

Алиса Толстова

## В процессе созревания

Отечественные программы MBA приобретают индивидуальные черты



Потенциальному слушателю бизнес-школы не помешает тщательно обдумать все «за» и «против», прежде чем потратить свои сбережения на профессиональное образование

Российский рынок MBA входит в стадию зрелости. По мнению экспертов, сейчас не стоит ожидать открытия новых школ, ведь уровень конкуренции в этой среде достаточно высокий. В то же время действующие школы в стремлении укрепиться на позициях лидеров сосредотачивают свое внимание на узкоспециализированных модульных программах, тем самым постепенно уходя с пути, проложенного их западными коллегами.

Сегодня слушатели не идут в бизнес-школы за престижным дипломом, а только за реальными знаниями, которые можно сразу применять на практике. Знания "на вырост" многих просто не устраивают. Да и для работодателя наличие диплома бизнес-школы теперь имеет вес исключительно вкупе с эксклюзивными знаниями и опытом.

"Школы реагируют на это по-разному. Например, в нашем учебном заведении традиционная аттестация по предметам заменяется подготовкой слушателями исследований по данным своих компаний. Обсуждение отчетов исследований в аудитории позволяет получить их авторам практические рекомендации по реальным проектам", - говорит Александр Олейник, директор Высшей школы бизнес-информатики

Национального исследовательского университета - Высшей школы экономики (ВШБИ). С ним соглашается Лариса Карташова, доктор экономических наук, профессор, директор Плехановской школы бизнеса Integral РЭУ им. Г.В. Плеханова, член Наблюдательного совета по аккредитации Международной ассоциации МВА (Великобритания): "Ожидания потенциальных слушателей от программ МВА становятся более осознанными и зрелыми. Одновременно бизнес-школы ведут себя активнее в продвижении программ и формировании адекватных ожиданий у слушателей и работодателей".

Эксперты признают, что едва ли не самой главной задачей российских бизнес-школ сегодня является обучение искусству действовать в условиях сверхвысоких рисков и волатильности. Именно поэтому российские программы МВА не должны слепо копировать западные, считает Яков Миркин, доктор экономических наук, профессор, научный руководитель Международной школы бизнеса Финансового университета, председатель совета директоров инвестиционной компании "Еврофинансы".

Впрочем, классический формат программ МВА, так называемый full-time MBA programme, в России так и не получил массового развития. Краткосрочные программы и программы сегмента Executive MBA всегда пользовались хорошим спросом среди слушателей. Сегодня спрос на них даже превышает спрос на классические программы МВА.

"Сам факт отсутствия full-time MBA programme на нашем рынке не является достаточным основанием для того, чтобы сделать вывод об уровне его зрелости или незрелости, хотя данный показатель учитывается в системах оценки, сложившихся за рубежом при рейтинговании бизнес-школ. Важно понимать, что и западная модель рынка МВА не свободна от проблем, серьезно обострившихся в период текущего экономического кризиса. Таким образом, нынешнее состояние рынка МВА в России является одним из объективных индикаторов текущего уровня развития национальной экономики", - говорит Александр Пушко, заместитель директора Банковского института Государственного университета - Высшей школы экономики.

### **Цена стабильности**

Помимо качества образовательных программ, квалификации преподавателей, времени обучения и престижа школ, на выбор слушателей влияет цена обучения. "Еще недавно мы считали, что спрос на образовательную услугу неэластичен по цене. Но это оказалось не так, - говорит Ольга Андреева, директор Бизнес-школы Всероссийской академии внешней торговли Минэкономразвития России (ВАВТ). - В нынешней ситуации "дорогие" бизнес-школы начали предоставлять скидки, иногда существенные - 25-30%. Важным для слушателей стал вопрос о рассрочке платежа".

В целом же стоимость обучения основной массы программ МВА в этом году не изменилась или увеличилась незначительно - на уровень инфляции. Стоимость же самых дорогих программ МВА несколько снизилась, тем самым сократился разрыв между самым дорогим и самым дешевым предложениями на рынке. Маловероятно, что грядущий весенний набор существенно повлияет на стоимость обучения в бизнес-школах. Высокий уровень конкуренции и не меняющийся с начала кризиса спрос на образовательные услуги не позволит школам поднять ценник. "По публикуемым оценкам и неофициальной информации, спрос на программы МВА в Москве существенно снизился, - подтверждает Ольга Андреева. - В 2010/2011 учебном году он сократился в 2-3 раза. Основная причина такого падения - неуверенность наших потенциальных слушателей в завтрашнем дне. Нам все чаще задают вопросы: нужны ли стране высококвалифицированные люди? Где можно применить свои знания? Дело в том, что выпускников МВА в России пока очень мало -

приблизительно 50 тыс. человек. Но даже им иногда сложно реализовать свои возможности".

