

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Мир, который окружает нас, находится в состоянии постоянного динамического равновесия. Одно относительно устойчивое состояние окружающей действительности является лишь переходом к следующему. Меняется мир, и вместе с ним меняется все его наполнение. Мы постоянно стремимся к какому-то совершенству, но, почти достигнув того, что считали совершенством, вдруг обнаруживаем, что это не совсем то, и продолжаем развитие.

Вместе с тем характер социально-экономических отношений в обществе предопределяет характер подготовки специалистов в области экономики, в области экономического образования, т.е. совершенствования стандартов специальности, управления и планирования учебного процесса и т.д.

В передовых индустриально развитых странах период понимания и осознания требований последствий конкуренции в сфере профессионального и высшего экономического и бизнес-образования уже сменился периодом активных действий. Представляется, что отечественные учебные заведения должны иметь представление об основных стратегиях экономического и бизнес-образования, разрабатываемых в разных странах.

Рассмотрим бизнес-образование, составляющую экономического образования, как сумму знаний, умений и навыков, необходимых для организации и осуществления деятельности, цель которой – получение прибыли.

Для реализации полного бизнес-цикла (рис.) необходимо знание не только технологий производства, но и рынков, финансовой сферы, управления, права и т.д. Очевидно, что бизнес-образование по своей природе является интегративным, включая в себя комплексы дисциплин экономического, управленческого,

психолого-социального, политико-правового, информационно-статистического и технологического характера.

Основные этапы в организации и осуществлении бизнеса (бизнес-цикл):

- исследование рынков (маркетинг);
- бизнес-планирование (экономика);
- организация и управление производством, офисом (менеджмент);
- организация и управление продажами (менеджмент, коммерция, маркетинг);
- управление финансами и контроль (финансы и кредит, бухгалтер, аудит, налоги);
- инновационная и реинновационная деятельность (информационное обеспечение бизнеса, статистика, анализ, прогнозирование, математическое моделирование, стратегический менеджмент) [3].



Рис. Сферы бизнеса и их взаимодействие

Каким путем приходят бизнесмены к обладанию именно таким комплексом знаний и умений?

Американский стандарт экономического и бизнес-образования обычно предусматривает четыре цикла учебных предметов:

- дисциплины, обеспечивающие понимание среды бизнеса (экономическая теория, право, социология, этика, экологические проблемы бизнеса);
- научные основы бизнеса (макро- и микро экономика, финансы и бухгалтерский учет, управление производством, маркетинг, количественные методы, статистика, информатика, организационное поведение);
- профессиональные базовые дисциплины (общий менеджмент, стратегический менеджмент, управление человеческими ресурсами, профессиональные навыки менеджера) [1].

Эти три цикла составляют основу General Program, обучающей управлению любым предприятием.

Четвертый цикл Special Program содержит специальные дисциплины, углубляющие знания по отдельным направлениям бизнеса и экономики.

Кроме того, существуют программы для топ-менеджеров, обучающие не технике ведения бизнеса, а стратегии управления крупными компаниями и корпорациями.

Таким образом, американский стандарт экономического и бизнес-образования предусматривает вначале обучение экономическим, информационно-статистическим, управленческим дисциплинам, и лишь потом происходит специализация в определенной сфере бизнеса и экономики.

В России, естественно, тоже существуют стандарты экономического и бизнес-образования. В качестве примера можно привести Государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования по направлениям 521500 "Менеджмент" и 521500 "Экономика". Эти стандарты включают:

- цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин (философия, иностранный язык, культурология, история, физическая культура, право, социология, политология, психология и педагогика);
- цикл математических и естественных дисциплин (математика и информатика, концепция современного естествознания);
- цикл общепрофессиональных дисциплин (экономическая теория, история экономических учений, история экономики, статистика, бухгалтер, финансы, денежное обращение и кредит, менеджмент, экономика и социология труда, мировая экономика, маркетинг).

