

СТРАНИЦЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

УДК 378.1

АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С.В.Анисимова

Тверской государственной университет», г.Тверь

Автор представляет результаты исследования региональных бизнес-школ России и делает выводы относительно факторов, определяющих их успех.

Ключевые слова: *бизнес-образование, бизнес-школа, регион.*

В целях изучения опыта построения региональных бизнес-образовательных структур, был проведен анализ более 38 бизнес-школ, расположенных в разных регионах (федеральных округах) нашей страны. Принадлежность бизнес-школы к конкретному федеральному округу была выбрана по причине наиболее вероятной профессиональной и образовательной мобильности трудовых ресурсов именно в пределах округа.

Отбор объектов исследования был осуществлен выборочно. Выборка для анализа была основана на принципе успешности бизнес-школы, подтвержденной членством в Российской ассоциации бизнес-образования [1] (ни одна из организаций Тверской области не является членом РАБО). Для анализа были использованы публичные материалы региональных бизнес-школ, представленные ими на собственных сайтах, а также полученные по электронной почте ответы на возникающие в рамках исследования вопросы. Априорным предположением исследования являлось следующее: если в бизнес-школе занимаются какой-то деятельностью достаточно активно (консалтинг, стажировки за рубежом, налаженные контакты с местным предпринимательским сектором и прочее), то утаивать их и не заявлять на официальном сайте – плохая маркетинговая политика школы. А с учетом того, что это образование «особенное» и должно само учить успешной организации и работе бизнес-структур – это плохо говорит о самой бизнес-школе. Поэтому будем считать, что заявленные сведения полноценны и дают корректное описание деятельности каждой бизнес-школы.

Так как целью анализа являлась оценка региональных бизнес-школ, то столичные бизнес-школы здесь не рассматривались (это касается Москвы и С.-Петербурга).

В Центральном и Южном федеральных округах были проанализированы по 4 бизнес-школы, в Северо-западном и Дальневосточном федеральных округах по 3 бизнес-школы (С.-Петербург и Ленинградская область не рассматривались). В Сибирском федеральном округе достаточно активно развит сектор бизнес-образования, проанализировано 6 бизнес-школ. В Уральском федеральном округе - 9 бизнес-школ. В Приволжском федеральном округе - 10 бизнес-школ. Единственный регион, на территории которого нет ни одной бизнес-школы – Северо-Кавказский федеральный округ. Основной причиной данного факта можно предположить отсутствие платежеспособного спроса населения, обусловленного слабо развитым реальным сектором экономики, высоким уровнем безработицы (наряду с высоким процентом занятости населения в низкооплачиваемых секторах экономики), низкими показателями качества жизни населения, высокой дотационностью большинства бюджетов округа и другими социально-экономическими факторами.

Анализ проводился в несколько этапов:

- составление карт-схемы для анализа и обеспечения его наглядности и сопоставимости исследуемых факторов;
- заполнение карт-схем, придерживаясь принципа региональной принадлежности (по городам и федеральным округам);
- описание результатов.

Разработанная карт-схема анализа региональных бизнес-школ России представлена в табличной форме (см. табл.1).

Таким образом, социально-экономическое положение региона влияет на количество существующих в нем бизнес-школ. Чем выше показатели, его характеризующие, тем больше бизнес-школ представлено. Структурные диспропорции, складывающиеся в экономике региона, не всегда учитываются в образовательных программах бизнес-школ регионов.

Самое большое количество бизнес-школ было открыто в периоды, совпадающие с общероссийскими тенденциями. Так 18 бизнес-школ были открыты до 2000 г. (после распада СССР, когда вузы искали возможности выжить в новых реалиях ведения финансово-образовательной деятельности, а также как продолжатели начинаний советских времен, когда на базе вузов были созданы центры отраслевого и межотраслевого повышения квалификации и профессиональной переподготовки), 10 – в период с 2001 по 2007 г. (после выхода федерального закона о дополнительном профессиональном образовании), 3 в 2011 году (после 2004 г. как следствие развития экономики России). О семи бизнес-школах информация отсутствует, но предполагается присутствие тех же тенденций.

