

Секция «Социология»

Бизнес-образование как фактор делового успеха

*Соболева Наталья Эдуардовна*

*Аспирант*

*Национальный исследовательский университет - Высшая школа экономики,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: natsobol@gmail.com*

Сегодня российский бизнес находится в процессе перехода на новую ступень развития, предполагающую более цивилизованные модели поведения и методы ведения предпринимательской деятельности. По мере становления реальных рыночных отношений и практик ведения бизнеса в России постепенно изменяются цели субъектов ведения бизнеса, их представления. Состояние бизнеса, однако, зависит не только от условий, но и от мотивации и целей тех, кто бизнес ведет. Цели ставятся исходя из представлений об успехе и стиле ведения бизнеса. Руководители и потенциальные руководители предпринимательских фирм все чаще в качестве одной из предпосылок успеха в бизнесе рассматривают бизнес-образование. **Целью данной работы** является классификация слушателей по целям получения бизнес-образования и выявления различий в представлениях об успехе в разных группах.

В докладе используется подход с позиций концепции «плеяды нематериальных капиталов» [1,2,3]. Бизнес-образование является для его участников одним из механизмов наращивания ресурсов и капиталов. Приоритетным является инвестирование именно в те формы капитала, которые, с их точки зрения, являются ключевыми в достижении успеха. Одной из таких форм капитала становится наличие диплома о бизнес-образовании, дающего дополнительные компетенции и открывающего новые возможности благодаря вхождению в социальные сети. Одновременно обучение на программах бизнес-образования влияет на само восприятие успеха бизнеса, на представления об этике бизнеса, на место успеха в общей системе ценностей. <?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

**Эмпирической базой исследования** является опрос слушателей бизнес-школ в трех престижных вузах города Москвы. Были охвачены слушатели вечерних и модульных программ MBA, EMBA и DBA. Всего было опрошено 222 человека.

С помощью кластерного анализа было выделено шесть возможных стратегий инвестирования в бизнес-образование. Любопытно, что на этот раз не выделилась группа «профессионалов», ориентирующихся исключительно на накопление человеческого капитала.

«Многостаночники» (26,2%) в первую очередь ориентированы на накопление человеческого капитала, однако другие формы капитала для них представляют больше интереса, чем в среднем. Они выше среднего оценивают влияние бизнес-образования на шансы на рынке труда, расширение кругозора, и ниже среднего – на повышение навыков делового общения. Многостаночники тратят больше времени, чем в среднем, на подготовку к занятиям (5,7 часа в неделю против 5,3 часа в целом), что говорит о реальных инвестициях в человеческий капитал.

Для «профессионалов-карьеристов» (21,9%) первостепенное значение имеет накопление человеческого и символического капитала, а социальный капитал не имеет ни-

какого значения. Среди представителей данной группы выше всего доля тех, кто стремится с помощью бизнес-образования поднять свой статус, а также выше среднего доля тех, кто желает подняться вверх по карьерной лестнице. Вполне естественно, что «профессионалы-карьеристы» ниже всего оценивают вклад МВА на развитие социального капитала.

«Общительные профессионалы» (11,9%) в свою очередь заинтересованы в накоплении человеческого и социального капитала и вообще не заинтересованы в инвестировании в символический капитал. В качестве целей получения бизнес-образования они выбирают все три формы человеческого капитала. Абсолютно все «общительные профессионалы» указали инвестирование в социальный капитал в качестве одной из причин получения МВА. Представители данной группы выше оценивают влияние МВА на накопление социального капитала, расширение кругозора, и повышение уверенности в себе. При этом они ниже оценивают роль МВА в целом ряде случаев, в особенности касающихся ситуации на рынке труда. Несмотря на стремление инвестировать в человеческий капитал, «общительные профессионалы» тратят меньше всего времени на подготовку к занятиям (4,7 часа в неделю).

Для «гибких профессионалов» (10%) бизнес-образование – это, прежде всего, способ накопления человеческого капитала и изменения сферы деятельности. Вполне возможно, что многие из них под изменением сферы деятельности имеют в виду открытие собственного дела, так как именно в этой группе две трети слушателей предпочитают собственный бизнес карьере наемного менеджера. Они выше всего оценивают вклад МВА в прирост знаний, в укрепление позиций на рынке труда в результате получения престижного диплома, в умение решать конкретные бизнес-задачи. При этом они ниже среднего оценивают влияние МВА на расширение круга доступных рабочих мест. «Гибкие профессионалы» больше всего времени тратят на подготовку к занятиям (5,8 часов в неделю).

«Карьеристы-прагматики» (10%) в первую очередь рассматривают бизнес-образование как способ улучшить свою конкурентоспособность на рынке труда. Ориентация на человеческий капитал также присутствует, но выражена несколько слабее. Они выше всего оценивают влияние бизнес-образования целый ряд аспектов: укрепление позиции на рынке труда в результате получения престижного диплома, расширение круга доступных рабочих мест, умение решать конкретные бизнес-задачи, развитие навыков делового общения, нестандартного мышления и повышение уверенности в себе. При этом они ниже оценивают влияние МВА на расширение кругозора.

«Общительные прагматики» (20%) в большей степени заинтересованы инвестировании в социальный и символический капиталы, в увеличении шансов на рынке труда. Накопление человеческого капитала, напротив, представляет для них относительно меньший интерес. «Общительные прагматики» наиболее скептически относятся к результатам обучения на программах бизнес-образования. Они ниже оценивают влияние МВА на повышение уровня человеческого капитала, развитие навыков делового общения, повышение уверенности в себе, а также на укрепление позиции на рынке труда в результате получения престижного диплома. При этом они выше среднего оценивают роль бизнес-образования на расширение круга социальных контактов. Представители данной группы меньше, чем в среднем, тратят времени на подготовку к занятиям (4,9 часа в неделю).

Полученные группы различаются по представлениям об успехе, факторах успеха, ценностям и социально-экономическим характеристикам.

### **Литература**

1. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60 – 74.
2. Капелюшников Р.И. Современные буржуазные концепции формирования рабочей силы. М. Наука, 1981.
3. Coleman J.S. Social Capital in the Creation of Human Capital // Social Capital: a Multifaceted Perspective / Eds. P. Dugupta, I. Serageldin. Wash. DC: World Bank, 2000.