

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ: КАК ИЗМЕНИТСЯ СПРОС В НОВОМ СЕЗОНЕ

В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЯЮТСЯ ПАРАМЕТРЫ СПРОСА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПОЛЕЗНОСТИ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ. КАК ОТВЕТИТ НА ЭТИ ВЫЗОВЫ СИСТЕМА БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ? СВОЕ МНЕНИЕ ПО ЭТИМ ВОПРОСАМ ВЫСКАЗЫВАЕТ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДЕКАНА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА МГУ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММ MBA, ПРОФЕССОР **ВАЛЕНТИНА ВАСИЛЬЕВНА ГЕРАСИМЕНКО**.



Многие особенности и проблемные вопросы в развитии бизнес-образования вытекают из того, что оно нацелено исключительно на взрослых людей, уже имеющих за плечами как минимум одно высшее образование и немалый стаж практической работы, а иногда и опыт руководства бизнесом. Поэтому базовой концепцией бизнес-образования должно стать не только предоставление теоретических знаний, но и, в первую очередь, выработка правильных алгоритмов действий в конкретных практических ситуациях, в том числе кризисных, в которых бизнес рискует оказаться уже в текущем году.

Бизнес-образование представлено сегодня программами различного формата, однако наиболее популярными и престижными по праву считаются программы MBA. Сегодня меняются критерии полезности программ MBA, уходят в прошлое базовые постулаты обучения менеджменту XX века, требуются новые навыки и управленческие компетенции. Высокая стоимость обучения по программам MBA должна оправдывать связанные с ними ожидания слушателей. Однако не секрет, что в последние годы в адрес программ MBA как в нашей стране, так и за рубежом звучит немало нареканий и критических замечаний. Выпускники все чаще ставят закономерные вопросы: «Мы отучились два года. Насколько мы стали более успешными и эффективными? Что нам дало это образование?» К сожалению, многие программы бизнес-образования не учитывают этого важного обстоятельства.

Стремясь следовать самым высоким требованиям международного бизнес-образования, экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова проводит ежегодные исследования и семинары с зарубежными университетами-партнерами, направленные на лучшее понимание потребностей слушателей. Результаты данных мероприятий позволяют постоянно совершенствовать наши программы. Одно из таких исследований проводилось нами на протяжении 2014–2015 годов. Оно было направлено на выявление основных, наиболее востребованных компетенций, полученных в результате обучения. Исследование показало, что на рынке бизнес-образования уже сформировались определенные **параметры спроса**, которые выражаются в ожидаемых результатах программ. Наиболее значимые, по мнению более 350 опрошенных выпускников MBA ЭФ МГУ, полезные результаты обучения показаны на диаграмме 1. Для нас было интересно отметить, что выпускники этого года уже гораздо меньше «гонятся» за получением новых полномочий в компании (снижение с 77% до 45%), за международным продвижением (снижение с 26% до 14%), но больше, чем ранее, нацелены на интеллектуаль-

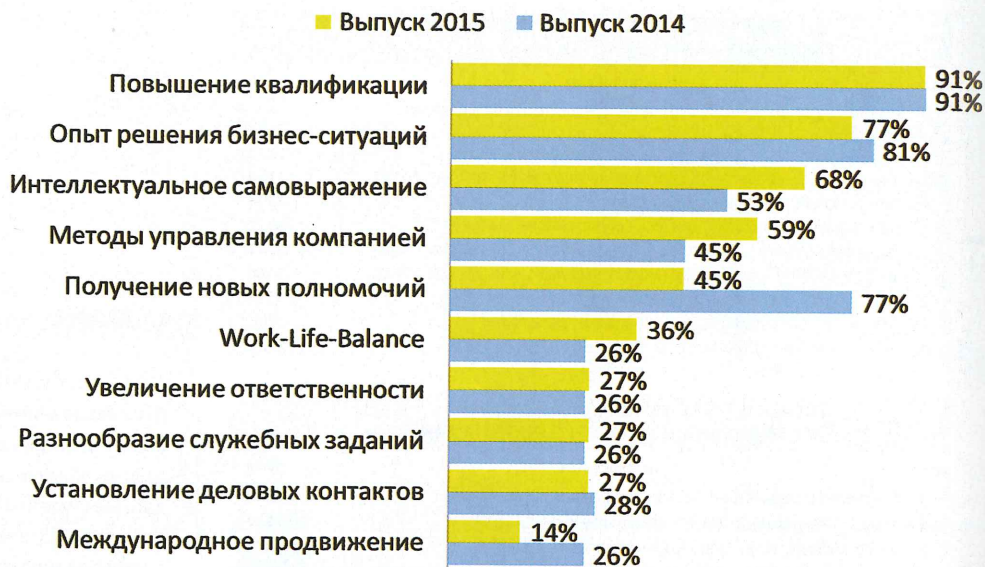


Диаграмма 1. Распределение по степени важности ожидаемых результатов обучения по программам MBA на экономическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова согласно опросу выпускников в 2014 и 2015 гг.

