

进入中国20年,从神化到异化

三个小老板的MBA之旅

本报记者 崔滨 实习生 原玥 王澍

这两天,在济南开着一家会计事务所的刘伟,像挑白菜一样在3张MBA研修班录取通知书间犹豫;刚刚从一所三流大学MBA培训班结业的酒店老板王强,正盘算着如何代理一个MBA项目作为自己的新业务;而在中美两国分别进修过MBA的工程公司老板马勇,则感慨如今MBA的不靠谱。

1991年,教育部批准清华、复旦、人大等9所高校试行招收MBA研究生,首批招生只有84人;而到了20年后的2011年,开展MBA专业学位培养的招生院校已达236所,毕业生规模超过20万。

从最初行业领军人物的“精英教育”,到如今的小企业主遍地的“普及培训”,三个小老板的MBA之旅,折射出20年间MBA教育从“神化”到“异化”的变局。

全日制 研修班 总裁营 MBA 产品丰富

在经营一家会计师事务所4年后,进入不惑之年的刘伟开始感到身心俱疲。“打拼了这几年,本想淡出一线业务,安稳做个股东,结果反倒更忙了。”刘伟说。

如今,刘伟手下的员工已经增加到30多人,每年的业务往来也有近千万,但是规模增长带来的管理困难,以及今年经济景气状况的明显滑落,让刘伟不得不像创业之初时一样,白天亲力亲为处理行政事务,晚上还要四处应酬笼络客户。

“我已经不是小年轻了,像现在这样熬下去,我这身体真撑不了几年。而且,这也不是我创业的目的和想要的生活。”感到疲惫和迷茫的刘伟,萌生了“知识改变命运”的念头。

事实上,就在刘伟想要“充电”之前,德州的“思八达”培训公司已经不知疲倦地通过短信、电话“骚扰”了他数月之久,但刘伟还是觉得读一个MBA的学历教育更靠谱。

不过,当刘伟真的开始关注MBA时,他发现这个市场竟然和“思八达”鼓吹的“本源”、“三弦”等不知所然的概念一样玄妙。

“我们的MBA教育有全日制和研修班两种。”8月10日,省内一家重点院校的MBA教育中心工作人员向记者介绍,“全日制MBA需要经过全国统一的联考和本校的复试,结业时拿正规学位证书,但是难度比较大;如果你是企业的管理者或者管理经验丰富,可以读个研修班,这个报考条件比较宽松。”

■1991年,教育部批准清华、复旦、人大等9所高校试行招收MBA研究生,首批招生只有84人;而到了20年后的2011年,开展MBA专业学位培养的招生院校已达236所,毕业生规模超过20万。

■从最初行业领军人物的“精英教育”,到如今的小企业主遍地的“普及培训”,三个小老板的MBA之旅,折射出20年间MBA教育从“神化”到“异化”的变局。

事实上,针对不同层次的需求者,进入中国20年的MBA教育,已经衍生出一整套名目繁多、规格各异的“菜单”。

7月底,北大光华将2012年度的MBA学费上调了4万元,达到20.8万元;清华经管学院MBA也涨价6万至18.8万,随后,人大、中央财大、厦大等也争相提高学费标准,这些录取严格,教学广有口碑的名校,是MBA“菜单”中的“鱼翅”“海参”。

而在这些“硬菜”之外,MBA盛筵中,还有一些“家常菜”,比如不需要全国联考成绩的EMBA以及中外合办的MBA合作班,或者对联考成绩要求较低的MBA研修班,其价格大多在5万到10万之间。

另外,就是一些打着MBA旗号的“总裁班”、“俱乐部”和“特训营”等,不仅不需要考试选拔,连学历、工作经历也不作过多要求,这些占据着MBA市场中的最底层。

“真没想到,选个MBA比陪媳妇逛商店买衣服还麻烦”,刘伟指着办公桌上一大叠招生简

章说,“我这个年纪肯定不会去复习参加联考了,只能选择在职班或者研修班了。不过除了价格不能太高外,教学的质量以及学员的组成,我都要综合考虑。毕竟,除了要学习实战管理技能、开拓思路 and 眼界外,我也希望能通过上课,扩展一下人脉,寻找点新的业务机会。”

追明星 同学会 找业务 MBA 班成堂会

就在刘伟顶着盛夏骄阳,在各类MBA机构中左挑右选时,省城东部一家酒店的总经理办公室里,王强正喜滋滋地把MBA结业证用镜框装好,挂在摆放着金黄色貔貅的几案上方。而坐椅前的办公桌上,则是一张MBA开学典礼上,王强与某“明星”经济学家的合影。

