

«ЗА БЫСТРЫМИ РЕШЕНИЯМИ ХОДЯТ К ГАДАЛКАМ»

ЧАСТНЫЕ БИЗНЕС-ШКОЛЫ СУЩЕСТВУЮТ ПО ТЕМ ЖЕ ЗАКОНАМ РЫНКА, ЧТО И ИХ СЛУШАТЕЛИ, ПОЭТОМУ ДОЛЖНЫ УМЕТЬ СТАВИТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ И КОРРЕКТИРОВАТЬ ИХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СИТУАЦИИ. ОБ АКТУАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ И МАРГИНАЛЬНЫХ СЕГМЕНТАХ РЫНКА, НОВЫХ ВЫЗОВАХ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАССУЖДАЕТ РЕКТОР БИЗНЕС-ШКОЛЫ ИМИСП ЯРОСЛАВ ПАВЛОВ. ВЕРНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Как вы оцениваете ситуацию на рынке бизнес-образования? Каков его объем?

ЯРОСЛАВ ПАВЛОВ: В последнее время объем рынка MBA кардинально не изменился: это семь с небольшим тысяч слушателей, как и в 2019 году. Сегодня значительно растет доля образования, не имеющего отношения к MBA, — короткие программы, онлайн-курсы, инфобизнес. Люди за это готовы платить, потому что им обещают простые решения, «волшебные таблетки». Короткие курсы могут приносить пользу. Но инфобизнес — это маргинальный сегмент, не ориентированный на серьезные бизнес-результаты.

G: А как дела в других странах?

Я. П.: На Западе есть некоторый спад интереса к бизнес-образованию, а на Востоке — наоборот, рост. В Европе и Америке программы MBA слишком дороги как в топовых бизнес-школах, так и во второсортных или третьесортных. При этом далеко не все они дают хороший результат и очень медленно обновляются. Тогда как критическая масса тех, у кого уже есть степень MBA, достаточно велика. В отдельных аспектах западные школы уже проигрывают и азиатским, и российским.

G: Не сократился ли спрос в связи с кризисом?

Я. П.: В любой кризис есть бизнесы растущие и бизнесы, которым нужно удержаться на плаву. И в том, и в другом случае нужны действенные управленческие инструменты. Мы наблюдаем, что в кризис к MBA обращаются люди высокого уровня управленческих компетенций и амбиций — те, кто, может быть, раньше откладывал обучение. А те, кто хочет быстрых решений, ходят к гадалкам и смотрят ролики про успешный успех.

G: Чем отличается петербургский рынок бизнес-образования от московского и других регионов?

Я. П.: Бизнес-образование в основном сосредоточено в Москве и Петербурге, как и вообще вся экономика. Причем у Петербурга есть интересная особенность: бизнес-школы, которые регулярно набирают программы MBA и предоставляют образование достойного качества, у нас количественно меньше, чем в Москве (плюс-минус пять-шесть), но ИМИСП, наряду с еще двумя, регулярно входит в списки лучших в России. К нам часто приезжают учиться из Москвы. В ИМИСП 50–70% слушателей — петербуржцы, а 30–50% — москвичи и люди из других городов.

G: В чем особенность петербургского подхода?

Я. П.: У ИМИСП есть три качественных отличия: системность (справедливости ради, она свойственна и некоторым другим бизнес-школам Петербурга), ориентация на практику и гибкость. Почти все



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

наши преподаватели — это бывшие или действующие управленцы и консультанты, которые теорию критически пропустили через международный и российский практический опыт. Мы обязательно наполняем программу лучшими практиками российского бизнеса от приглашенных спикеров и живыми кейсами. Кроме того, мы закладываем в программы Executive MBA (EMBA) время для вариативных активностей, которые выбираем исходя из запроса группы.

G: Пришлось ли что-то менять в условиях пандемии?

Я. П.: Мы постоянно адаптируем программы под то, что происходит на рынке, и всегда стремимся найти оптимальное решение. Ограничения, связанные с пандемией, вынудили менять и те вещи, которые были оптимальны. Например, в программе EMBA есть международный модуль с посещением предприятий Германии, Швейцарии и Франции. В 2020 году вместо этих стран, в которые попасть было невозможно, мы посетили ведущие предприятия Татарстана. По итогам обсуждения проработали и добавили в программу совершенно новый блок, который создает значимую дополнительную ценность. Сейчас рассматриваем другие направления, чтобы предоставить новые международные возможности.

