

16 → Управляющий партнер инвестиционной компании Adastra Management Артем Гудченко придерживается иной точки зрения: «Бытует мнение, что в кризис наступает стагнация по многим направлениям и есть время для обучения сотрудников. Многие даже оправдывают это решение перспективой использования новых знаний и навыков на волне роста после кризиса. Это — заблуждение: если у вас кризис, продажи падают, вы несете убытки и у вас есть „незанятые“ сотрудники — нужно их уволить. Кризис — не самое удачное время для начала программ обучения сотрудников. С одной стороны, затраты на обучение — это инвестиции с неочевидным сроком окупаемости, которые принято сокращать в стратегии выживания. С другой стороны, нагрузка на коллектив во время кризиса и без того существенно возрастает, растет психологическое и физическое напряжение, что делает обучение неэффективным. Если перед бизнесом стоит актуальная задача, которую необходимо решать здесь и сейчас и для решения которой необходимо применить новые знания, технологии и практики, то гораздо эффективнее будет привлечь профессиональных внешних консультантов, которые способны предложить оперативное решение. Таким образом можно „убить двух зайцев“: эффективно и в минимальные сроки решить проблему, а также провести практическое обучение своей собственной команды, которая может быть вовлечена в реализацию предложенной консультантом стратегии».

ВРЕМЯ НОВЫХ ТРЕНДОВ Андрей Колесников, генеральный директор Power Lexis, полагает, что сегодня наступает время изменения трендов в бизнес-образовании. «В современном бизнес-сообществе укоренилась стратегия непрерывного обучения. Тратить два года на получение фундаментального образования — сегодня это неоправданная роскошь. Актуальны короткие программы и новые технологии. Образовательные процессы уже сейчас интегрируются с „интернетом вещей“ (Internet of Things, IoT), перераспределяя тип и время обучения. Сегодня все актуальнее становится проработка теоретической базы самостоятельного (при активном использовании гаджетов), а аудиторные часы в программе отводятся на групповую работу и разбор практических кейсов», — рассказывает он.

Елена Кучер, руководитель финансовой академии «Актив», также полагает, что потенциал роста наблюдается в онлайн-формате: усиливается конкуренция на рынке труда, растет спрос на конкретные компетенции, увеличивается число компаний, которые хотят обучать свой персонал с минимальными временными и финансовыми затратами.

«Мощный прогресс онлайн-образования вызван, с одной стороны, стремлением к оптимизации затрат на повышение квалификации, а с другой — острой необходимостью впитывать новые знания и умения для успешного лавирования в условиях кризиса. И эффективное решение этих двух противоречивых задач лежит в плоскости онлайн-обучения. Соответственно, мы наблюдаем рост количества игроков рынка, предлагающих профессиональное повышение квалификации именно в онлайн», — говорит госпожа Кучер.



В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВЕ УКОРИНИЛАСЬ СТРАТЕГИЯ НЕПРЕРЫВНОГО ОБУЧЕНИЯ. ТРАТИТЬ ДВА ГОДА НА ПОЛУЧЕНИЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ — ЭТО СЕГОДНЯ ДЛЯ МНОГИХ НЕОПРАВДАННАЯ РОСКОШЬ

Андрей Шапенко, руководитель проектов Института исследования быстро развивающихся рынков бизнес-школы «Сколково», полагает, что развитие дистанционного образования и онлайн-моделей — это вообще глобальный тренд и России его не избежать. «Именно здесь может наступить переломный момент прямой конкуренции российских бизнес-школ с мировыми. Зачем идти учиться теории у малоизвестных российских профессоров, когда можно пройти курс стратегии или маркетинга от международной суперзвезды? При этом в настоящий момент не существует дистанционных технологий развития так называемых soft skills, и большинство онлайн-курсов являются, по сути, лишь каналом передачи знаний, эффективность которого ставится под сомнение. Значит, школы будут пересматривать соотношение различных компонентов в своих программах и, скорее всего, станут уделять особое внимание развитию навыков, которые можно приобрести только очно и в обсуждении, — лидерских, социальных, командных», — уверен эксперт.

При этом он отмечает, что набор дисциплин, преподаваемых в мировых и российских бизнес-школах, довольно стандартный: стратегия, лидерство, финансы, маркетинг, управление. То есть примерно такой же, как был десять и двадцать лет назад. «Консервативность существующих моделей мировых университетов и бизнес-школ, равно как и ограничения рейтингов и стандартов, не позволяют им оперативно адаптировать программы под запросы рынка, и с этой точки зрения российские школы находятся в более предпочтительной ситуации. Им надо лишь понять, чего хочет рынок, и предложить продукт, который принесет бизнесу реальную пользу», — считает господин Шапенко.