Стало уже общеизвестным утверждение, что предпринимателем надо родиться. Однако никто не осмелился утверждать, что природные задатки отменяют необходимость получения профессиональных знаний, умений и навыков. Не напрасно даже самые богатые и преуспевающие западные бизнесмены, заботясь о том, чтобы начатое ими дело не "потухло" в руках наследников, отправляют их учиться в лучшие университеты, где те старательно постигают основы прибыльного ведения бизнеса, общие принципы экономики. И без таких знаний ни один из них не получит в свои руки бразды правления как крупной корпорации, так и средней фирмы. Начинаящий же предприниматель прежде чем заняться малым бизнесом пройдет обучение в ближайшем бизнес-центре или колледже, получит квалифицированную консультацию, изучит необходимую литературу. Все эти условия есть там, в странах с развитой рыночной экономикой, а как же у нас?

С 1990 – 1992 г. начался бурный рост экономического и бизнес-образования, так как появилось значительное количество субъектов, где требовались экономические знания. Появилась потребность в кадрах новой ориентации: экономисты, менеджеры, финансовые и коммерческие директора, маркетологи, специалисты по рекламе и т.д. Появились, кроме государственных структур, коммерческие и некоммерческие организации.

Анализ рейтингов лучших предпринимателей России, проведенных журналом "Карьера" в 1999 – 2000 гг., показал, что большинство лидеров рыночной экономики в качестве базового имеют техническое или гуманитарное образование (56,5% среди 30 лучших молодых банкиров России). Придя в бизнес, практически все получили второе дополнительное образование экономического характера или защитили диссертации по экономике. Очевидна тенденция: люди с производства приходят в определенную сферу бизнеса, начинают действовать, ощущают недостаток экономических знаний и получают дополнительное, теперь уже экономическое или бизнес-образование [5, с. 28].

Итак, американский бизнесмен чаще всего обладает системным бизнес- или экономическим образованием и в качестве дополнительного получает специ-

альное, отраслевое. Большинство российских бизнесменов реально в качестве системного не имеют экономического образования, а получают его как дополнительное, реже – как непрерывное.

В России уже созрело понимание необходимости профессионального отношения к предпринимательской деятельности. Причем для России вопросы обучения предпринимательству в силу известных причин приобретают особую важность, что объясняется, с одной стороны, чрезвычайно низкой экономической, а тем более “рыночной” грамотностью основной массы населения, а с другой – быстрым развитием рыночных отношений, вовлекающих в свою стихию и тех, кто готов к этому (хотя бы морально), и тех, кто чувствует себя жертвой сложившихся обстоятельств.

Необходимо отметить, что подготовка к профессионально-экономической деятельности – достаточно широкое понятие, включающее все многообразие мероприятий по формированию кадров, занятых в сфере экономики. Это не только сами экономисты, но и менеджеры, бухгалтеры, технологи, секретари-референты, коммерческие агенты. Практически все работники предприятия, особенно если оно является субъектом малого предпринимательства, должны владеть экономической культурой, и только тогда предприятие будет конкурентоспособным. Выбор сферы экономической деятельности, умение правильно оценить конъюнктуру рынка, рационально использовать ресурсы, грамотно с правовой точки зрения оформить документы, т.е. решение вопросов, напрямую определяющих эффективность и жизнеспособность предприятия, требует профессиональных знаний.

В период зарождения рыночных отношений – с конца 80-х до начала 90-х годов – появилось огромное количество экономических школ, бизнес-школ и различных курсов, которые за 1-2 месяца и умеренную плату обещали из любого сделать преуспевающего экономиста, финансиста, предпринимателя, топ-менеджера или главного бухгалтера, владеющего всеми тонкостями своего дела.

Но затянувшийся глубокий кризис привел к ограниченному внутреннему платежному спросу, общему падению инвестиций, недоступности кредитных ресурсов, росту издержек, связанных с увеличением цен на энергоносители и транспортные тарифы, ухудшению условий торговли на внешних рынках. Тотальная бюрократизация администрации на всех уровнях, сильная криминализация экономики стали причиной вытеснения малых предприятий на периферию научно-технического прогресса, какая-то часть их перестала существовать. Этому способствовали низкий уровень конкурентоспособности товаров и примитивный спрос на внутреннем рынке из-за низкой покупательной способности основной массы населения. Все это резко изменило ситуацию на рынке образовательных услуг.

