Л.В. Свиридова,

профессор Национального исследовательского университета

Высшей школы экономики

Нижегородский филиал

**Движущие силы и стратегические горизонты российского бизнес -образования**

 Позволю не согласиться с мнением, которое иногда высказывают специалисты в области бизнес – образования: «У нас какой бизнес – такое и бизнес образование». В существующем определении бизнес- школы присутствует некое смысловое содержание: «Бизнес – школа – подразделение, которое дает бизнес – образование». Однако необходимо рассматривать содержательную сторону этого определения более широко, т.к. бизнес–школа должна уделять внимание формированию конкурентноспособной личности.

 По утверждению В.А. Мау, ректора Академии народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации, для построения новой бизнес – школы нужна принципиально новая философия организации прорыва. Она основывается на предпринимательской стратегии, суть которой – в выявлении вызовов и потребностей будущего как основы для построения новой модели, ориентированной на будущие вызовы и будущий спрос [2]. Опасность для бизнес- школ на современном этапе – преподавать в старой парадигме – в традиционной форме МВА.

Потребность в знаниях практического характера растет. Программы МВА «дают удочку, чтобы ловить рыбу в мутной воде кризиса». По оценке А.Н. Чеканского, д.э.н., профессора АНХ при Правительстве Российской Федерации [3], существует обратная связь между показателями роста национальной экономики и численностью поступающих в школы бизнеса, это связано с потребностью исправления экономической ситуации на уровне отдельной компании.

Одна точка зрения, существующая в экономике, позволяет утверждать, что спрос на услуги бизнес – образования возрастает, т.к. нужны соответствующие знания и навыки в принятии нестандартных решений в условиях существующей и быстро меняющейся экономической ситуации.

 Другая точка зрения предполагает, что в кризисные периоды ухудшается финансовое состояние компаний и, как результат, падает спрос на бизнес-образование.

Несмотря на общую тенденцию сокращения численности учащихся в бизнес -школах за счет сокращения наборов и за счет отчисления слушателей с программ в связи с финансовыми проблемами, существует ряд доводов, позволяющих утверждать, что даже такой затяжной кризис, в процессе которого сформировать негативные ожидания менеджеров, не позволит убить бизнес-образование.

 Бизнес-школы с хорошим имиджем и качественными программами обучения буду выживать. Вместе с тем, необходимо разрабатывать большое количество мобильных программ различной продолжительности, иногда весьма коротких, чтобы они отвечали запросам современного бизнеса, который становится все более мобильным.

 Необходимо доминирование неординарных преподавателей, имеющих серьезную исследовательскую направленность, способных быстро встраиваться в различные программы бизнес образования. Эти преподаватели должны иметь достаточно длительную практику ведения бизнеса или наблюдения за ним, или практику его научного сопровождения. Становятся востребованными преподаватели, имеющие практику консалтинговой деятельности, а так же преподаватели, имеющие собственные исследования в области различных направлений бизнеса.

Необходимо найти компромисс в области преподавания в бизнес-школах, когда акцент делается в первую очередь на практико-ориентированный подход, дающий возможность быстро применять полученные знания в практике бизнеса. Однако предшествовать этому должен необходимый пакет теоретических знаний.

 Бизнес-школы просто обязаны проводить исследования потребности бизнеса в бизнес-образовании, использовать статистические данные экономического развития региона, где неоценимую помощь могут оказать государственные структуры как на федеральном, так и на региональном уровне.

Использование научного ресурса университета, на базе которого сформирована бизнес-школа – один из факторов и условие эффективности развития бизнес-школы. В бизнес-школе должен быть сложившийся определенный состав бизнес-консультантов практиков, готовых объединиться для предоставления консалтинговых услуг слушателям и выпускникам бизнес- школы. Причем, активное участие в консалтинговой деятельности готовы должны принять как преподаватели, так и выпускники программ МВА и DBA с хорошей практикой ведения бизнеса.

В настоящий момент главной проблемой бизнес-школ становится пересмотр и обновление стратегии. По утверждению профессора С.Р. Филоновича, декана Высшей школы менеджмента НИУ Высшей школы экономики важен выбор стратегических горизонтов. Все тренды – быстротекущие. Актуальна ориентация на дальний временной горизонт (2020гг) – горизонт стратегического видения.

Учитывая инновационные подходы в области бизнес - образования следует выделить ряд моментов, существенно влияющих на развитие бизнес – школ: необходимость интеграции всех видов образования в области менеджмента; должна быть создана исследовательская бизнес – школа (модель исследовательской бизнес – школы в Беркли); необходимы инновации в структуре университета, существен влияющие на развитие бизнес – школы.

