

<http://www.kommersant.ru/doc/1500576>

Учебная тревога



"Секрет фирмы" совместно с компанией HeadHunter провел опрос выпускников российских бизнес-школ и составил список лучших программ МВА. Это единственный в России рейтинг МВА, основанный на мнении тех, кто закончил данную программу. впервые правильность применения методики рейтинга российских бизнес-школ подтвердила международная аудиторская компания.

Текст: Юлия Фуколова, Владислав Коваленко, Светлана Горбачева (таблицы)

Российскому бизнес-образованию — 20 лет, но 2009 год стал для бизнес-школ самым тяжелым испытанием за все это время. "Я предполагаю, что многие лидеры в ближайшие два-три года с рынка либо уйдут, либо сольются с сильными игроками. Среди российских топ-20 поменяется более половины названий", — сказал **СФ** ректор Института бизнеса и делового администрирования (ИБДА) АНХ Сергей Мясоедов.

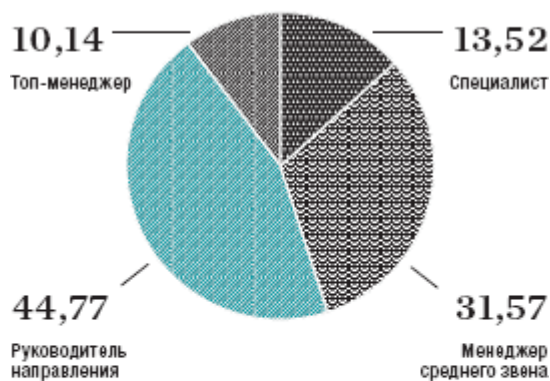
Если судить по рейтингу **СФ**, четвертому по счету, то расстановка сил уже меняется.

Лидирующие позиции вернула себе Высшая школа бизнеса (ВШБ) МГУ. В 2009 году она занимала второе место, а в 2008-м и 2007-м — первое. Здесь, по мнению выпускников, самый высокий входной барьер (средний балл школы по показателю "скрупулезность отбора слушателей" в нашем рейтинге — 8,38 из 10) и одни из самых жестких условий обучения (8,38 балла по показателю "требовательность преподавателей"). Например, выпускник ВШБ МГУ 2010 года Игорь Вояковский поначалу даже не рассматривал эту бизнес-школу — смущало препятствие в виде вступительного экзамена. Нужно было проанализировать бизнес-кейс и пройти тест — аналог GMAT. К испытаниям пришлось серьезно готовиться, но позже его усилия окупились. "После каждого курса я мог что-то использовать на практике, а некоторые мои коллеги умудрились внедрить в своих компаниях до 80% услышанного", — говорит Игорь.

В первой пятерке появились и новички. Это Высшая школа маркетинга ГУУ, Институт делового администрирования и бизнеса (ИДАБ) Финансовой академии, а также центр "Бизнес и маркетинг" факультета Института менеджмента и маркетинга АНХ — они заняли соответственно второе, третье и четвертое места. Их выпускники высоко оценили своих преподавателей, а также полученные знания и навыки. "Преподаватели буквально заставляли наши мозги кипеть", — вспоминает Сергей Белов, выпускник ВШМ ГУУ 2008 года. На пятом месте — ИБДА АНХ, его программа МВА из года в год входит в топ-5 нашего рейтинга.

КАКИМ БЫЛ ВАШ СТАТУС К МОМЕНТУ ПОСТУПЛЕНИЯ НА МВА?

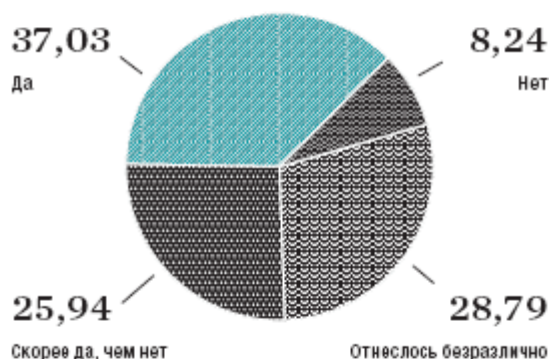
%



Ответили 1213 человек

ПОДДЕРЖАЛО ЛИ РУКОВОДСТВО ВАШЕЙ КОМПАНИИ ЖЕЛАНИЕ ОБУЧАТЬСЯ ПО ПРОГРАММЕ МВА?

