

БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ

Годовое Собрание РАБО- 2017 21 апреля 2017 года

Мясоедов Сергей Павлович

Президент Российской ассоциации бизнес образования (РАБО)

доктор соц. наук, профессор

Проректор Академии при Президенте РФ (РАНХиГС)

Директор ИБДА РАНХиГС

РОССИЙСКОЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ: ДОСТИЖЕНИЯ

- ❑ **Бизнес-образование признано профессиональным сообществом и... отчасти государством**
- ❑ **Российское бизнес-образование признано в мире – признание РАБО, аккредитации, двойные дипломы**
- ❑ **Реализуются все существующие виды и уровни: бакалавр, специалист, магистр, MBA, EMBA, DBA, executive-retraining и др.**
- ❑ **Используются все формы реализации обучения (full-time, part-time, distance learning, blended) и все известные методы обучения (action learning, project-based consulting, gaming, coaching, simulation, case method и пр.)**
- ❑ **Сформировались профессиональные объединения: РАБО, НАСДОБР, Ассоциация менеджеров и др.**
- ❑ **Издательская деятельность – более 20 специализированных издательств, около 300 новых учебников по менеджменту в год («Питер», «Альпина-Публишер», «Дело», «ИНФРА-М», «Олимп-бизнес», «Манн, Иванов и Фарбер» и др.)**
- ❑ **Выпускается большое число профессиональных управленческих журналов – журнал РАБО «Бизнес-образование», русское издание «Harvard Business Review», «Проблемы теории и практики управления», «Российский журнал менеджмента», «Управление компанией», «Экономические стратегии» и др.**

СОСТОЯНИЕ РЫНКА

- ❑ Более двух сотен различных программ MBA/EMBA – только четверть из них соответствуют требованиям AMBA/НАСДОБР
- ❑ Стоимость обучения на программах MBA – в диапазоне примерно от 200-400; 400-800; 800-1,5 миллиона рублей за два года
- ❑ Наборы по сравнению с 2000-2005 годом сократились примерно в 1,5 раза
- ❑ Наиболее хорошо чувствуют элитные (3-4 года идет перераспределение рынка в их пользу) и дешевые программы (up and down trend)
- ❑ Наблюдаются попытки вытеснения БШ и продолжительных программ с рынка нерыночными методами и перераспределение их доли в пользу вузовских факультетов

7 СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ

1. Обострение конкуренции и повышение уровня требований к преподавателям и программам со стороны клиентов
2. Смена поколений и повышение требований к практичности и интерактивности
3. Рост спроса на короткие программы на фоне стагнации популярности тренингов
4. Рост продаж и востребованности онлайн-курсов
5. Рост спроса на специализированные программы со стороны малого и среднего бизнеса
6. Рост интереса государства к наработкам бизнес образования
7. Активизация бизнеса и корпоративных университетов на рынке бизнес образования, включая традиционные сегменты университетов и бизнес-школ

НЕКОТОРЫЕ ВЫВОДЫ:

УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ И БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЕ БЫСТРО ДВИЖЕТСЯ В СТОРОНУ:

- конкретной специализации – функциональной, отраслевой, нишевой, региональной и т.п.
- усложнения и совершенствования технологий обучения
- интерактивности и мобильности
- проектной ориентированности и мобильности
- к групповым методам работы и индивидуализации
- к программам, создаваемым под заказ конкретных клиентов

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ: КЛЮЧЕВЫЕ СТЕЙКХОЛДЕРЫ

- ❑ **Государство** – не замечает БШ и БО, делая акцент на ГМУ
- ❑ **Работодатели** (сектор B2B) – ругают бизнес-школы: в них учат не тому и есть риск потерять хорошего сотрудника после получения MBA, ставка на корпуниверситеты без понимания их ограничений
- ❑ **Учащиеся** (сектор B2C) – ругают бизнес-школы и путают их с университетами: в них учат не тому, не так и не те (перегруженность теорией, академичность преподавателей)
- ❑ **Преподаватели** – ругают бизнес-школы за высокие требования и недостаточную оплату труда
- ❑ **Общество** – не разделяет университеты и бизнес образование и ругает всех разом и за отсутствие фундаментальности и теоретичность
- ❑ **СМИ** – дополняют картину: недобросовестные рейтинги, некомпетентные публикации

