

Международная научно-практическая конференция «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ШКОЛ БИЗНЕСА»

Первая совместная международная научно-практическая конференция «Конкурентоспособность школ бизнеса» проходила с 20 по 24 апреля 2004 г. в городе Ялте (Украина). Организаторы конференции — Российская ассоциация бизнес-образования (РАБО) и Консорциум по усовершенствованию менеджмент-образования в Украине — впервые объединили свои возможности для проведения совместной конференции. Тема конференции и насыщенная программа привлекли большое число участников. В соответствии с программой состоялось четыре пленарных заседания и два круглых стола. Всего было заслушано двадцать пять докладов, с которыми выступили директора и деканы университетов и школ бизнеса, представители делового мира, прибывшие в Ялту из России, Украины и стран дальнего зарубежья.

Открыл конференцию *Л. И. Евенко*, президент РАБО. Он подчеркнул, что это первая конференция, которую ассоциация проводит совместно с украинскими коллегами, и выразил надежду, что она послужит началом установления партнерских отношений между представителями российского и украинского образовательных сообществ. Это особенно важно сегодня, когда Россия и Украина проводят реформирование системы образования, решая во многом схожие проблемы. Настало время перейти от обсуждений к реальным действиям, направленным на взаимовыгодное сотрудничество, обмен опытом в рамках совместных конференций, семинаров.

РАБО ежегодно в апреле проводит научно-практическую конференцию, посвященную проблемам функционирования школ бизнеса, разработки новых учебных программ и технологий. В настоящее время российское бизнес-образование, благополучно пережив этап становления, подошло к стадии зрелости, для которой характерно усиление конкуренции. На рынке бизнес-образования конкурируют школы бизнеса и другие образовательные учреждения, многие из которых являются членами РАБО, они находят для себя больше пользы в обмене опытом и объединении усилий, чем в жестком конкурентном противостоянии. Сохранится ли эта тенденция? Что изменится на рынке бизнес-образования в ближайшем будущем? Как достичь конкурентных преимуществ в изменяющихся условиях? Обсуждению этих и других аспектов конкурентоспособности школ бизнеса и была посвящена конференция.

Далее в своем докладе на первом пленарном заседании *Л. И. Евенко* оценил современное состояние российского бизнес-образования и проанализировал факторы конкурентоспособности школ бизнеса, их возможности работать в условиях глобальной рыночной экономики.

Современная система бизнес-образования была сформирована на базе существовавшей в советский период системы подготовки руководящих кадров. Первые школы бизнеса были организованы в 1989 г., а в 1990 г. была создана Российская ассоциация бизнес-образования, объединившая на тот момент около тридцати школ.

Последствием эпохи «железного занавеса» являются многие недостатки системы дополнительного образования, которые нам хорошо известны. Например, такие как оторванность от зарубежной литературы и периодики по экономике, менеджменту, социологии; доминирование технократического мышления; отсутствие профессиональных знаний по андрогогике (обучению взрослых); недостаточное использование в образовательном процессе активных методов обучения и др.

Анализ рынка образовательных услуг позволяет выделить наиболее серьезные угрозы для российских школ бизнеса: развитие корпоративных университетов; проникновение на российский рынок мировых лидеров бизнес-образования; дальнейшее развитие дистанционного обучения. Однако две последние угрозы приобретут особую важность и изменят конкуренцию на рынке через 5–6 лет. Пока на пути зарубежных школ и виртуальных университетов имеются барьеры в виде ограниченного платежеспособного спроса и отсутствия у большинства российских клиентов достаточного знания английского языка.

Л. И. Евенко отметил такие новые тенденции в сфере бизнес-образования, как интернационализация управленческой науки, распространение глобальных образовательных продуктов, глобальная доступность и интенсификация потоков информации, переход от национальных к международным системам аккредитации (AACSB, EQUIS, AMBA), разработка международных образовательных стандартов, формирование глобальных рейтингов школ бизнеса.

Учитывая эти тенденции, российским школам бизнеса для сохранения своих позиций на рынке необходимо развивать компетенции, обеспечивающие выход на международный уровень качества и получение международной аккредитации. Школы бизнеса, достигшие признанного уровня качества предлагаемого ими образования, занявшие высокие позиции в глобальном рейтинге, будут длительное время недостижимы для конкурентов.

