

**Жаворонкова****Наталья****Михайловна,**канд. эконом. наук,  
директор Программы  
МВА МИМ ЛИНК**Орехов****Виктор****Дмитриевич,**канд. техн. наук,  
директор по работе  
в Московском  
регионе МИМ ЛИНК,  
тьютор МИМ ЛИНК**Ремез****Юлия****Владимировна,**  
начальник отдела  
маркетинга  
МИМ ЛИНК**Сычева****Александра****Сергеевна,**зам. главного  
редактора  
Сообщество  
менеджеров  
*E-xecutive*

## **Бизнес-образование для занятых людей: качество, ценности, выбор**

Проведенное МИМ ЛИНК совместно с интернет- порталом сообщества менеджеров E-xecutive в 2005 году исследование «Отношение менеджеров к программам МВА» [1] дало ответ на ряд вопросов об отношении российских компаний к бизнес-образованию, но и вызвало новые вопросы, связанные с несколько противоречивым отношением к обучению на МВА. С одной стороны, около половины респондентов считают, что получение МВА – это дань моде, а с другой – абсолютное большинство менеджеров стремится получить эту степень или уже имеет её. При этом большинство менеджеров считает, что наличие степени МВА не оказывается благоприятно на карьере, а компании оплачивают, в основном, обучение топ-менеджеров. Таким образом, не ясно место степени МВА в системе бизнес-образования в России.

Поэтому было решено раздвинуть рамки исследования за пределы программ МВА, и в качестве объекта данного исследования выступало все бизнес-образование (за исключением первого высшего образования). Так же, как и в предыдущем исследовании, в качестве респондентов выступали члены интернет-сообщества E-xecutive, которые опрашивались путем заполнения электронной анкеты.

В качестве основных целей исследования были выбраны следующие:

- Определить ценности и ключевые показатели качества бизнес-образования в восприятии потребителей.
- Какие компетенции в первую очередь стремятся развивать с помощью бизнес-образования менеджеры и их руководители и на что они обращают внимание при выборе программ обучения?
- Выявить различия между отношением к образованию работодателей и остальных менеджеров.