Сегодня для того, чтобы обеспечить себя работой, образовательное учреждение должно соответствовать требованиям потребителя. Он, оплачивая обучение из собственного кармана, желает с помощью полученных знаний найти решение конкретных проблем.

Для человека, уже занятого реальным бизнесом или только желающего попробовать себя в этой роли, выбор программы обучения часто осложняется недостатком времени и средств, отсутствием достоверной информации о предлагаемых образовательных услугах и соответствии их потребностям, эклектичностью, а зачастую и недостаточным уровнем собственного общего образования.

Приступая к организации подготовки экономистов, финансистов, менеджеров, маркетологов и т.д., необходимо учитывать обстоятельства, которые предусматривают разнообразные меры по информированию населения об услугах,

предоставляемых образовательным учреждением, и ориентировать эти услуги на запросы и возможности потребителей. Необходимо изучить круг своих потенциальных клиентов, сферу их бизнеса, уровень образования, характер работы – все это следует учесть при формировании и продвижении программы обучения.

Анализ влияния образовательных услуг [4, с. 40, 41] по маркетингу и коммерции на объем произведенной в 1997 г. продукции в секторе торговли и питания показывает, что между ними существует прямая зависимость. Так, например, в Приморском крае предложено наибольшее количество образовательных услуг в области бизнес-образования [5], показатель объема произведенной продукции в торговле и общественном питании также наибольший в этом крае среди субъектов ДВР и Забайкалья. В субъектах ДВР, где отсутствуют маркетинговые образовательные услуги, объем продукции торговли и общественного питания снижается, но то, что он есть, объясняется тем, что эта область или республика готовит специалистов в учебных заведениях соседних субъектов Федерации [4].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что актуальными для экономического и бизнес-образования являются две тенденции:

- для работы в сфере организации услуг желательно иметь экономическое и бизнес-образование классического образца, что требует и Болонский процесс, в который Россия вступила, т.е. перевод всех учебных планов и не только на европейские стандарты;
- для экономистов в сфере производства и природопользования, информационных, юридических и коммуникативных услуг предпочтительнее традиционно сложившийся российский вариант: экономическое образование как непрерывная подготовка специалиста с учетом его специализаций и региональных факторов, т.е. совместная разработка грамотных образовательных программ, реализуемых на базе специальных учебных заведений (техникумов, лицеев, вузов и т.д.), ориентированное на наиболее перспективные отрасли реальной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адаптивное управление педагогическими системами. Учеб. пособие для студ. высш. пед. заведений / П.И. Третьяков, С.Н. Митин, Н.Н. Боярцева; Под ред. П.И. Третьякова. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. – 368 с.
2. **Афанасьев В., Черкасов В.** Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг. – 1999. – № 5. – С. 68-76
3. **Батяева А.** Кто работает эффективнее: государственные или негосударственные предприятия? // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – № 3. – С. 105-111.
4. Бизнес-образование в вузах Дальнего Востока и Забайкалья на пороге 3-го тысячелетия: состояние, проблемы, перспективы: (Материалы исследования и анализа работы высших учебных заведений Дальнего Востока и Забайкалья). – Хабаровск: б/к, 2000. – 56 с.
5. **Владимирова И.Г.** Организационные структуры управления компаниями // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 91-103.
6. **Ефремов В.С.** Организации, бизнес-системы и стратегическое планирование // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 3-26.
7. Экономика предприятия: Учебник для студентов вузов / Под ред. В.М. Семенова. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 312 с.

SUMMARY

Training of students in the sphere of economics has been considered in the article. The activities of educational establishments providing training of economists being analyzed by the author, the ways of improving the situation have been suggested.