Подготовка квалифицированных управленческих кадров является главной проблемой и на уровне государства, и на уровне компании — так считает *И. Г. Богословская*, президент консалтинговой группы «Пруденс» и благотворительного фонда «Вече Украины» (Киев). В своем докладе она высказала критическое суждение о бизнес-образовании с позиции заказчика образовательных услуг. Школы бизнеса и другие учебные заведения, по мнению И. Г. Богословской, должны как можно скорее преодолеть существующие недостатки и провести следующие изменения:

- постепенно отказаться от организации учебного процесса по принципу «субъект — объект»;
- перейти от традиционных лекций к интерактивному ведению занятий;
- максимально использовать активные методы обучения (тренинги, деловые игры и т. п.);
- использовать методики, направленные на развитие интуиции и креативности.

Бизнес-сообществу важно, чтобы в компании пришли специалисты, которые стали не только хорошими профессионалами, но и разносторонне развитыми социально ответственными личностями. Для этого в программах МВА, которые выпускают менеджеры высшей квалификации, необходимо сделать акцент на изучении таких дисциплин, как культурология, философия бизнеса, иностранный язык. Для повышения качества образования и большего взаимопонимания необходим постоянный диалог между представителями бизнеса и образовательного сообщества.

Многие участники конференции не поддержали точку зрения, высказанную И. Г. Богословской по проблеме подготовки управленческих кадров. Ее выступление носило полемический характер и послужило началом дискуссии, продолжавшейся в течение всей конференции.

С интересом участники пленарного заседания встретили доклад *Э. Вилсона*, заместителя декана Школы менеджмента Келлог Северо-Западного университета (США).

Представляя свою школу, Э. Вилсон отметил, что в прошлом году школа Келлог была признана журналом Business Week лучшей школой в США, а газета Financial Times назвала ее лучшей школой бизнеса в мире. Как удалось достичь таких результатов? Какие уникальные способности позволяют школе Келлог получать неизменно высокую оценку со стороны ученых, студентов, рекрутинговых агентств и выпускников?

Для того чтобы стать первыми, сказал Э. Вилсон, потребовалось много времени и труда всех сотрудников школы как единой команды. При этом большое значение имела поддержка преподавателей, студентов, выпускников. В 1978 г. школа занимала 19-е место в рейтинге. Важно понять, что было принято за прошедшее время для улучшения конкурентной позиции школы. Прежде всего требовалось сделать уникальным собственный продукт — программу MBA. Вначале было принято решение открыть специализацию «Менеджмент» по подготовке менеджеров для работы не только в бизнесе, но и в организациях государственного и некоммерческого секторов. Сегодня школа Келлог предлагает клиентам обучение по двухлетней и годичной программам, а также по программам с двойной специализацией. Например, партнерские отношения со Школой медицины позволили разработать программу с двойной специализацией MD/MBA, со Школой им. Дж. Кеннеди — программу MPA/MBA. В настоящее время обучение в школе Келлог ведется по двенадцати специальностям и семи специализациям, имеется аспирантская программа и программа Executive MBA.

За прошедшие годы в школе возникла своя уникальная культура, которая характеризуется глубиной научной работы, командной сплоченностью, предпринимательской инициативой, приоритетом интересов потребителя, постоянным совершенствованием знаний и навыков преподавателей и сотрудников, стремлением действовать в глобальном масштабе.

Завершая выступление, Э. Вилсон выделил три слагаемых успеха школы Келлог — это научная работа, лидерство, сотрудниче-

ство. Каждая компонента трактуется достаточно широко, и все они вместе направлены на достижение одной цели — сделать обучение в школе Келлог уникальным.

Важным этапом в развитии школы бизнеса и приобретении ею конкурентоспособности является получение аккредитации. По мнению М. Мюллена, регионального директора проекта AMP США (USAID) «Бизнес- и менеджмент-образование в Украине», улучшению конкурентной позиции образовательного учреждения способствует сам процесс подготовки к аккредитации. Систематический анализ своей работы, стремление следовать установленным образовательным стандартам — все это направлено на повышение качества образования. Регулярный анализ программ, изучение мнений студентов, выпускников, партнеров позволяют объективно оценить качество работы школы. Важным ориентиром также служат образовательные стандарты, которые позволяют сделать выводы относительно качества работы школы бизнеса по сравнению с конкурентами.