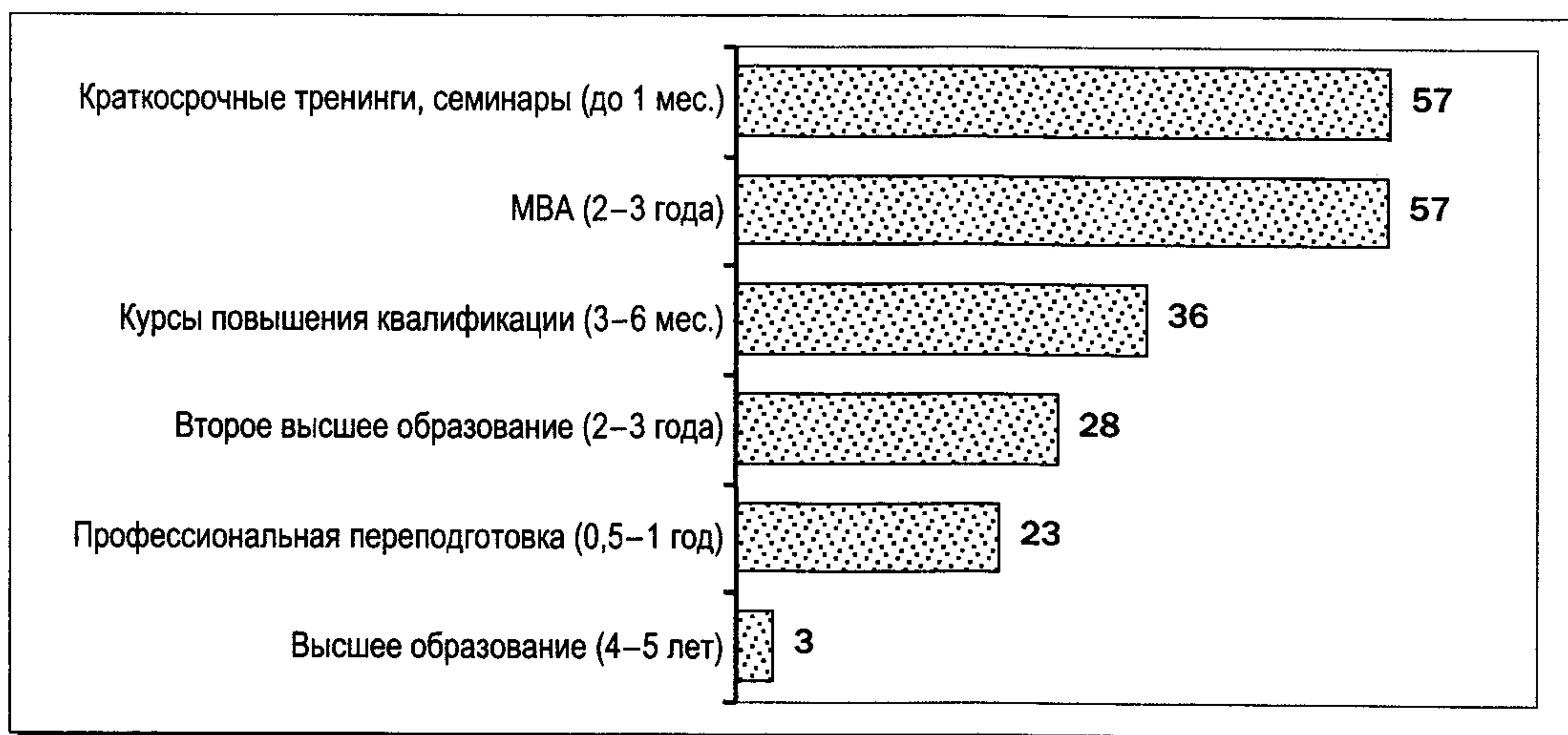
В опросе ([www.e-xecutive.ru/publications/ratings/article\\_4726](http://www.e-xecutive.ru/publications/ratings/article_4726)) приняли участие 2849 респондентов, из которых 83% отнесли себя к менеджерам, а 17% – к работодателям. Управленческий уровень менеджеров был следующим: функциональные менеджеры – 36%, менеджеры среднего звена – 30%, руководители независимых подразделений – 16%, линейные менеджеры – 10%, специалисты – 8%. Состав работодателей (469 человек): 17% – владельцы компаний, 26% – руководители компаний, 16% – руководители крупных независимых подразделений, 41% – менеджеры и директора по персоналу.

Доля мужчин составила 60%. Возраст респондентов: до 30 лет – 54%, от 31 до 40 лет – 33%, свыше 40 лет – 13%. **163**

Региональное распределение менеджеров: 51% – Москва и область, 11% – Санкт-Петербург, 36% – другие регионы России и СНГ, 2% – другие страны. Примерно также распределены по регионам работодатели, однако среди них значительно меньше доля тех, кто работает за пределами России и СНГ.