Таблица 1.

№ п/п	КРИТЕРИЙ	НАЗВАНИЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ
1.	Дата образования бизнес-школы	
2.	История образования	
3.	Занимается ли консалтинговыми услугами	
4.	Организован ли механизм общения с активной частью предпринимательского сектора во время обучения и/или после него	
5.	Налажен ли контакт с зарубежными партнерами:	
5.1.	стажировки	
5.2.	заимствование учебно-методических материалов и технологий	
6.	Аккредитованы ли программы бизнес-образования	
7.	Перечень предлагаемых программ:	
7.1.	повышение квалификации	
7.2.	профпереподготовка	
7.3.	второе высшее	
7.4.	МВА	
7.5.	программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации (Президентская программа)	
7.6.	тренинги	
7.7.	корпоративные программы	
8.	Условия поступления на программу МВА	
9.	Особенности профессорско-преподавательского состава	
10.	Стоимость программ МВА	
11.	Опубликована ли информация о выпускниках бизнес-школы	
12.	Сайт бизнес-школы	

В большинстве случаев (44%, 17 из 38 изученных) бизнес-школы образованы на базе высших учебных заведений в качестве одного из направлений развития их деятельности (в частности, активизировались государственные вузы, в том числе «непрофильные»,

ориентированные на привлечение дополнительных доходов от образовательной деятельности). На одной позиции находятся преемственные структуры со времен СССР и те, кто был образован благодаря инициативе зарубежных партнеров – по 11% (по 4 бизнес-школы). В ряде случаев с такой инициативой выступил не сам вуз, а его зарубежный партнер (в качестве поиска новых рынков) или же региональные власти (1 бизнес-школа, 3%). Как показывает исследование, практика организации независимых от других образовательных структур бизнес-школ (5 % от общего числа), в нашей стране не популярна. Несмотря на то, что о 26 % (10) бизнес-школ информация закрыта, можно предположить, что внутри данной группы пропорции примерно такие же.

В целом из 38 исследованных региональных бизнес-образовательных структур предоставлением консалтинговых услуг занимается только 14 бизнес-школ (36,8 %), оставшиеся 63,2 % (24 школы) не занимаются данным видом деятельности. Среди занимающихся 14 школ наиболее популярным направлением (100 %) является управленческий консалтинг, также распространенными направлениями являются маркетинговый консалтинг, консультирование по различным вопросам, связанным с экономической деятельностью хозяйствующих субъектов различного уровня (от предприятий до уровня государственной власти) и подбор персонала.

Основными вариантами ответов на вопрос анкеты «Организован ли механизм общения с активной частью предпринимательского сектора во время обучения и/или после него?» (в какой форме налажен этот механизм) являются следующие: ассоциации студентов и выпускников; студенческие проекты для предприятий; Клубы профессионалов (управленцев, финансовых контроллеров, финансистов, маркетологов и прочее), профессиональные бизнес-сообщества. Только 18 бизнес-школ из 38 (46%) считают необходимым поддерживать связь с активной частью предпринимательства. При этом только в одной из школ существует два механизма сразу: и ассоциация выпускников и слушателей, и профессиональное бизнес-сообщество (клуб). Для всех остальных структур характерны следующие предпочтения: в 8 бизнес-школах созданы ассоциации слушателей и выпускников (21% от 38 бизнес-школ), в 2-х студенческие проекты для предприятий (5,3%), клубы профессионалов существуют в 9 бизнес-школах (23,7%). Печальным признается тот факт, что более половины бизнес-школ не идут по пути заимствования передового мирового опыта. За рубежом потенциальные студенты выбирают бизнес-школу не только, чтобы получить качественное образование (которое, кстати, тоже невозможно без тесного контакта с предпринимательским сектором), но и для того, чтобы обзавестись связями и практическим опытом решения

управленческих и прочих задач. У потенциальных слушателей отечественных бизнес-школ данная возможность реализуется не в полной мере.