Проблеме использования информационных технологий в образовании и оценке влияния ИТ на конкурентоспособность школ бизнеса были посвящены доклады В. В. Година, директора Института информационных систем управления ГУУ, и В. А. Буренина, ректора Высшей коммерческой школы. Внедрение ИТ в бизнес-образование вносит кардинальные изменения как в организацию учебного процесса, так и в управление школой бизнеса. Традиционная модель образования постепенно уступает место смешанной модели, которая сочетает классическое обучение с преимуществами обучения online (использование баз данных, электронных учебников и библиотек, видеоконференций и т. п.). Анализ зарубежного опыта позволяет сделать выводы относительно перспективных направлений online-обучения и существующих в этой области нерешенных проблем. Так, до настоящего времени недостаточно изучены возможности, открывающиеся для участников процесса online-обучения; требуется дальнейшая разработка методологии обучения и интерактивного

обмена; необходима правовая защита электронного образования; недостаточно разработана финансовая сторона обучения; нуждается в дальнейшем развитии система оценки качества полученных знаний и др. Однако в мировой системе образования классическая модель уступает место смешанной модели обучения, и этот процесс необратим. В связи с этой общей тенденцией необходимо ускорить процесс внедрения ИТ в российское образование, чтобы сохранить конкурентоспособность в ближайшем будущем.

На втором пленарном заседании представители российского бизнес-образования и их украинские коллеги предложили участникам конференции доклады, в которых были рассмотрены подходы к приобретению школами бизнеса конкурентных преимуществ.

Рассмотрению бизнес-образования как своеобразной области бизнеса был посвящен доклад *С. П. Мясоедова*, ректора Института бизнеса и делового администрирования АНХ при Правительстве РФ. Бизнес-образование, являясь частью системы образования, имеет свои особенности, отличающие его от академического образования. Прежде всего, бизнес-образование предлагает сложный рыночный продукт, имеет четкую ориентацию на спрос, обучение на программах всегда платное. Огромное влияние на формирование цены обучения оказывает реальное и социальное качество программы. Социальное качество главным образом зависит от диплома и брэнда бизнес-школы. На рынке бизнес-образования широко распространена практика ограничения конкуренции. В качестве ограничений выступают образовательные стандарты, аккредитация, специальные требования к инфраструктуре, организации и проведению учебного процесса и т. п. Для многих небольших школ бизнеса существующие барьеры на вход на дорогие сегменты рынка непреодолимы.

В докладе *С. В. Пятенко*, генерального директора Экономико-правовой школы ФБК, тема взаимодействия бизнеса и бизнес-образования была продолжена с позиции потребителя образовательных услуг. За последние пятнадцать лет российский бизнес и

бизнес-образование прошли путь, на который западные страны потратили десятилетия. Докладчик констатировал, что за минувшие годы разрыв между образованием и реальной жизнью не сократился, а в некоторых областях даже возрос. Российский менеджер, понимая, что ему не хватает знаний, готов учиться в школах бизнеса. Однако теоретические и практические знания, которые ему предстоит освоить, малоприменимы в российских условиях. Это объясняется прежде всего тем, что наши страны находятся в переходном периоде, процесс трансформации не завершен. Бизнес-образованию необходимо «вернуться лицом» к реальному бизнесу, проанализировать его проблемы и потребности. Это поможет формированию конкурентоспособной программы обучения, в которой современные западные теории и передовой опыт явятся лишь частью изучаемого материала, а основой станут знания и навыки, представляющие практический интерес для российских менеджеров. В этом суть прагматической направленности бизнес-образования.