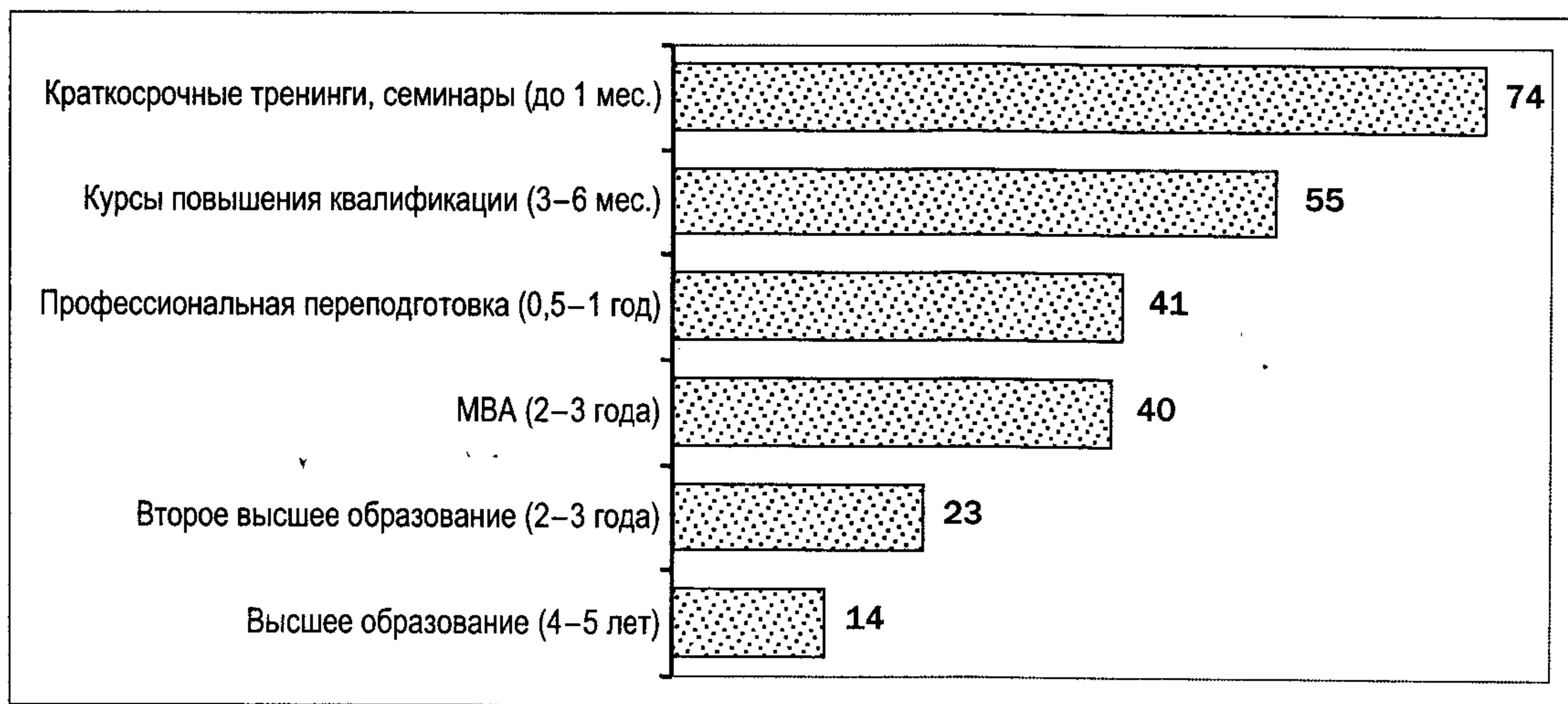
## 1. Типы и формы бизнес-образования

Согласно результатам опроса (рис. 1, 2), наиболее интересными программами бизнес-образования менеджеры считают краткосрочные тренинги и программы уровня МВА. Профессиональная переподготовка находится на предпоследнем, пятом месте.