Необходимость налаживания связей с зарубежными партнерами находит понимание и поддерживается большим числом региональных бизнес-школ – 68,4% (26 из 38). Среди этих 26 школ занимаются:

и стажировками, и заимствованием учебно-методических материалов и технологий 65,4% (17 школ),

только стажировками – 11,5 % (3),

только заимствованием технологий и учебно-методических материалов – 3,9% (1),

неизвестны формы партнерства в 19,2 % случаев (у 5 бизнес-школ).

Несмотря на активное сотрудничество с зарубежными и российскими партнерами, как показывает исследование, аккредитуют программы своих школ немногие – только 8 из 38 - 21,1 %. При этом положительно влияет на факт аккредитации программ членство в Европейском совете по бизнес-образованию. Оставшиеся 78,9% не заявляют напрямую об аккредитации своих программ. Данный факт может свидетельствовать о нескольких вещах: недооценки данного критерия; не качества предоставляемых услуг (попытки получить аккредитацию возможны, но не приводят к должному результату); с неэффективностью и не значимостью процедур аккредитации для бизнес-сообщества РФ. Сразу стоит отметить, что в расчет не бралась государственная аккредитация программ в связи со спорностью данного вопроса и переходной стадией, в которой находится система дополнительного профессионального образования. В данном пункте рассматривалась аккредитация общественно-профессиональная, как внутри страны, так и на международном уровне.

Что касается перечня реализуемых программ, то 50 % бизнес-школ (19) предоставляют услуги по всем возможным программам, за исключением программ корпоративного обучения. Ими занимаются только 14 из 38 бизнес-школ – 36,8 %. Почти все бизнес-школы (35) – 92% занимаются повышением квалификации и профессиональной переподготовкой. Немного меньше – 89,5% (34) – еще и тренингами. 73,7% (28) бизнес-школ занимаются программами второго высшего образования; 63,2% (24) осуществляют подготовку управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации (Президентская программа). Подготовку по классической программе бизнес-образования – MBA – осуществляют только 32 школы из 38 – 84,2%. Можно утверждать, что не все, кто называют себя бизнес-школой на самом деле соответствуют заявленному названию в соответствии с мировой и российской моделями бизнес-образования.

Что касается критерия «условия поступления на программу MBA», то здесь как нигде проявляется та неравномерность и неодинаковость условий для поступления в бизнес-школы. Т.е. нет единой, унифицированной системы требований к поступающим, каждая бизнес-школа, исходя из своих целей деятельности, предъявляет свои требования. Их можно объединить в следующие группы:

наличие трудового стажа (опыта практической деятельности) от 2-х лет, в том числе наличие управленческого опыта от 2-х лет;

наличие высшего образования, полученного как в России, так и за рубежом;

возрастное ограничение – от 24-х лет на начало обучения;

вступительные испытания, в том числе: входное тестирование, тестирование по иностранному языку, собеседование, эссе;

категория слушателей – руководящий состав или кадровый резерв руководителей;

рекомендательное письмо.

Всего заявляют о наличии условий для поступления на программу MBA 26 бизнес-школ, при том, что осуществляют программы MBA 32 школы. Получается, что 18,75 % бизнес-школ, реализующих программы MBA, не считают нужным публично заявить о своих требованиях к слушателям, что с точки зрения мировой практики свидетельствует о сомнительности уровня получаемого в такой структуре образования, так как на программы данного уровня принято максимально открыто заявлять обо всей сложности прохождения вступительных процедур.

При этом складывается множество сочетаний данных требований к поступающим (порядка 14). Наиболее популярным среди них являются наличие высшего образования и трудового стажа от 2-х лет – в 6 бизнес-школах. Сочетание управленческого опыта от 2-х лет, высшего образования и вступительных испытаний (в различных формах) присутствует в 5 бизнес-школах. Также популярно сочетание высшее образование, трудовой стаж от 2-х лет и успешное прохождение вступительных испытаний – 4 бизнес-школы. Остальные сочетания встречаются по одному (индивидуальны у каждой бизнес-школы). Вступительные испытания придется пройти только в 13 бизнес-школах (ровно половине из выставивших свои требования). При этом наиболее популярной формой испытаний являются собеседования (26,92 % от общего числа), входное тестирование, в основном по управленческим дисциплинам (19,23 %). Эссе как способ выявления творческого потенциала возможных слушателей предлагается в качестве обязательного испытания только в 2-х бизнес-школах (7,69%). Рекомендательные письма, без которых вы вряд ли поступите в зарубежную бизнес-школу попросят предоставить только в 2-х