Важным конкурентным преимуществом школы бизнеса является доступ к финансовым ресурсам. Именно этой проблеме посвятил свой доклад *В. С. Катькало*, декан факультета менеджмента СПбГУ. Признавая, что образование — это бизнес, В. С. Катькало, однако, придерживается точки зрения, что такие широко известные источники финансирования образовательного учреждения, как средства учредителей, банковские кредиты и образовательные кредиты, доходы от платных форм обучения и др., не могут считаться основой стратегического конкурентного преимущества школы бизнеса. Специфические особенности школ бизнеса обуславливают необходимость привлечения внешних источников финансовой поддержки. Организация на постоянной основе деятельности по привлечению внешних средств является ключевым условием конкурентоспособности школы. Особо важным в данной работе является изучение существующей в России и за рубежом системы государственных и частных фондов, а также хорошо продуманная

стратегия работы с внешними стейкхолдерами. Данная концепция показала свою жизнеспособность и эффективность на примере факультета менеджмента СПбГУ. Сейчас на факультете эффективно действует модель многоканального финансирования, которая обеспечивает поступление в бюджет школы средств от платного обучения и средств от фандрайзинга, которые главным образом инвестируются в развитие. Благодаря разработанной и действующей на факультете модели международного фандрайзинга удалось достичь высоких темпов развития факультета и реализовать беспрецедентные для Восточной Европы и стран СНГ долгосрочные инвестиционные проекты в образовании.

К вопросу влияния маркетинговой деятельности на конкурентоспособность образовательного учреждения привлек внимание участников конференции *Д. Л. Павлов*, директор по маркетингу Санкт-Петербургского международного института менеджмента (ИМИСП). Докладчик рассказал об опыте ИМИСП в организации маркетинговой деятельности на оперативном и стратегическом уровнях. Маркетинговая стратегия встраивается в общий стратегический контекст организации и является поддерживающей по отношению к стратегии корпоративного уровня. Все виды деятельности, реализуемые отделом маркетинга, должны добавлять ценность предоставляемой услуге. Опорой конкурентоспособности являются ключевые компетенции, уникальные способности, которыми располагает школа бизнеса. Очень важно развивать компетенции в области предпродажной подготовки, рекламы, продажи, послепродажного обслуживания, формирования благоприятного имиджа школы, создания узнаваемого бренда.

Тема развития партнерства в образовании для обеспечения конкурентоспособности школ бизнеса была продолжена в докладах украинских коллег. *Б. П. Будзан*, ректор Международного института менеджмента (г. Киев), подчеркнул, что конкурентная борьба на рынке бизнес-образования будет усиливаться. Статистические данные свидетельствуют об увеличении числа школ биз-

неса на Западе и в странах СНГ. Но если в США один специалист с дипломом MBA приходится на 280 жителей США, то для Украины аналогичный показатель, по данным экспертного опроса, — один выпускник с дипломом MBA на 30 тыс. жителей. Таким образом, потребность в бизнес-образовании в странах СНГ очень велика и конкуренция за потребителя будет усиливаться.

Однако конкуренцию следует понимать как условие достижения общего успеха бизнес-образования, а не как способ выживания за счет подавления конкурента. Интеграция и эффективное партнерство — способ приобретения недостающих образовательному учреждению компетенций. В качестве таких партнеров для бизнес-школ могут выступать отечественные и зарубежные бизнес-структуры, учебные и научные учреждения; общественные организации, ассоциации и другие объединения, благотворительные фонды и доноры; органы государственного и местного управления. Умелое использование разных вариантов партнерств позволяет школе бизнеса укреплять свои конкурентные преимущества и приобретать дополнительные.

По мнению *Ю. Е. Петруни*, проректора Днепропетровского университета экономики и права, проблема конкурентоспособности школ бизнеса должна рассматриваться в контексте тех интеграционных процессов, которые развиваются в европейском образовании. Присоединение Украины и других стран СНГ к Болонской конвенции предполагает на первом этапе сближение наших образовательных стандартов, а затем — принятие единых международных стандартов в образовании. В связи с этим перед нашими образовательными сообществами встают задачи нахождения баланса между глобальным и национальным, а также выявления резервов для модернизации национальных систем образования. Реформирование систем образования потребует изменения соотношения аудиторных часов и самостоятельной работы студентов, сокращения числа дисциплин в учебных планах, усиления практической направленности программ обучения.