%



Ответили 1226 человек

ИСТОЧНИК ОПЛАТЫ ЗА ОБУЧЕНИЕ

%



Ответили 1241 человек

Справедливости ради стоит сказать, что мы внесли в методику расчета некоторые изменения, поэтому напрямую сравнивать нынешний и предыдущий рейтинги не совсем корректно. Исследование **СФ** — единственное в России, которое учитывает мнение самих выпускников. Кроме того, вес всех параметров, влияющих на качество обучения (и, соответственно, на итоговый балл), тоже определяют обладатели дипломов МВА. Исключением до сих пор был один фактор — стоимость обучения, его вес мы определяли

самостоятельно (25%). Теперь же значение этого фактора оценили наши респонденты (5,37%), предварительно ответив на вопрос, существует ли корреляция между качеством обучения и его стоимостью.

Год пустых аудиторий

Если судить по отзывам выпускников (в этом году мы получили и обработали 1257 анкет), то в целом они довольны полученным на МВА образованием. Подавляющее большинство (91%) порекомендовали бы свою alma mater знакомым, а 50% опрошенных готовы продолжать обучение в этой же школе по другим учебным программам.

Однако такие цифры еще не повод для оптимизма. Скорее всего, здесь имеет место фактор лояльности. Тем более что по другим пунктам анкеты выпускники не торопились ставить школам высокие баллы, а в комментариях звучали и нелицеприятные отзывы. Вроде таких: "Полная лажа при нереальной цене", "В последнее время бизнес-школы забыли, что МВА — для управленцев, а не для всех, у кого должность "менеджер"", "У нас на 30-50% курсов сидит добрый человек и словно пономарь читает с листов заранее подготовленной презентации".

Проблема бизнес-школ (как, впрочем, и всей российской экономики) — отсутствие реальной конкуренции. "Если менеджер хочет систематизировать знания, но не знает английского языка, то в западную бизнес-школу он не поступит. А значит, кроме как на российскую программу МВА, податься ему практически некуда,— рассуждает президент компании HeadHunter Юрий Вировец.— В этом смысле российские бизнес-школы обречены на успех: хороши они или плохи, у них всегда будут слушатели".

Но, похоже, кризис все-таки заставил школы шевелиться. "Разборчивость клиентов за последние несколько лет выросла многократно,— признает Сергей Мясодев.— Рынок сказал: не будем платить шальные деньги за средненький продукт, и сказал довольно жестко. Более половины бизнес-школ набирают лишь 40-60% слушателей от докризисного уровня, а о листе ожидания и говорить не приходится". Например, в Высшей школе менеджмента (ВШМ) ГУ-ВШЭ уже второй год подряд отказываются от весеннего потока на МВА: не набирается необходимого количества слушателей (правда, с сентябрьскими потоками у ВШМ все складывается удачно). Однако есть и исключения. По словам декана ВШБ МГУ Олега Виханского, в прошлом году школа вместо одной планируемой группы набрала две.

При этом целевая аудитория явно не бедствует. Так, на самую дорогую российскую программу — Executive MBA Московской школы управления "Сколково" стоимостью 90 тыс. евро — в этом году поступили 37 человек. А на второй поток full-time MBA "Сколково" зачислены около 40 слушателей, хотя стоимость увеличилась с 50 тыс. до 60 тыс. евро (эта школа не участвует в нашем рейтинге, так как в ней еще не было ни одного выпуска МВА). Как утверждают в школе, конкурс на последнюю программу составил два человека на место. Так что вопрос не только в деньгах, но и в отдаче от обучения.