ное самовыражение в работе и достижение баланса между работой и свободным временем.

Названные выше параметры полезности бизнес-образования, их динамика, а также неустойчивость общей экономической конъюнктуры и снижение уровня реальных доходов позволяют прогнозировать ближайшее будущее бизнес-образования. И хотя прогнозы – это дело неблагодарное, обозначим основные **векторы изменения спроса**.

Во-первых, многие рассматривают период кризиса как наилучшее время для инвестиций в собственное развитие. Только вот не всякий вуз сегодня обеспечивает необходимые для этого шансы. Мы предполагаем общее **сокращение спроса** на бизнес-образование на 20–25% уже в 2015–16 учебном году (как показывает опыт кризиса 2008–2010 гг., спрос упал тогда примерно на 30–40%). Неизбежно **переключение спроса** на программы университетов-лидеров, несмотря на более высокую стоимость обучения в них. В дальнейшем все больший вес тут будут приобретать бренды именно тех университетов и бизнес-школ, где сложились соответствующие научные школы, а также тесные связи с бизнесом.

Во-вторых, индивидуализация спроса на программы в соответствии с собственными интересами и запросами. При этом далеко не каждый вуз способен обеспечить такое персонализированное предложение, тем более в условиях кризисного сокращения финансовых поступлений от образовательной деятельности. И здесь на первый план опять выходят университеты-лидеры, предлагающие широкий спектр образовательных траекторий. Например, на экономическом факультете МГУ программа MBA строится уже не по традиционному принципу линейки дисциплин, а, образно говоря, по принципу матрешки. К ядру базовых управленческих курсов предлагается добавлять, по своему усмотрению, специализированные российские и зарубежные модули различной тематики, создавая **индивидуальную образовательную траекторию**. Мы стремимся развивать в наших слушателях активность и внутренний потенциал, который позволит им успешно действовать в условиях, о которых мы сегодня еще не знаем, принимать верные решения в ситуациях неопределенности.

Отвечая на происходящие изменения спроса, мы считаем наиболее перспективными следующие **тренды в развитии бизнес-образования**:

- внедрение программ модульного типа, применение дистанционных технологий и социальных медиа, которые будут создавать новые возможности онлайн-обучения;
- четкая сегментация программ по потребителям, мобильность и персонализация обучения, обеспечение возможности формирования индивидуальных образовательных траекторий;
- развитие «софт-скиллс», обеспечивающих не только знания, но

и эффективные коммуникации, личностное развитие, лидерство; акцент на междисциплинарные стыки;

- создание комплексных альянсов бизнес-школ, тренинговых и консалтинговых компаний; обучение действием через внедрение в консалтинг;
- ориентация на инновации и новый набор ценностей, переключение внимания на людей, вносящих весомый вклад в развитие общества; перенос акцентов на этику и социальную ответственность бизнеса;
- многосторонняя кооперация с ведущими зарубежными университетами и бизнес-школами, нацеленная на развитие профессиональной эффективности в глобальном мире.

Все это ставит определенные вопросы перед российским бизнес-образованием. Насколько мобильными и гибкими окажутся отечественные бизнес-школы, покажет время. Как бы то ни было, диплом ведущего университета страны продолжает оставаться гарантией высокого качества образования и для слушателей, и для работодателей. Экономический факультет по праву считается флагманом современного отечественного экономического образования, а диплом МГУ – синонимом престижа, успеха и высоких достижений.



МВА НА ЭКОНОМИЧЕСКОМ ФАКУЛЬТЕТЕ МГУ – ДЛЯ ТЕХ, КТО ГОТОВ К УСПЕХУ!

На наших программах обучаются менеджеры из таких крупных компаний, как «Газпром», Сбербанк, Альфабанк, «Отис», «Норильский никель», Банк УралСиб, Asus, General Motors, Amway, Dr. Reddy's, а также владельцы собственного бизнеса. Между нашими выпускниками формируется долгосрочное деловое партнерство, рождаются идеи нового бизнеса и обмен опытом.

МВА экономического факультета МГУ – это серьезное образование для тех, кто готов идти к успеху, преодолевая все препятствия, кто готов к самым амбициозным свершениям. MBA экономического факультета МГУ – это уникальный шанс повысить свой интеллектуальный потенциал и реализовать мечты об успешной карьере!

Подробнее о программе MBA ЭФ МГУ:

www.mbamsu.ru, (495) 939 3049, mba@econ.msu.ru