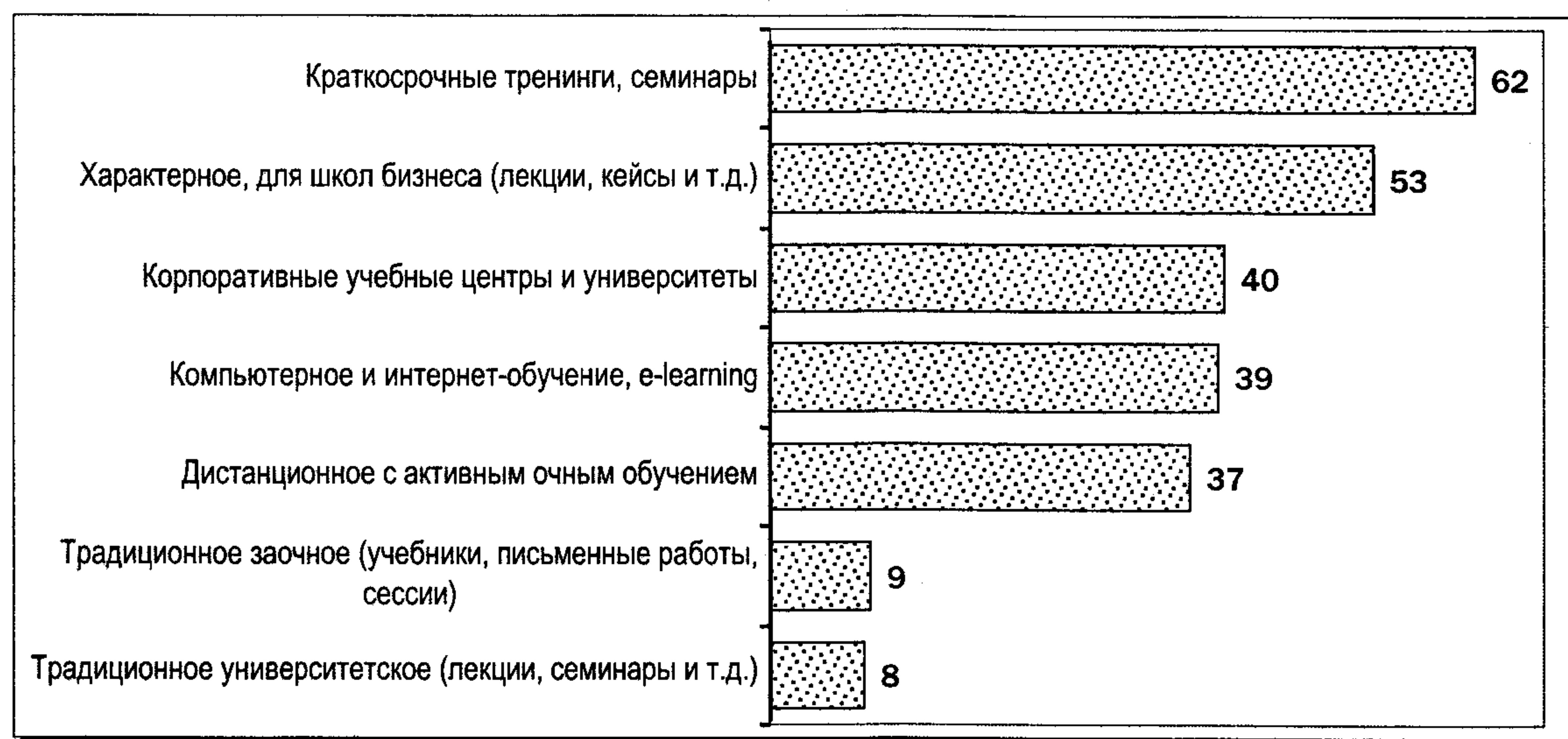
*Рис. 1. Наиболее интересные программы бизнес-образования (менеджеры), %*

Для работодателей уровень привлекательности программ обратно пропорционален их продолжительности и МВА занимает лишь четвертое место.