В. Н. Заболотный, президент Украинского фонда менеджмента (г. Киев), в своем докладе сделал основной акцент на вопросах построения эффективной модели управления бизнес-школой, обеспечивающей ее конкурентоспособность.

Характеризуя современное положение на рынке бизнес-образования, *В. Н. Заболотный* отметил, что эта сфера деятельности находится в стадии развития. В Украине сегодня работает 5–6 школ бизнеса. Только год назад создан Консорциум по усовершенствованию менеджмент-образования. Типичной назвал докладчик проблему полного отсутствия научных исследований в школах бизнеса, связанных с получением новых знаний для их последующей передачи в бизнес-образовании. Большинство современных преподавателей не занимаются научными исследованиями, они не мотивированы к этому. Таким образом, существующие украинские школы бизнеса можно отнести к типу *teaching colleges*, так как это школы, которые не генерируют новые знания, а, по существу, ретранслируют знания, полученные западными коллегами.

В условиях, которые характерны для всех стран на постсоветском пространстве, использование зарубежных передовых моделей управления школой бизнеса не представляется возможным. Причины этого следующие: дефицит высококвалифицированных преподавателей-«звезд», недостаток финансирования для мотивации и удержания преподавателей, дефицит ресурсов для создания современной инфраструктуры и т. п. Анализ рынка бизнес-образования позволяет утверждать, что приход крупных конкурентов состоится позднее. У национальных школ бизнеса пока есть время для продуманного позиционирования и развития ключевых компетенций.

По мнению *Е. В. Романенко*, ректора Киевского института бизнеса и технологий, не менее важна духовно-ценностная компонента бизнес-образования, его социокультурная функция. В Украине не создана критическая масса профессионалов, имеющих современное видение бизнеса. Развитие духовно-цен-

ностной компоненты бизнес-образования отвечает потребностям общества и в сочетании с интеллектуально-инструментальной компонентой делает бизнес-образование сбалансированной и эффективно работающей системой.

Программа конференции включала проведение двух круглых столов:

- «*Качество бизнес-образования и рынок*» (ведущие — *В. С. Катькало*, декан факультета менеджмента СПбГУ; *Е. В. Романенко*, ректор Киевского института бизнеса и технологий);
- «*Бизнес-образование „Россия — Украина — Запад“: партнерство и конкуренция*» (ведущие — *С. А. Щенников*, ректор МИМ ЛИНК; *В. Н. Заболотный*, президент Украинского фонда менеджмента).

Один из выводов конференции состоит в том, что на протяжении последнего десятилетия в России и Украине проходило формирование системы бизнес-образования. Как и во всем мире, были созданы и успешно функционируют разные модели школ бизнеса. Несмотря на заметные успехи, еще существует много проблем экономического, социального, правового характера, которые обуславливают отставание наших школ бизнеса от западных, снижают их конкурентоспособность.

Большинство участников конференции сошлись во мнении, что для повышения конкурентоспособности образовательное учреждение должно располагать такими ресурсами и способностями, как высококлассные преподаватели; разнообразные образовательные программы, ориентированные на спрос; активное использование информационных технологий и инноваций в учебном процессе; доступность финансовых ресурсов, грамотная организация маркетинга и др.

На ход реформирования образования в странах постсоветского пространства большое влияние оказывают процессы интеграции, которые развиваются в бизнес- и менеджмент-образовании на глобальном уровне. Конкуренция в этой области тоже глобальна, что, однако, не означает жесткого противостояния. Необходимо искать воз-

возможности диалога и взаимовыгодного сотрудничества.

Участники конференции выразили благодарность представителям РАБО и Консорциума по усовершенствованию менеджмент-образования в Украине за инициативу проведения совместной конференции и хорошую организацию работы. Впервые на столь вы-

соком интеллектуальном уровне состоялись обсуждения и дискуссии между российскими и украинскими коллегами по проблемам развития бизнес-образования. Общие исторические корни, полное взаимопонимание и схожие проблемы, отсутствие языкового барьера — все это хорошая основа для развития устойчивых партнерских отношений.

Т. Д. Подсыпанина
Российская ассоциация
бизнес-образования