региональных российских бизнес-школах. Для 34,62 % исследуемых в данном пункте бизнес-школ неважно наличие опыта практической деятельности слушателя, а для 73,08% неважно, чтобы будущий студент имел опыт управленческой деятельности (что недопустимо за рубежом). Однако, 2 бизнес-школы (помимо 26,92% заявляющих о необходимости управленческого опыта) считают возможным поступление на свои программы слушателей, относящихся к категории если не действующих руководителей, то хотя бы находящихся в кадровом резерве руководителей. Таким образом, условно можно считать, что значимость именно управленческой направленности деятельности потенциальных студентов признают 9 из 26 бизнес-школ – 34,62%. В требованиях к поступающим на программы MBA встречаются элементы зарубежных требований. Но они эпизодичны, не системны и не столь обязательны, что может не лучшим образом сказаться на качестве и репутации предоставляемых бизнес-школами услуг. Ведущие бизнес-школы США и ряда других стран безжалостно отсеивают девять десятых претендентов даже из числа тех, кто формально соответствует всем вступительным требованиям: имеет образование и опыт работы, сдал тесты TOEFL (IELTS) и GMAT. В отличие от них, наши школы пока не столь капризны. В настоящее время для поступления на российские MBA требуются всего две вещи: желание и способность оплатить учебу.

Стоимость программ MBA в зависимости от округа и региона, в котором она реализуется, существенно различается. Так, самыми «дешевыми» оказались программы Центрального и Южного федеральных округов. Там образование уровня MBA можно получить от 78 до 180 000 рублей. В Сибирском федеральном округе стоимость обучения в разных бизнес-школах не так различается, как в других округах – от 250 000 до 318 000 рублей. Во всех остальных округах (Уральский ФО, Дальневосточный ФО, Приволжский ФО) наблюдается достаточно полярное распределение стоимостей – от 170 000 рублей до 690 000 рублей. Менее всего разница в стоимости программ в регионе, где развит сектор бизнес-образования и действует достаточное число бизнес-школ, т.е. можно говорить о наличии конкурентной среды.

Что касается особенностей преподавательского состава программ, то стоит акцентировать внимание на следующих моментах. При анализе данного критерия наиболее существенным является соответствие требований к преподавателям в регионах России мировым стандартам, а именно: наличие опыта преподавательской деятельности, опыт практической (в том числе, консалтинговой) деятельности, наличие научно-исследовательских материалов и разработок. Причем, данные виды деятельности примерно должны составлять по 1/3 от общей занятости преподавателя. Если информацию о времени,