"Кризис показал, что людям нужны компетенции, а не "корочки". Компетенции МВА не дает. Это скорее база, общеобразовательная программа, в этом смысле она полезна, особенно при сложившемся уровне дилетантизма в России. Но не более того",— рассуждает Сергей Мордовин, ректор ИМИСП.

Бизнес-школы начали искать выход из ситуации. Самый простой путь — демпинг. Свои расценки снизили многие учебные заведения, иногда завуалированно, в виде скидок на 5-30%. Более продвинутые пытаются нащупать, что же нужно слушателям в нынешних условиях.

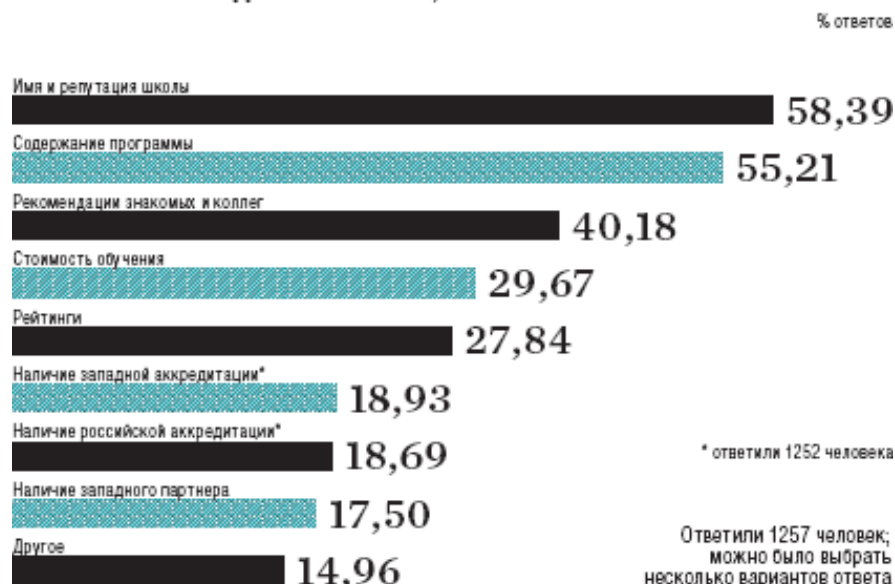
55 % выпускников МВА из 768 опрошенных считают, что между качеством обучения и его стоимостью есть прямая зависимость. 24% респондентов полагают, что зависимость сильная

Учебная нагрузка

По словам Сергея Мясоедова, на МВА до недавнего времени не слишком много внимания уделяли "хард-дисциплинам": количественным методам в управлении, управлению операциями, риск-менеджменту и т. д., вплоть до умения обчислить определенный проект. Но слушатели должны изучать и конкретные бизнес-технологии, а не только "управленческий софт" — лидерство, искусство ведения переговоров и т. п. В этом смысле показательно, что второе, третье и четвертое места в нашем рейтинге заняли специализированные программы МВА по маркетингу и финансам. Однако делать упор на формирование практических навыков собираются далеко не все школы. Так, в ВШБ МГУ на курсе МВА тоже довольно много "инструментария", примерно две трети программы, а остальное, по словам Олега Виханского, — философия и видение бизнеса, они пронизывают все дисциплины. В ВШБ также против того, чтобы увеличивать число узкоспециальных курсов по выбору.

МВА должен оставаться "джерналистским", считают в ВШМ ГУ-ВШЭ. "Я против избыточной прагматизации образования. Если человеку нужны навыки, ему стоит идти на тренинги. А образование — это формирование мировоззрения, — рассуждает декан ВШМ ГУ-ВШЭ Сергей Филонович. — Не вижу ничего дурного в том, что одни школы делают акцент на навыках, а другие учат думать. Мне ближе второй подход". Но, видимо, во время кризиса основная масса людей хочет получить в результате обучения прикладные знания и умения, которые можно использовать сразу. Возможно, именно поэтому ВШМ ГУ-ВШЭ, пользующаяся большим авторитетом на рынке, в нынешнем рейтинге заняла лишь 15-е место.