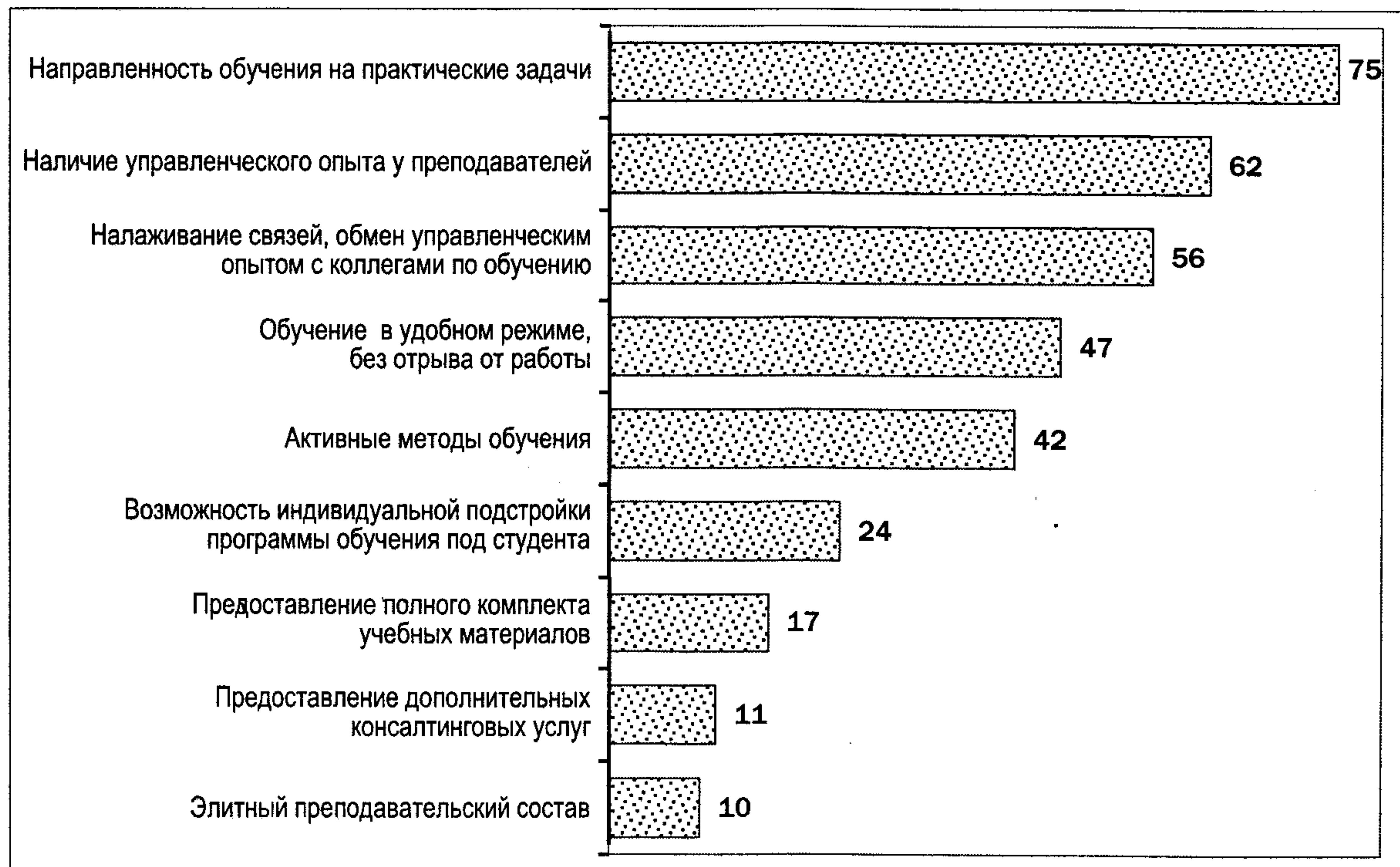
*Рис. 2. Наиболее интересные для персонала организации программы бизнес-образования (работодатели), %*

**164** Среди форм обучения для менеджеров наиболее предпочтительны краткосрочные, а также формы, характерные для школ бизнеса и корпоративных университетов (рис. 3). Наименее интересны традиционные университетские и заочные формы обучения. Аналогичные предпочтения и у работодателей.



*Рис.3. Формы обучения, предпочтительные для бизнес-образования менеджеров-практиков (менеджеры), %*

Наиболее важными особенностями бизнес-образования менеджеры считают направленность обучения на практику и наличие у преподавателей практического опыта (рис. 4).