Господин Павлов согласен с тем, что сегодня идет переосмысление всеми игроками ценностей своих предложений, часто — достаточно глубокая системная перезагрузка, поиск новых конкурентных преимуществ, сегментов, ниш. Он отмечает возрастающую конкуренцию со стороны тренеров-консультантов-индивидуалов, предлагающих «точечные» проблемно ориентированные короткие программы. «Но они не способны к комплексному обслуживанию клиента», — отмечает господин Павлов.

ПОПУЛЯРНОСТЬ MBA ПАДАЕТ Господин Колесников уверяет, что набор в

классические бизнес-школы MBA падает не первый год. «Начало этому явлению положил кризис 2008 года. Тенденцию уже не остановить, на мой взгляд. Кризис просто пропедалировал ситуацию, реальные проблемы глубже уменьшения количества денег. Во многом это произошло „благодаря“ изменившемуся отношению к бизнес-образованию со стороны работодателей. Наличие диплома MBA как преимущества для руководящих позиций оценивают не более четверти руководителей компаний. С одной стороны, это связано с предубежденностью, что выпускники классических бизнес-школ не в состоянии оперативно реагировать на изменения рынка, они не столь гибки, им непросто дается решение проблем в условиях неопределенности. Чтобы всем этим овладеть, „корочки“ недостаточно, компетенции необходимо наращивать опытным путем непосредственно в деле. Еще одним ударом по бизнес-образованию РФ, которым все курсы отнесены к системе дообразования и их выпускники не получают диплом магистра. В целом ряде российских вузов в 2014 году были закрыты программы MBA. Востребованы сегодня только статусные бизнес-школы, но это заграница», — отмечает господин Колесников.

Его слова подтверждают исследования. По данным исследовательского центра портала Superjob, управленцы среднего

и высшего звена все менее оптимистично оценивают преимущества диплома MBA в переговорах с потенциальным работодателем. Дополнительным козырем при трудоустройстве диплом MBA сегодня считают 65% соискателей позиций топ- и мидл-менеджеров. Противоположного мнения придерживаются 35% управленцев. Сторонники бизнес-образования в своих комментариях чаще всего упоминали об авторитете, которым диплом MBA пользуется у работодателей. Противники MBA отмечали невысокое качество российских бизнес-школ: «Программы MBA в российской системе образования не аккредитуются... Никаких особых знаний и преимуществ там не дают. Знаю, сама преподавала на таких программах. Это дань нездоровой моде».

Руководители относятся к степени MBA все с меньшим пиететом: в относительно стабильном 2013 году в преимуществах степени MBA были уверены 73% респондентов, в посткризисном 2009-м — 76%, говорят аналитики Superjob.

Основное в бизнес-образовании, по мнению руководителей, — получение знаний и навыков, необходимых для успешной работы, так считают 30% опрошенных. Каждый пятый уверен, что обладание степенью MBA в первую очередь сулит престиж в глазах работодателя, партнеров по бизнесу. Новые связи и знакомства в бизнес-среде считают главным приобретением 15% опрошенных. → 20

«СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО НАЛИЧИЕ ДИПЛОМА MBA ЯВЛЯЕТСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ КОЗЫРЕМ В ПЕРЕГОВОРАХ СОИСКАТЕЛЯ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ РАБОТОДАТЕЛЕМ?»

ВАРИАНТ ОТВЕТА	АВГУСТ 2009 ГОДА	ИЮНЬ 2013 ГОДА	СЕНТЯБРЬ 2015 ГОДА
БЕЗУСЛОВНО — ДА	34%	27%	19%
СКОРЕЕ ДА	42%	46%	46%
СКОРЕЕ НЕТ	17%	17%	24%
ОПРЕДЕЛЕННО — НЕТ	7%	10%	11%

ИСТОЧНИК: SUPERJOB

«НА ВАШ ВЗГЛЯД, ЧТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ДАЕТ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ (MBA/EMBA)?»

ВАРИАНТ ОТВЕТА	АВГУСТ 2012 ГОДА	СЕНТЯБРЬ 2015 ГОДА
ЗНАНИЯ И НАВЫКИ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ	26%	30%
СВЯЗИ И ЗНАКОМСТВА, ПОМОГАЮЩИЕ В РАБОТЕ	17%	15%
ПРЕСТИЖ В ГЛАЗАХ РАБОТОДАТЕЛЯ, ПАРТНЕРОВ ПО БИЗНЕСУ	21%	20%
ДИПЛОМ, ДАЮЩИЙ ВОЗМОЖНОСТЬ РАБОТАТЬ В КРУПНОЙ/ЗАРУБЕЖНОЙ КОМПАНИИ	13%	11%
ДРУГОЕ	3%	1%
НИЧЕГО НЕ ДАЕТ	15%	16%
ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	5%	7%

ИСТОЧНИК: SUPERJOB