ЧЕМ ВЫ РУКОВОДСТVOВАЛИСЬ, ВЫБИРАЯ БИЗНЕС-ШКОЛУ?



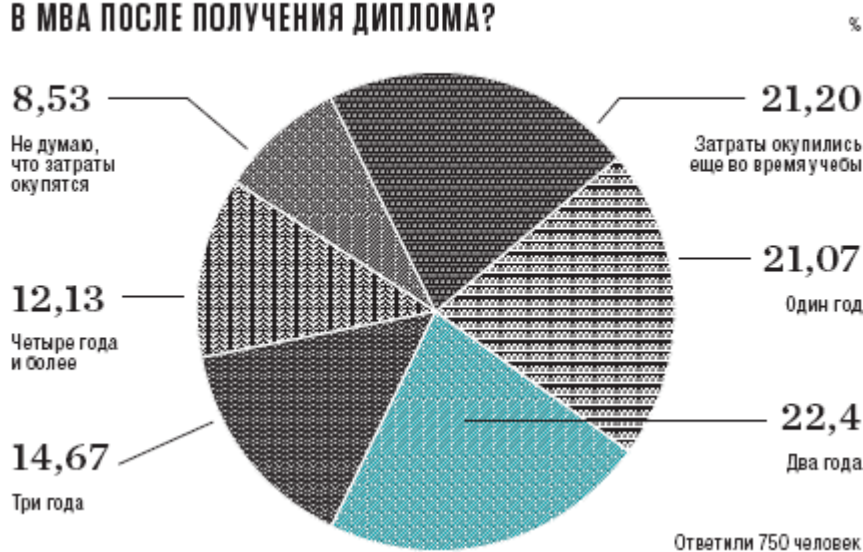
Еще один тренд, по мнению Сергея Мясоедова, — лучшие школы начали проводить политику up & down, то есть стараются разводить аудитории топ- и средних менеджеров. В частности, содержательно разграничивают программы МВА и ЕМВА (которые в России часто отличались разве что ценой). На ЕМВА люди приходят не столько за навыками, сколько за сменой парадигмы, считает Олег Виханский. Многие его коллеги с этим согласны.

Например, ИБДА планирует в нынешнем году запустить новую программу ЕМВА — "Стратегическое управление и лидерство", которая будет стоить 1,2 млн руб., и набирать

на нее собирается исключительно топ-менеджеров. Основной упор школа сделала на саморазвитие личности: количество тренингов (в том числе на стыке театрального искусства и менеджмента) увеличили в два раза по сравнению с прежним форматом. Также добавили новый модуль, посвященный work & life balance. В программу входит стажировка в английской бизнес-школе Judge Business School University of Cambridge. Вместе с тем школа сохраняет и прежний формат EMBA (стоит 800 тыс. руб.) с ориентацией на стратегию бизнеса.

Еще раньше к идее перезапуска EMBA пришли в ВШМ ГУ-ВШЭ. "Когда в 2002 году мы только открывали EMBA, казалось, что страна движется к рыночной экономике. Но эти ожидания не оправдались, и то, чему мы учили, мало пригодно в нынешних условиях,— рассказывает Сергей Филонович.— Мы пришли к выводу, что сейчас наша главная задача — помочь менеджерам повысить их личную конкурентоспособность".

КАКОВ, НА ВАШ ВЗГЛЯД, СРОК ВОЗВРАТА ИНВЕСТИЦИЙ В MBA ПОСЛЕ ПОЛУЧЕНИЯ ДИПЛОМА?