聊起刚刚结束的MBA学习经历,王强的回忆可以用“活色生香”来形容。2009年秋,在花费了3.8万元后,王强成为一所西部地区高校在山东招收的MBA在职学员,“我们这个班有70多个学员,我一看点名册,做广告的,干外贸的,开小工厂的,当会计师的,一水儿的都是小老板,有个大企业的中层就算是好的了。”

在一年半的学习时间里,最让王强难忘的是开学典礼:“学校包了个4星级酒店最大的会议厅,还请来了现在特红的一个‘明星’经济学家给我们上第一堂课。典礼前大家一起吃了顿饭,还请了一群演员,连唱歌带说相声的,跟‘堂会’似的。”

让王强意想不到的,尽管自己只开着个不大不小的酒店,但是因为报名早,又和招生代理的学校合作方混得熟络,居然有幸成为那一期的班长,并在开学典礼上,第一个和出场费高达10万元的“明星”经济学家合影留念。

而说起上课的情形,王强只是轻描淡写:“还不就是那样,老师在上面讲,我们在下面听,偶尔讨论个案例啥的。70多个同学有的不来,或者来了就是打电话、发短信、聊天。”

王强急迫想告诉记者的,是课堂之外的事情,“课余时间学校还组织了一些活动,主要就是为了联络感情。正好我是班长,又是做餐饮的,就把联谊啊、聚会啊,都安排到我这儿,一来二去就和好多同学成了朋友,大家经常来捧场。后来我算了算,光这一年多从聚会上挣的钱,就够我学费的了。”

对于这次MBA之旅,王强感

觉像加入了一场盛大的社交游戏,“考试、答辩啥的就是走个过场,连老师也说,那个结业证是次要的,主要是给我们创造个交流的平台,扩大一下社交圈子。不过,用MBA教我的方法分析MBA,这个产业还是真赚钱。”

王强盘算着,今后能否找机会代理一个大学的MBA培训,“反正来上MBA的,要么是混个证书学历,今后好升官提拔;要么是为了多认识些人,扩展自己的业务,不愁没市场。而且只需要每个月找个酒店包一个会议厅,师资都是学校的。招生环节,学校会按人头给提成,一期结束还有分成,比我做餐饮还赚钱呢。”

从捞“大鱼”到养“虾米” MBA今后怎么办?

不同于刘伟、王强,与几个合伙人共同经营一家工程建设公司的马勇,可是有中美两张MBA学历的管理“达人”。

还在某家大型国企任中层时,马勇考取了省内一所大学的MBA,“当时只是为了那个学历,提高点竞争力;等自己跳出来想自己创业了,才觉得应该好好读个MBA。”

2009年,马勇远赴美国读了一所商学院的MBA,“感觉中美MBA教授的知识都差不多,但是美国人的教学方式特别适合真正做企业的管理者。”

马勇告诉记者,“开学第一堂课,老师给我们每人一张纸,让我们叠纸飞机,不能和其他人一样,还要比谁的飞机飞得远,一下子就让我感到商战的残酷了。”

之后的学习里,美国的商学院老师将学生们分成不同研究内容的行动学习小组,通过沙盘推演、现实操作等方式,促进马勇在自发的行动中学习专业知

识,掌握商业技能,塑造心智模式。

“和国内的MBA教育相比,感觉美国的老师特别接地气,非常注重从实战出发;而且美国的MBA学生,敢于把讲得不好的老师轰下讲台,因为他们付了昂贵的学费,就是要从老师那里解渴的。”

马勇眼里中外MBA教学之间的差距,仅仅是中国MBA 20年历程中的一个小小的缩影,尽管已有20余万毕业生之多,但在中国拥有一张MBA学历,并不等同于高薪和高管。一个广为人知的例子,1999年,在获得高盛的500万美元融资后,急欲扩大阿里巴巴营业规模的马云,一口气雇了几十位中外MBA,但接下来的几年,其中95%都因为缺乏实际管理技巧被马云解聘。

在7月9日举行的“中国MBA 20年高层论坛”上,厦门大学管理学院副院长戴亦一感慨,“2002年的时候,打个广告、办个论坛,就能招满一个班,还都是董事长、总裁一级的大鱼。现在MBA的学员,公司越来越小,职位越来越低,年龄越来越年轻。我们要思考,针对这种状况怎么培养MBA?”

而北京大学民营经济研究所、企业家研究中心主任王育琨则认为,在经历了20年的本土化发展后,MBA在中国应该从西方的现代先进理念回归本土需求。“MBA作为一种教育工具和产品,要抓住中国企业和企业家‘根’上的需求,不能只讲一些理论,还必须打通理论跟实际,要接地气,MBA应该是一种非常积极的超越自我,追求卓越的人生态度。”

(应采访者要求,刘伟、王强、马勇均为化名)