Последние годы на уровне комплексных программ мы работали только с EMBA — программой для топ-менеджмента. В прошлом году запустили MBA после длительного перерыва — и сделали эту программу максимально инструментальной, чтобы выпускники могли в сегодняшней ситуации что-то конкретное исправить. Она рассчитана на среднее управленческое звено и мелких предпринимателей. А EMBA мы еще больше со-

ориентировали на тематику стратегии, лидерства, управления изменениями — это три вещи, которые больше всего нужны первым лицам компаний, собственникам, топ-менеджменту.

G: Сегодня многие считают, что если мир непредсказуем, то и стратегия не нужна...

Я. П.: Это распространенное заблуждение. На самом деле, чем более непредсказуем мир, тем важнее стратегия. Мы расширили набор инструментов стратегии в программе EMBA. В частности, добавили курс трендвотчинга. Он помогает слушателям на основании слабых сигналов, которые приходят из внешней среды, определять тренды, систематизировать работу с ними и выстраивать вариативные стратегии. Кстати, у нас есть отличные примеры, когда наши выпускники применили сценарное планирование в первые (самые неопределенные) месяцы пандемии. Им впоследствии удалось достойно справиться с ситуацией и достичь хороших результатов. Среди них, например, выпускница EMBA ИМИСП Александра Улич, генеральный директор инновационной клиники «Кивач». В самом начале пандемии она очень быстро взяла ситуацию под контроль, спланировала возможные сценарии и начала их реализовывать. Таким образом, клиника не только осталась на плаву, но и стала лучше после снятия ограничений.

G: 2020 год задал вынужденный тренд на дистанционное обучение. Как вы к нему относитесь?

Я. П.: Я вообще поклонник дистанционного обучения: я погружен в эту тему уже как минимум лет восемь. Но при этом нужно понимать, что каждый из форматов эффективен для определенного рода задач: есть те задачи, что лучше решаются при

очном обучении и не даются в электронном виде, а есть — наоборот. MBA и особенно EMBA многое теряют при полностью дистанционном формате, ведь эти программы не только про знания и опыт, а еще и про личные связи, про доверие.

G: Вы пришли в ИМИСП в не самое простое время. Как адаптировались?

Я. П.: Я пришел в сентябре 2019 года в качестве советника ректора, что позволило нормально адаптироваться к организационной культуре ИМИСП, узнать поближе команду. С коллегами мы знакомы достаточно давно по Российской ассоциации бизнес-образования (РАБО), мы все люди с бизнес-образованием и практическим опытом — так что общий язык нашли быстро. В феврале 2020-го меня назначили первым проректором, а с сентября — ректором. Мне очень повезло: это был лучший момент. Потому что Сергей Кириллович (предыдущий ректор и нынешний президент ИМИСП Сергей Мордовин. — **G**) пригласил меня ради осуществления изменений: они назрели. А осуществлять изменения, когда внешняя среда нестабильна, можно значительно быстрее, чем в спокойной ситуации.

G: Что уже удалось поменять, какие планы на будущее?

Я. П.: Мы изменили многое, и многое еще предстоит изменить. Серьезно работаем над IT-инфраструктурой (цифровизация требует мощной базы), пересмотрели подход к маркетингу и продажам (движемся в сторону концепции продакт-менеджмента). Самым значимым нововведением в прошлом году стал запуск бизнес-клуба выпускников. Мы начали именно с бизнес-клуба, а не с ассоциации — в нем небольшой вступительный взнос и большое число мероприятий: проводим встречи с лидерами бизнеса и экспертами в отдельных отраслях, тематические конференции, мастермайнд-группы, интеллектуальные игры, бизнес-дискуссии и пр. Все это формирует уникальное комьюнити. Выпускники для ИМИСП — это самый большой ресурс.

G: Каковы перспективы развития бизнес-образования в России?

Я. П.: Вопрос в том, чтобы, во-первых, не было излишнего давления на все частное — чтобы государство не мешало бизнесу работать и развиваться. И во-вторых, чтобы не было давления на бизнес-образование (чтобы его ни в коем случае не загоняли в формат магистратур, ФГОСов), потому что тогда оно не сможет соответствовать запросам предпринимателей и современным бизнес-реалиям. При этих двух условиях, если экономика не просядет слишком жестко, бизнес-образование будет расти. А топ-10 бизнес-школ России, уверен, переживут (хотя и не без труда) почти любой кризис. ■