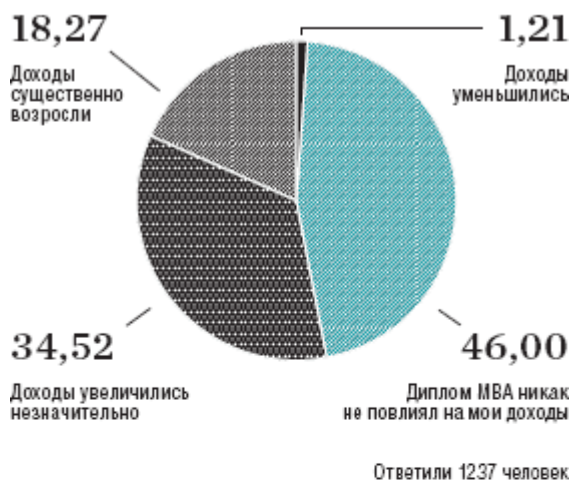
В прошлом году ВШМ полностью переформатировала EMBA — теперь она называется "Бизнес-лидер будущего". Если раньше слушателей учили решать задачи, связанные с бизнесом, то теперь функциональным проблемам посвящены только шесть модулей из 18. Остальные охватывают более широкие темы, например "культура и бизнес", "неопределенность, риск и успех", "креативность и творчество" и т. п. Плюс два выездных модуля — на Байкале (см. [СФ N4/2010](#)) и в Словении. При этом стоимость EMBA осталась прежней — около 700 тыс. руб.

В похожем направлении мыслят и в ВШБ МГУ. "Хорошее образование открывает глаза на окружающий мир, а отличное образование открывает глаза на самого себя", — говорит Олег Виханский. На программе EMBA ВШБ МГУ преподаватели много внимания уделяют этической стороне бизнеса и созданию социального капитала. Скажем, для многих слушателей становится открытием, что прибыль — это не цель, а результат деятельности. "Ключевая категория — проблема доверия. Многим кажется, что это неважно, но мировая практика показала, что доверие оправдывает себя и с экономической точки зрения", — продолжает декан. Любопытно, что слушатели EMBA ВШБ МГУ очень позитивно воспринимают подобную информацию, слушатели MBA — хорошо, студенты магистерской программы — со скепсисом, а для бакалавров это, скорее, красивые рассуждения.

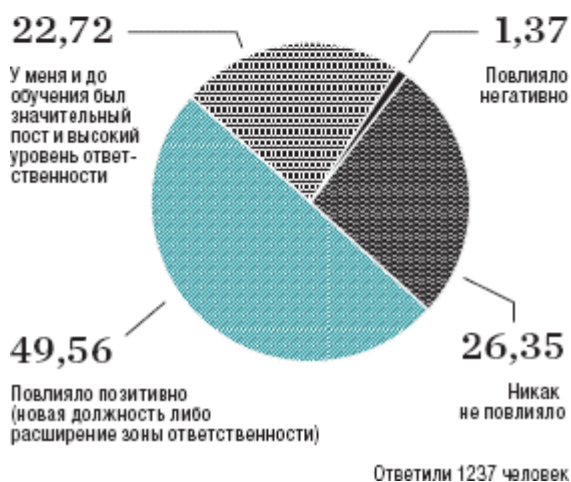
1800 часов — столько времени, согласно государственному стандарту, должен отучиться слушатель для получения квалификации Master of Business Administration (MBA). Из них аудиторные занятия должны составлять не менее 750 часов

Корпоративный крен

ПОВЛИЯЛО ЛИ ОБУЧЕНИЕ НА ВАШИ ДОХОДЫ?



ПОВЛИЯЛО ЛИ ОБУЧЕНИЕ НА ВАШУ КАРЬЕРУ?



"Я сейчас еду в машине, у меня встреча в японской компании,— извиняется Сергей Мордовин за плохую телефонную связь.— Боремся за крупный заказ. Компания не хочет отправлять сотрудников на обычную МВА, им нужно, чтобы "смастерили" программу под них". В прошлом году ИМИСП выиграл другой крупный тендер, в котором участвовали еще 12 российских школ бизнеса,— победителю достался трехлетний контракт с компанией "Уралкалий". Бизнес-школа разработала комплексную программу обучения для 300 сотрудников "Уралкалия", начиная от бригадиров и заканчивая топ-менеджерами.