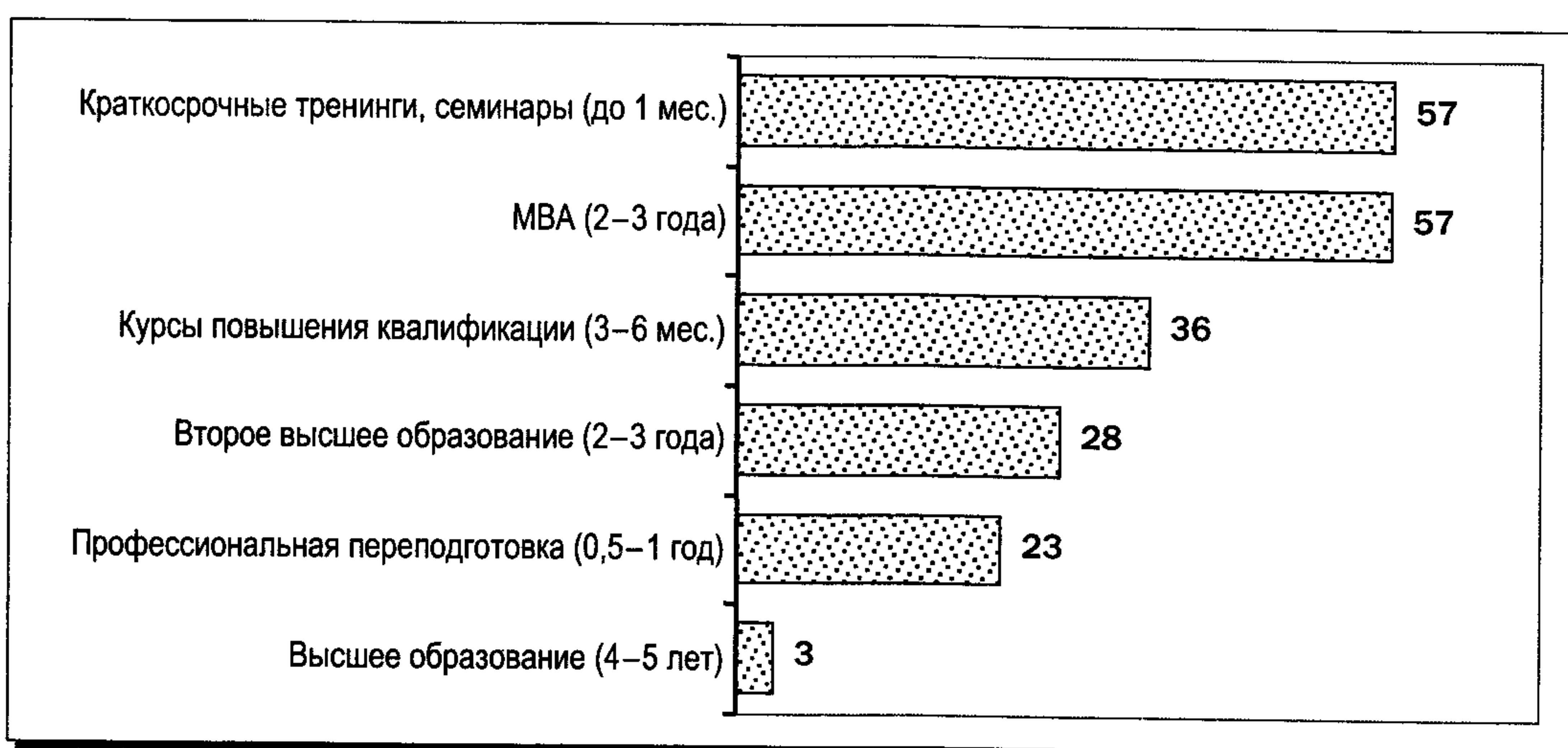
*Рис. 4. Особенности бизнес-образования для менеджеров-практиков (менеджеры), %*

Доля мужчин составила 60%. Возраст респондентов: до 30 лет – 54%, от 31 до 40 лет – 33%, свыше 40 лет – 13%. 163

Региональное распределение менеджеров: 51% – Москва и область, 11% – Санкт-Петербург, 36% – другие регионы России и СНГ, 2% – другие страны. Примерно также распределены по регионам работодатели, однако среди них значительно меньше доля тех, кто работает за пределами России и СНГ.