отведенном на каждый вид деятельности отследить достаточно сложно (да и цели такой перед нами не стояло), то выяснить занимаются ли они этим видами деятельности вполне реально. Несмотря на то, что данная информация не всегда открыта и бывает представлена достаточно сжато и не показательно, в 33 бизнес-школах из 38 она присутствует в том или ином виде (86,84 %). Важно отметить особенность, сразу бросающуюся в глаза при анализе данного критерия. Если по мировым стандартам все три пункта важны при предъявлении требований к каждому преподавателю, то в российской действительности в подавляющем большинстве случаев речь идет либо том, что преподаватель из вуза, т.е. его основная деятельность лежит в области предоставления образовательных услуг и научных исследований, либо привлекаются специалисты-практики, в том числе руководители, компенсирующие излишнюю теоретизированность программы бизнес-реалиями. Сочетания, в которых можно понять, что преподавательский состав полностью отвечает мировым стандартам встречается в 15 бизнес-школах из 33 – 45,45 %. Нередки случаи, когда говорят о привлечении зарубежных преподавателей. О ведении преподавателями консалтинговой и/или практической деятельности заявляют 78,79 % исследованных бизнес-школ (26 из 33). Научную деятельность преподаватели при этом ведут в 60,61% бизнес-школ (20 из 33). При оценке преподавательского состава бизнес-школ важно понять, существует ли здоровая конкуренция преподавателей, их «рынок», есть ли площадки для обмена опытом и развития программ. За рубежом вышеизложенная пропорция занятости тьюторов (по 1/3 на преподавание, практику и науку) достигается именно за счет существующего там их рынка. Ведь в ведущих бизнес-школах мира важно заполучить лучших из лучших, и каждый преподаватель привык к ситуации здоровой конкуренции. Однозначно можно сказать, что у нас в стране данный фактор развит еще недостаточно. Процедура выбора, в итоге которого место преподавателя занимает тот или иной кандидат, не является очевидным и прозрачным. Все зависит от связей руководителей и сотрудников бизнес-школ, их контактами и возможностями выхода на региональный (российский) бизнес и международные площадки. Так, косвенно о наличии рынка преподавателей исходя из данных, полученных в карт-схемах, можно говорить только в 5 бизнес-школах из 33 (15,15%). В них имеются указания о регулярном повышении квалификации и стажировках преподавателей, их аттестации и сертификации в различных организациях, наличии конкретных площадок для обмена опытом и собственного профессионального роста, например, «Школа тьюторов» и «Академия преподавателей».

Проводимая за рубежом система отбора поступающих на программы бизнес-образования, в частности, на MBA, нацелена на то, что можно будет активно рекламировать бизнес-школу за счет успехов ее выпускников. Поэтому данная информация является обязательной для размещения на сайтах и прочих информационных ресурсах. Бизнес-школы следят за карьерой и успехами своих выпускников, обязательно стремятся к налаживанию с ними взаимодействий в обоюдодоползных формах. В России только 20 из 38 региональных бизнес-школ предоставляют такую информацию (52,63%). Данные разделы на сайтах выглядят по-разному, и просто «Выпускники», и «Отзывы выпускников», и «Истории успеха», и «Клиенты о нас». Интересным является раздел «Трудоустройство», заявленный на сайтах 2-х бизнес-школ.

Отмечена диверсификация деятельности образовательных структур. Образовательные структуры ориентируются как на развитие образовательных продуктов, выходя с новыми предложениями в существующих сегментах, так нацелены и на диверсификацию, на поиск сопутствующих видов деятельности — консалтинг, дополнительное образование детей и пр.

Активно участвуют в формировании нового облика рынка бизнес-образования региона государственные вузы. Многие из них обладают существенным материально-техническим и финансовым потенциалом, обеспечивающим определенный запас прочности в условиях кризиса.

В целом можно сказать, что на успешность бизнес-школ не влияет дата их образования. Гораздо важнее обратить внимание на ее стратегию и взаимодействие с предпринимательским сектором, зарубежными и российскими партнерами. Отмечена тенденция: если бизнес-школы активно сотрудничают с зарубежными партнерами, то в большинстве случаев они будут либо стремиться получить аккредитацию в международных ассоциациях бизнес-образования (о чем они заявляют на своих сайтах), либо ее уже получили.

Список литературы

1. Официальный сайт Российской ассоциации бизнес-образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rabe.ru/>, свободный.
2. Федеральный экспертный канал «Бизнес-образование в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ubo.ru/, свободный.

**THE ANALYSIS OF REGIONAL BUSINESS EDUCATION IN THE
RUSSIAN FEDERATION**

S.V. Anisimova

Tver State University, Tver

The author presents the results of research of regional business schools in Russia and come to conclusion about the reasons of their success.

Keywords: *Business education, business-school, region*

Об авторах:

АНИСИМОВА Софья Викторовна – аспирантка кафедры экономики труда и управления персоналом РЭУ им. Г.В.Плеханова, ведущий специалист по административно-аналитической работе, Высшая школа экономики и управления Института непрерывного образования Тверского государственного университета, e-mail: sophi2911@mail.ru