Налицо парадоксальная ситуация. В кризис бизнес-школы в первую очередь потеряли слушателей МВА и EMBA, которые учились (или собирались учиться) за счет работодателей. Но в то же время учебные заведения получают новых корпоративных клиентов, которые платят немалые деньги, даже если находятся в сложном финансовом положении. В чем причина?

"Раньше обучение на МВА нередко было бонусом, например за хорошую работу. Сотрудников посылали в бизнес-школу на всякий случай, непонятно для чего. Вот эти бюджеты после кризиса были порезаны, и совершенно правильно",— объясняет ректор Классической бизнес-школы Петр Калошин. Сейчас же, по его словам, к бизнес-школам

обращаются компании, у которых есть конкретные задачи, например, они готовятся совершить скачок или им нужна новая стратегия. "В этом случае корпоративное обучение становится элементом развития бизнеса, люди решают производственные проблемы с преподавателями прямо во время учебы, "по живому"" — продолжает Калошин. Так, до кризиса в Классическую бизнес-школу работодатели посылали одного-трех человек. А теперь направляют целыми группами — например, недавно за парту сели около 30 сотрудников компании "Берингов" (розничная торговля бытовой электроникой).

Рост корпоративных заказов бизнес-школы отмечали и до кризиса, но сейчас, на фоне падения интереса к МВА, этот факт особенно радует руководителей учебных заведений. При этом интересы компаний резко сместились от открытых к кастомизированным программам. По словам исполнительного директора Центра корпоративных программ Высшей школы менеджмента (ВШМ) СПбГУ Екатерины Карельской, по сравнению с предыдущим учебным годом выручка ее подразделения выросла на 20%, а у "Сколково" доходы от корпоративного обучения практически удвоились. ИМИСП вообще сделал ставку на работу с компаниями. "Мы планируем к 2013 году довести наш портфель корпоративных программ до 75% в обороте, в 2009-м он уже составил 50%", — сообщил Сергей Мордовин.

Лицом к "программам на заказ" повернулись даже те школы, которые раньше занимались только долгосрочным обучением. Так, в ИБДА до 2008 года отказывались от подобных заказов, потому что не хватало ресурсов, да и повторять готовую унифицированную программу намного проще. Но сегодня в обороте ИБДА выручка от корпоративного обучения занимает 10-15%.

Кстати, в России кастомизированные программы далеко не всегда заоблачно дороги. С одной стороны, штучные проекты стоят больше, чем МВА и ЕМВА. Но заказчик зачастую берет за основу обычную МВА, сокращает или выбрасывает лишние, на его взгляд, курсы, в итоге обучение в пересчете на одного сотрудника обходится дешевле, чем стандартная программа. При этом преподаватели, как правило, сами приезжают на предприятие.

Но, несмотря на возросший спрос со стороны компаний, далеко не все школы могут претендовать на корпоративные бюджеты.