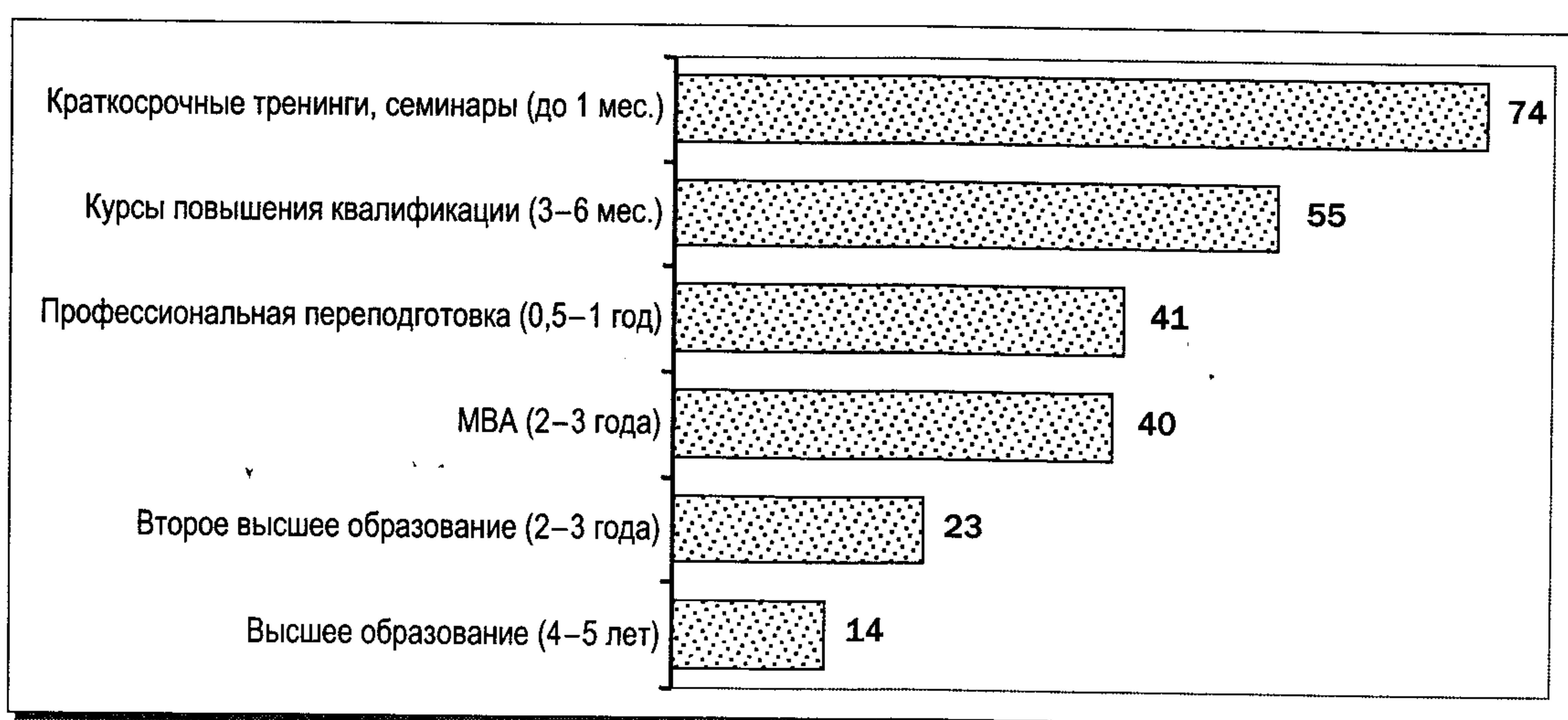
## 1. Типы и формы бизнес-образования

Согласно результатам опроса (рис. 1, 2), наиболее интересными программами бизнес-образования менеджеры считают краткосрочные тренинги и программы уровня МВА. Профессиональная переподготовка находится на предпоследнем, пятом месте.



*Рис. 1. Наиболее интересные программы бизнес-образования (менеджеры), %*

Для работодателей уровень привлекательности программ обратно пропорционален их продолжительности и МВА занимает лишь четвертое место.



*Рис. 2. Наиболее интересные для персонала организации программы бизнес-образования (работодатели), %*

Аналогичное отношение и у работодателей с несколько меньшим уровнем значимости позиции «налаживание связей».

## 2. Цели и ценности бизнес-образования

Среди ценностей бизнес-образования у менеджеров на первых местах находятся: компетентность, развитие и практичность (рис. 5).