Основная задача бизнес – школ в условиях кризиса: нужна новая компетенция в деятельности бизнес – школы – сосредоточение преподавателей - интересных людей с интересными программами.

Чтобы система работала, необходима новая финансовая среда :

1. Центр прибыли: программы, которые очень быстро меняются – своеобразная матричная структура, которая позволяет оперировать преподавателями в новых программах.

2. В бизнес-школах должны работать преподаватели совершенно новой формации, нацеленные на собственный ап-грейд. Необходимо работать лишь с преподавателями, которые мобильны и готовы легко встроиться в новые требования: Life long learning – образование на протяжении всей жизни.

3. Необходимы повторные продвижения образовательных услуг с учетом изменений за последние 3,5 – 5 лет в области менеджмента, финансов, маркетинга, УЧР и др. Это должно быть предложено как потенциальным слушателям бизнес – школы, так и ее выпускникам.

Зачастую мы не умеем учить генерированию знания. Какими компетенция должна обладать бизнес – школа, чтобы осуществлять это процесс? Как правило, университеты, на базе которых работает бизнес – школа должны обеспечивать следующие составляющие процесса генерации новых знаний:

* наличие преподавателей – интеллектуально ориентированных практиков;
* формирование и выращивание молодых преподавателей;
* участие в учебном процессе преподавателей - выпускников программы МВА и DBA с выраженных практико – ориентированным подходом, базирующимся на современном знании
* создание среды (социальных сетей) новых преподавателей.

 Как выбрать правильное бизнес образование? Важен портрет самого слушателя и портфель предлагаемых программ МВА. Сегодня мы должны как никогда понимать и чувствовать бизнес. Что касается слушателей, мы ожидаем целевую группу- слушателей, хорошо образованных и способных учиться и применять знания.

Если рассматривать проблему на макроуровне, встает вопрос: что мы продаем слушателям? Зачастую слушатели покупают, поступая на программу МВА, эмоции и ожидания, проверить же контент (наполнение программы обучения) можно, когда уже войдешь в процесс обучения. Поэтому степень доверия к некоторым бизнес – школам еще более уменьшилась. Необходимо рассмотреть своеобразный эмоциональный ряд, заключающий в себе конкретные предложения, отвечающие запросам слушателей до вхождения в процесс обучения. Бизнес – школа сегодня должна предлагать для поступающих на программы МВА:

-большое число профессоров и консультантов исследовательского типа;

-«звездный» состав преподавателей России и преподавателей с международной практикой преподавания (организация совместных программ МВА и их зарубежная сертификация);

- участие в обучении межрегиональной ассоциации преподавателей МВА, которая учитывает региональный аспект в образовательном процессе с привлечением преподавателей и консультантов ведущих бизнес – школ инвестиционно – привлекательных регионов;

- бонус на ключевой курс для понимания стиля и процесса обучения;

 - психодиагностический подход для оценки и коррекционной работы профессионально важных и личностных качеств слушателей для успешного ведения бизнеса;

- рабочие площадки в продвинутых компаниях для проектно – ориентированного метода обучения;

 - акцент на клиентоориентированность бизнес программ, расширение курсов по выбору, тренинги, ролевые игры, проекты, изучение опыта лидеров бизнеса;

- новое представление о партнерстве: клубные мероприятия с широким представительством бизнеса – бизнес сообщества, власти, профессорско – преподавательского состава бизнес- школы, а так же ее слушателей; экспертные круглые столы, встречи с представителями бизнес- сообщества;

 -широкая линейка программ и авторских курсов, что увеличивает шанс попадания «в десятку» в конкретном обучении конкретного слушателя;

- открытие программ DBA, возможно совместных, в рамках нескольких бизнес – школ, объединенных по принципу ассоциаций (МАП МВА РАБО) или по территориальному признаку (в рамках федеральных округов).

 По сути программы региональных бизнес-школ с достойным имиджем и высокой репутацией качества предлагаемых программ практически не уступают своим столичным собратьями, однако стоимость программ формируется с учетом региональных аспектов и существующей экономической ситуации. Однако мы уже потеряли в результате инфляции от 20 до 35% прибыли от стоимости программ. Самое сложное сейчас – сохранить креативность программ МВА, поэтому уход в более дешевый сегмент невозможен (вспомним о бесплатном сыре, который бывает только в мышеловке).

 В ближайшем будущем бизнес – образования радикальной смены портфеля не будет, будет смена бизнес – моделей. Модель современного бизнес – образования, модели преподавателя и бизнес – тренера уже диктуются не самим образовательным учреждением, а слушателями, активно влияющими на процесс обучения. Предпринимательское сообщество будет в ближайшее время испытывать недостаток знаний в области стратегии развития бизнеса.