Рейтинг	Школа	Численность выпускников	Средняя зарплата выпускников	Средняя стоимость обучения (тыс. руб.)	Оценки выпускников (по 10-балльной шкале)	Средняя оценка по результатам опроса	Средняя зарплата выпускников	Средняя стоимость обучения (тыс. руб.)	Средняя оценка по результатам опроса
1	Высшая школа экономики (ВШЭ)	7670	2491	400000	8340	8,58	8340	8,58	8,58
2	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	3740	2148	400000	8100	8,43	7380	8,25	8,38
3	Институт менеджмента бизнес-систем (ИМБС) Финансового университета при Правительстве РФ (ФУПР)	3670	1891	450000	7219	8,50	8090	8,37	8,78
4	Центр бизнес-образования «Сколково» (СКОЛКОВО)	3570	1481	400000	5520	8,41	8130	8,39	8,80
5	Институт бизнес-образования бизнес-систем (ИБОБС) АУИИМБАУ	3410	0,39	640000	6390	7,97	8340	8,30	7,45
6	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	3388	1,30	600000	7320	8,28	8130	8,14	8,47
7	Международный институт менеджмента (ИМ) МЭИ	3270	1,49	494000	5048	8,28	7850	8,25	8,21
8	Школа менеджмента и инноваций факультета МЭИ (МЭИ)	3270	1,50	380000	5051	8,46	8090	8,23	8,26
9	Центр менеджмента программ (ЦМП) факультета «Менеджмент» СПбГУ	3228	1,49	700000	6649	8,46	8060	8,37	8,85
10	Московский институт менеджмента (МИМ) МГУ	3199	1,25	490000	5311	8,19	7200	8,11	7,94
11	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	3125	1,34	540000	6044	8,46	7790	8,40	7,60
12	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	2978	1,86	580000	5100	8,03	8090	7,97	6,79
13	Институт бизнес-образования (ИБО) МЭИ	2842	0,70	68822500	7380	7,60	8070	7,68	6,39
14	Институт бизнес-образования (ИБО) МЭИ	2830	2,35	187750	5885	7,65	8070	7,60	7,31
15	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	2800	1,79	690000	5300	8,41	7380	8,17	7,47
16	Институт менеджмента бизнес-систем (ИМБС) СПбГУ	2781	1,53	480000	5200	7,64	8030	7,74	7,04
17	Факультет менеджмента (ФМ) СПбГУ	2734	2,11	490000	5449	7,92	7300	7,83	7,26
18	Международный институт менеджмента (ИМ) МЭИ	2680	1,27	290000	5040	7,93	8060	7,80	6,89
19	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	2667	4,89	590000	4340	8,74	8040	8,90	7,18
20	Институт менеджмента бизнес-систем (ИМБС) СПбГУ	2525	4,03	250000	5179	7,71	8040	7,43	6,64
21	Факультет профессионального менеджмента (ФПМ) СПбГУ	2471	2,09	370000	5300	8,19	7300	7,80	7,21
22	Международный институт менеджмента (ИМ) МЭИ	2283	0,47	580000	3900	8,00	8080	7,80	5,83
23	Бизнес-школа (БШ) СПбГУ	2270	3,84	510000	6084	8,00	8060	8,17	7,00
24	Институт менеджмента бизнес-систем (ИМБС) СПбГУ	2192	1,71	400000	5174	8,32	8010	8,17	6,80
25	Высшая школа менеджмента (ВШМ) СПбГУ	2189	1,74	490000	6649	8,32	8060	8,40	7,80
СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА ПО ВСЕМ БИЗНЕС-ШКОЛАМ					5810	8,22	7790	8,26	7,98

определены по методике рейтинга

На ловца и клиент

"Очевидно, что обслуживать крупные компании могут только те школы, которые имеют для этого соответствующие ресурсы", — считает и. о. декана ВШМ СПбГУ Игорь Баранов. И в первую очередь преподавателей. Кроме того, необходимы кейсы, деловые игры, а их разработка стоит больших денег. Иногда нужны и внешние партнеры. Например, разрабатывая корпоративную программу для НК "Роснефть", ВШМ СПбГУ привлекла к сотрудничеству BI Norwegian School of Management, которая традиционно сильна в работе с нефтяной отраслью. Без наработанных связей подобные проекты выполнить труднее.

Наконец, небольшим школам, по всей видимости, придется тягаться с новыми крупными учебными заведениями, которые создает государство. Власти активно поддерживают ВШМ СПбГУ и "Сколково" (последнюю пока только морально). Кроме того, в России за последнее время созданы семь новых федеральных университетов (например, Арктический в Архангельске, Приволжский в Казани и пр.). По замыслу правительства, эти вузы должны рано или поздно войти в мировые рейтинги. "При университетах будут открываться и бизнес-школы, — полагает Мясоедов, — а крупный бизнес как потребитель учебных услуг хочет иметь дело с крупными игроками".