«ВЗРОСЛЫЕ» ПРОБЛЕМЫ

- ❑ Самоидентификация бизнес и управленческого образования, как синергетического синтеза дисциплин – управление = психология + социология + юриспруденция + экономика
- ❑ Законодательное признание и признание федеральными органами исполнительной власти – ФОИВами
- ❑ Частно-государственное партнёрство
- ❑ Фокус на интересы стейкхолдеров при разработке программ и проектов
- ❑ Лоббирование отраслевых интересов

БИЗНЕС КОРПОРАЦИИ (РЫНОК B2B)

- ❑ **Смешение** бизнес и университетского образования
- ❑ **Смешение** магистратуры и MBA
- ❑ **Критика** «выдуманных» недостатков программ MBA с агрессией на базе внутреннего комплекса неполноценности
- ❑ **Противопоставление** «корпоративных университетов» бизнес и менеджмент школам
- ❑ **Отсутствие понимания**, что открытый рынок средне-крупного бизнеса и олигополистический рынок имеют специфику организации кадровой переподготовки
- ❑ **РАБО** и **НАСДОБР** пытаются выстроить отношения «Бизнес-школа – Корпоративный университет – Тренинговый центр»:
 - программа для преподавателей из бизнеса
 - стандарты КУ и ТЦ и т.д.

ГОСУДАРСТВО

- ❑ Нет серьезной правовой, административной и финансовой поддержки управленческого образовательного рынка со стороны государства (недействительные аккредитации, некачественные рейтинги, торговля дипломами...)
- ❑ Пятилетка «Создания бизнес факультетов» на осколках рыночных бизнес школ в федеральных университетах
- ❑ Подсознательное заблуждение, что управление в госучреждениях и «менагерство» в частных фирмах принципиально отличаются (хотя отраслевые отличия – 10-15 процентов)
- ❑ Отсутствие понимания, что руководители крупнейших организаций и структур должны готовиться, как «многофункциональные менеджеры»
- ❑ Низкое представительство руководителей бизнес-образования в государственных и общественных организациях
- ❑ Нет действенных альянсов между школами бизнеса и школами государственного управления
- ❑ Первые шаги частно-государственного партнерства (попытки использовать технологии бизнес образования в госуправлении, Президентская программа, Система оценки профпригодности преподавателей менеджмента, независимая экспертиза и т.п.)

РАБО И НАСДОБР ПЫТАЮТСЯ ПРЕОДОЛЕТЬ РАЗРЫВ

И ТЕМ НЕ МЕНЕЕ – СОСУД «НАПОЛНЕН» БОЛЬШЕ, ЧЕМ НАПОЛОВИНУ...

- ❑ **Новые бизнес-модели** в бизнес-образовании
- ❑ **Исследования** в бизнес школах
- ❑ Формирования **преподавателей нового типа** – изменение формы и методы преподавания
- ❑ Совершенствование **портфеля программ**: программы MBA – «конструктор LEGO», «матрёшки», «почти консалтинг» = бизнес-образование на площадке реального бизнеса
- ❑ Подход к **набору и отбору** слушателей
- ❑ Формирование **ценового сегмента** и фокуса на **нишевые рынки** – стоимость обучения
- ❑ **Альянсы** – БШ-КорпУниверситеты и/или компании, тренинг центры, ассоциации, региональные партнеры
- ❑ Преодоление **географических границ** – международное признание, интеграция, международная аккредитация
- ❑ Выстраивание **партнерских отношений** с государством
- ❑ Формирование **долгосрочных связей** с нишевыми (фокусными) клиентами

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!