Практикующие HR-специалисты соглашаются с тем, что потенциальному слушателю бизнес-школы в сложившейся ситуации не мешает тщательно обдумать все "за" и "против", прежде чем потратить свои сбережения на профессиональное образование или взять образовательный кредит. "Как такового дефицита специалистов с дипломами MBA на российском рынке нет, - говорит Елена Зажигалина, заместитель генерального директора рекрутинговой компании 3R Recruitment Company. - Чаще всего работодатель расценивает бизнес-степень соискателя как дополнительное преимущество. Хотя, конечно, бывали в моей практике и вакансии, на которые рассматривали только людей, получивших MBA. Это были как топовые позиции в крупных российских холдингах, так и руководящие стратегические - в международных компаниях".

Не должно измениться в этом году и количество бизнес-школ. По словам Александра Олейника, в столице рынок MBA достаточно насыщен, поэтому открытия новых бизнес-школ ожидать не стоит. В регионах же недостаточно преподавателей-практиков для качественного обучения, да и платежеспособность населения невысокая. Здесь также не будет массового открытия бизнес-школ. "Можно сказать, что в Москве предложения по бизнес-образованию превышают спрос. А в регионах предложения не всегда соответствуют ожиданиям потенциальных слушателей", - полагает эксперт.

А Юрий Тазов, директор по маркетингу Высшей школы международного бизнеса (ВШМБ) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, президент Российской лиги MBA, считает, что для суперпрофессионалов место на рынке еще есть: "Думаю, процесс создания новых бизнес-школ, в том числе в регионах, резко активизируется в ближайшие год-два. Сегодня конкуренция между школами на первый взгляд высокая, но, с другой стороны, конкуренции нет, так как на рынке мало предложений качественных программ MBA. Большинство из них созданы по канонам 90-х годов прошлого столетия. Та школа, которая предложит рынку программы, адекватные его нынешнему состоянию, имеет шанс серьезно потеснить сегодняшних игроков".

### **Ближе к делу**

В ближайшее время формирующаяся сейчас тенденция - сужение специализаций программ MBA - проявится в большей степени. "По мере развития рынка MBA слушатель становится другим. Еще на стадии выбора программы он внимательнейшим образом анализирует и сравнивает ее содержание с аналогичными программами других школ, он делает осознанный выбор тех программ, которые в большей степени отвечают его профессиональному и карьерному росту, - говорит Александр Пушко. - Но и содержание самих программ MBA уже меняется от общеменеджеральных в пользу специализированных практикоориентированных. Это касается прежде всего программ в области финансов и финансовой аналитики".

Александр Олейник считает, что рынок бизнес-образования в России будет развиваться за счет совершенствования собственно образовательного процесса и развития дистанционных форм обучения. Появится больше практической работы у слушателей, они будут вовлечены в реальные проекты, будут активно применять симуляторы.

"Дальнейшее развитие программ MBA будет проходить в непростых условиях, - добавляет Лариса Карташова. - В связи с кризисными явлениями в экономике, массовыми увольнениями и снижением покупательной способности платежеспособный спрос на программы MBA в предыдущие годы снижался. По ряду оценок, он упал на 40-50%.

Несмотря на появление прогрессивных тенденций в этой области, положение будет оставаться сложным и в предстоящие годы".

Эксперт считает, что в этих условиях бизнес-школы будут вынуждены использовать нестандартные и гибкие решения, например, переходить к открытому набору в течение всего года. Будет усиливаться ориентация на глобальные межфункциональные и межотраслевые управленческие ("джерналистские") программы, практиковаться дробление программ MBA на отдельные модули (так называемый "MBA-конструктор").

Еще один тренд на рынке бизнес-образования, который в будущем обещает набрать обороты, - образовательные программы по корпоративной социальной ответственности. По мнению экспертов, вопросы социальной ответственности должны не только рассматриваться в качестве самостоятельной дисциплины, но и присутствовать в основных управленческих дисциплинах, таких как стратегический менеджмент, финансы, маркетинг, управление персоналом, управление инновациями. "Ведущие транснациональные, а в последнее время и многие российские компании включают социальную ответственность в число приоритетных управленческих компетенций руководителей", - резюмирует Лариса Карташова.