Так что если за спиной школы не маячит бренд сильного вуза и отсутствуют серьезные компетенции, то шансы удержаться в обойме у нее невелики.

Как мы считали

Рейтинг MBA РФ - единственное в России исследование, которое проводится по принятой на Западе методике - путем опроса самих выпускников. Мы включили в рейтинг бизнес-школы Москвы и Санкт-Петербурга, выпустившие не менее трех поколений дипломников MBA и продолжающие набирать на программы MBA в нынешнем году. В этом, четвертом по счету, исследовании мы доработали методику. Рейтинг стал более

актуальным: в нем принимают участие только выпускники, завершившие обучение по программе МВА в 2008-2010 годах. Наше исследование абсолютно независимо не только от бизнес-школ, но и от организаторов исследования, то есть от редакции СФ. Вес всех 13 критериев, по которым исследовались программы, включая стоимость обучения, теперь оценивают сами выпускники. На первом этапе в рейтинге участвовали 1257 выпускников из 42 школ. На втором этапе мы отбросили школы, по которым было собрано менее 12 анкет, и для оценки оставили 29 школ.

У наших респондентов не было возможности сравнить качество образования МВА в различных бизнес-школах. Поэтому оценки, поставленные выпускниками, следует интерпретировать как степень удовлетворенности респондентов качеством обучения.

В основе итогового балла школы лежит балл, поставленный школе каждым ее выпускником, участвовавшим в исследовании, который рассчитывался по формуле:

$$B_{\text{вып}} = \frac{\sum (k_i \times w_i) \times Y_{\text{прям}} + k_{12} \times w_{12} \times Y_{\text{обр}}}{n}$$

где k_i - балл по критерию; w_i - вес критерия; $Y_{\text{прям}}$ - прямой коэффициент года (1 для 2010-го, 0,67 для 2009-го, 0,33 для 2008-го); $i = 1, 2, 3, 11, 13$; $Y_{\text{обр}}$ - обратный коэффициент года, n - количество оцененных выпускником критериев.

Для повышения достоверности исследования, исключалось по одному максимальному и минимальному значению.

Далее по году, охваченному исследованием, мы высчитывали средний балл для каждой школы по формуле:

$$B_{\text{год}} = \frac{\sum_{i=1}^n B_{\text{вып},i}}{n}$$

где n - количество анкет за соответствующий год.

Итоговый балл, по которому проводилось рейтингование, рассчитывался по формуле:

$$B_{\text{итог}} = \frac{B_{2008} + B_{2009} + B_{2010} + B_{\text{без года}}}{n}$$

где n - количество временных периодов с ненулевым количеством анкет.

Поскольку оценки выпускников за разные годы вносят разный вес в балл школы, в этом году мы решили рассчитать среднюю ошибку выборки также с учетом года:

$$\mu_{\text{года}} \approx \sqrt{\frac{\sigma_{\text{года}}^2}{n_{\text{года}}} \times \left(1 - \frac{n_{\text{года}}}{N_{\text{года}}}\right) \times Y_{\text{прям}}}$$

где (сигма в квадрате) - дисперсия оценок выпускников за соответствующий год, n - количество опрошенных выпускников того же года, N - общее количество выпускников того же года.

Затем мы рассчитывали среднюю ошибку выборки школы:

$$\mu_{\text{школы}} = \frac{\mu_{2008 \text{ и без года}} + \mu_{2009} + \mu_{2010}}{n}$$

где n - количество слагаемых чгода от 1 до 3.

Исходя из средней ошибки, мы рассчитали доверительный интервал при коэффициенте доверия $t = 1,5$ (то есть итоговый балл школы, согласно функции А. М. Ляпунова, не выходит за пределы доверительного интервала с вероятностью 87%).

Чтобы подтвердить правильность применения нашей методики, мы обратились к независимым экспертам — международной аудиторской компании PricewaterhouseCoopers.