Вместе с тем, бизнес – школы ожидают мотивированных и образованных слушателей, готовых к восприятию нового знания и способных и мотивированных к его генерации. С.Р. Филонович , декан ВШМ ГУ – ВШЭ и Г.Н. Константинов, основатель Иркутской бизнес – школы отмечают в этой связи, что на региональном уровне современные слушатели программ МВА бизнес – школы должны иметь региональное понимание бизнеса , но мало чем отличаться от московской аудитории в понимании российских и мировых особенностей ведения бизнеса. За последние 10 лет эти бизнес - модели претерпели существенные изменения.

 Спадающая волна кризиса дает очень мало времени для стабилизации ситуации. В этот лимит времени необходимо достаточно быстро решать, какие драйверы (движущие силы) роста задействовать для развития компании.

По утверждению профессора ГУ – ВШЭ С.Р. Филоновича богатые запасы природных ресурсов уже не являются основой для создания экономического богатства и процветания России. Единственным природным ресурсом, определяющим процветание страны, является человеческий ум. В терминологии предпринимательского сообщества появилось новое понятие «интеллектуальное предпринимательство», которое не связано со стремлением получить прямую финансовую выгоду, но перекликается с традиционным предпринимательством. Поэтому когда мы говорим о богатстве, следует связывать его именно с этим понятием, потому что интеллектуальное предпринимательство, имея характерные признаки:

* интеллектуальное бесстрашие – наличие привычки не смущаться перед проблемами любого уровня трудности;
* информационная грамотность – умение быстро находить и обрабатывать большие массивы информации;
* толерантность к информационной избыточности и неопределенности - установка, признающая невозможность получения исчерпывающей информации о предмете и явлении, и способность к принятию решений в условиях высокой неопределенности ( дефицита информации);
* сильная мотивация порождения нового знания

позволяет говорить уже об интеллектуальных сетях.

Таким образом, на арену интеллектуального предпринимательства в ближайшем будущем выходят интеллектуальные сети, предполагающие разделение труда в интеллектуальной сфере. Глобальные рынки – основа для развития интеллектуальных сетей. Главным богатством человечества следует считать огромные перспективы, связанные с трансформацией возможностей человека созидающего, а не стремящегося к обогащению.

 Если в начале 90-х годов весьма актуальным было наличие виртуальной интеграции – создание единого информационного пространства для группы компаний, то середина 90-х ознаменовалась ориентацией на системную экономику клиента, понимание бизнеса как поставщика решений, интегрированного управления цепочками создание ценностей. Последние 3-4 года активное место в виртуальном пространстве занимают социальные сети. 2010 год – год начала формирования – интеллектуальных сетей, подразумевающих некое разделение труда в интеллектуальной сфере. Это абсолютно новые компетенции, которые основываются на знаниях, а генерация нового знания – главная задача современных бизнес – школ уже сегодня, чтобы быть успешными в ближайшем будущем. Таким образом, современная бизнес – школа должна стать интерактивной средой, в которой будут интегрироваться образовательный процесс, научные исследования, проектные и консультативные разработки, экспертно аналитическая деятельность, будут развернуты площадки для проектов социально – экономических инноваций.

 Современным бизнес – школам достаточно оперативно необходимо решать проблемы, связанные с низкой степенью интернационализации бизнес-школ. Около 10 бизнес- школ в России имеют аккредитацию АМВА (контент, ППС, связь с бизнесом), ряд школ имеют другие аккредитации, однако слаба связь с мировыми лидерами бизнес образования ( за исключением, пожалуй Harvard Business School, практически нет программ на английском языке и интернационализации ППС.

 Главным здесь следует считать реальное сближение наших стандартов бизнес – образования с международным включением в глобальные сети обмена слушателями, знаниями, преподавателями. Современные бизнес – школы в России сегодня должны быть готовы к глобализации бизнес – образования.

Библиографический список

1. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Парадоксы образования в современном мире и роль бизнес – образования. // «Бизнес образование»№1(18)/2005 с.19-24
2. Мау В.А.. Тенденции развития бизнес – образования.//Бизнес – образование № 2(25)2009, 184с.
3. Чеканский А.Н.. Экономические циклы и бизнес образование. Материалы Международного научно – практического семинара « Жизненные циклы и кризис роста современного бизнеса» 28 февраля – 7 марта 2009 года Г. Бад – Хофгаштайн, Австрия.- 2009. 87с.,
4. Филонович С.Р. Модели жизненных циклов организации: достижения и проблемы теории. Материалы Международного научно – практического семинара «Жизненные циклы и кризис роста современного бизнеса» 28 февраля – 7 марта 2009 года Г. Бад – Хофгаштайн, Австрия.- 2009. 87с.,