Л.В. Свиридова,

профессор Национального исследовательского университета

Высшей школы экономики

Нижегородский филиал

**Современные подходы к изменениям в бизнес – образовании в условиях кризиса**

Сегодня повышается роль государства во влиянии на бизнес. Новый импульс развитию бизнес – образования в России дало предложение ВВПутина о создании в рамках приоритетных национальных проектов Московской и Санкт – Петербургской бизнес – школ. 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 [1]. 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 [2], 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. Нельзя так же пренебрегать информацией об экономическом положении на уровне местного самоуправления. Помощь в понимании развития ситуации в бизнес – сообществе данного региона могут оказать соответствующие министерства и департаменты экономики, финансов, поддержки предпринимательства и т.п.

Использование научного ресурса университета, на базе которого сформирована бизнес-школа – один из факторов и условие эффективности развития бизнес-школы. Как правило, профессорско – преподавательский состав кафедр университета, привлекаемый на программы бизнес – образования способен инициировать инновационные процессы в бизнес – школе по изменению подходов в бизнес – образовании. Организация на базе бизнес – школы консалтингового центра с предоставлением услуг слушателям программы МВА по ведению бизнеса – неоспоримое преимущество бизнес – школ. Это направление в условиях кризиса будет иметь весьма важное значение. В бизнес – школе Нижегородского филиала Государственного университета Высшей школы экономики уже сложился определенный состав бизнес – консультантов практиков, готовых объединиться для представления консалтинговых услуг слушателям и выпускникам бизнес – школы. Причем, активное участие в консалтинговой деятельности готовы принять как преподаватели, так и выпускники программы МВА с хорошей практикой ведения бизнеса.

Эффективность деятельности бизнес – школ напрямую зависит от инновационной активности и результативности ее руководителя. Именно руководитель бизнес – школы должен создавать новые возможности для развития бизнес – образования. В настоящий момент главной проблемой бизнес-школ становится пересмотр и обновление стратегии. Стратегия необходима для создания устойчивого конкур6е5нтного преимущества. Устойчивых показателей конкурентного преимущества нет, но если их ( конкурентные преимущества) не искать, то можно проиграть в конкурентной борьбе. По утверждению профессора С.Р. Филоновича, декана Высшей школы менеджмента НИУ Высшей школы экономики [3] важен выбор стратегических горизонтов. Все тренды – быстротекущие. Актуальна ориентация на дальний временной горизонт (2020гг) – горизонт стратегического видения. Этот дает возможность удержать смысл деятельности бизнес – школы.

Руководителю, бизнес – школы необходимо «жить в желаемом будущем и смотреть с высоты его на существующую ситуацию: какие стратегические разрывы необходимо ликвидировать, чтобы достичь делаемого будущего». Это стратегические разрывы необходимо ликвидировать в сфере ресурсов, технологий и т.п. Если эта работа проделана, можно переходить к среднему горизонту. Средний горизонт формирует модели бизнеса ( как обеспечить генерацию денежных потоков, притока клиентов и т.п.). Основные решения, связанные с конструированием модели бизнеса, обеспечат успех на горизонте стратегического видения. Далее необходимо удержать целостность деятельности и устойчивость денежных потоков.

Возникает вопрос: как мы будем формулировать модель бизнеса, чтобы ее невозможно было повторить? Есть трудность: - это итерационный процесс. Как только мы реализуем стратегические задачи, наше видение будущего изменится! Стратегический процесс практически непрерывен.

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. 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.

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 Нижегородского филиала Государственного университета Высшей школы экономики предлагает 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).

Несомненно, такой подход требует существенных финансовых затрат, стоимость региональных программ в бизнес – образовании более чем умеренная при практически том же составе преподавателей как и в московских школах. 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 15 до 25% 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 будут, будет смена бизнес – моделей. Программы МВА будут строиться через компетенции, которые нужны бизнесу сегодня и в будущем. Внедрение новых технологий и акцент в обучении на генерацию нового знания должны сочетаться с усилением внимания к капитализации знаний в период кризиса. Модель современного бизнес – образования, модели преподавателя и бизнес – тренера уже диктуются не самим образовательным учреждением, а слушателями, активно влияющими на обучение. Предпринимательское сообщество будет в ближайшее время испытывать недостаток знаний в области стратегии развития бизнеса.

Год 2009- непростой и противоречивый год. Год больших потерь, но и год неожиданных возможностей. Он стер с карты отечественного и нижегородского бизнеса целый ряд предприятий, еще казавшихся нам «непотопляемыми». Но он же подарил нам новые имена и новые удачные проекты. Он дал бесценный опыт выживания и развития в сложных условиях В бизнесе сегодня идет крупнейшее за последние годы перераспределении действующих сил. И выигрывают сегодня не просто сильнейшие. На авансцену выходят предприниматели, мыслящие на несколько шагов вперед. Они не уходят сегодня в тень, чтобы там «залечь на дно» до лучших времен, поскольку понимают, что в этой тени можно остаться навсегда. Они создают и используют возможности нынешнего неординарного времени. Это те, кто будет определять правила бизнеса на годы вперед.

Мы не будем убеждать опасливых бизнесменов не закрываться в своей скорлупе – придет время, и они сами запоздало будут сожалеть о своих упущенных возможностях в получении знаний, необходимых поддержания и развития бизнеса в кризисный период. Наша задача- привлечь лидеров бизнеса, устремленных в будущее не только на словах, но и на деле, в новую среду обитания – сообщество людей, заинтересованных в новом знании, познакомить бизнес – сообщество с его сегодняшними и завтрашними лидерами.

Библиографический список

1. Мау В.А.. Тенденции развития бизнес – образования.//Бизнес – образование № 2(25)2009, 184с.
2. 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.,

3. 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.