров : пер. с англ. М. : Олимп-Бизнес, 2008.
4. МЯСОЕДОВ С. П. Генезис и проблемы российского бизнес-образования // Обозреватель. 1999. № 1 (108).
5. ЧАЩАРИНА О. М. Развитие образовательных услуг отечественных бизнес-школ : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. М., 2006.
6. ШЕМЯТИХИНА Л. Ю. Особенности подготовки менеджеров в российской высшей школе // Образование и наука. Известия УрО РАО : журн. теорет. и прикл. исследований. 2008. № 1 (49).

Статью рекомендует д-р пед наук, проф. А. П. Усольцев