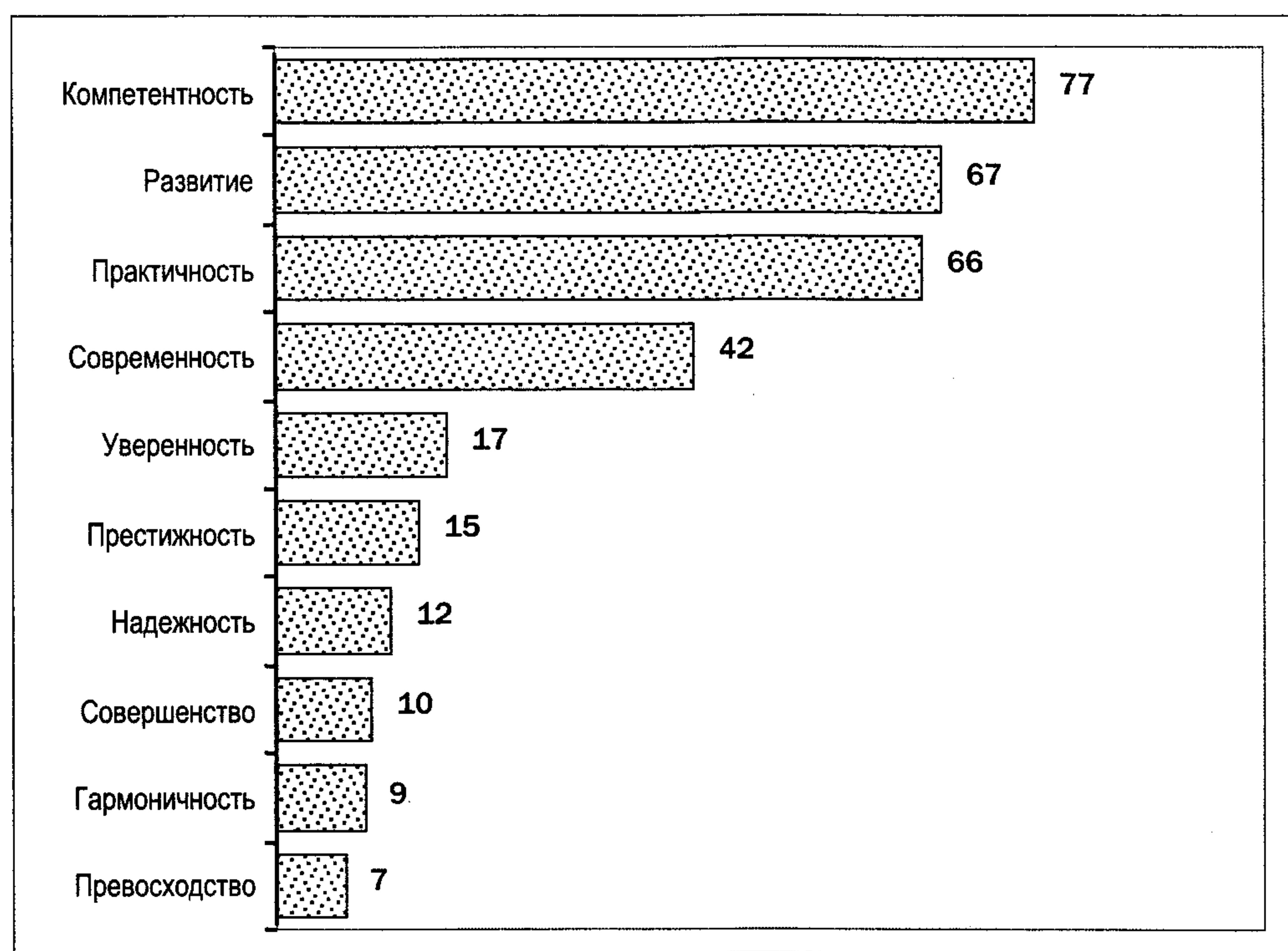


Рис. 5. Ценности бизнес-образования (менеджеры), %

Аналогичная картина характерна и для работодателей, но уровень значимости ведущих ценности несколько выше: компетентность – 86%, развитие – 74%, а практичность – 68%. В то же время «престижность» занимает последнее место – 3%. Вариации между значимостью ценностей для генерального руководства и менеджеров по персоналу незначительны.

Основная цель, которую ставят перед собой большинство менеджеров при получении бизнес-образования, – это увеличение собственного профессионализма (64%). По мнению 58% менеджеров, бизнес-образование помогает успешному развитию карьеры. 52% респондентов планируют развить и реализовать свой творческий потенциал. Лишь на четвертом месте (51%) находится цель, относящаяся к организации, – повышение эффективности управления компанией (рис. 6).

Работодатели также ставят на первое место рост профессионализма и способностей сотрудников (рис. 7). Однако среди их целей важное место занимают те, которые связаны с развитием компании. Две трети из них полагают, что обучение персонала поможет повысить конкурентоспособность их бизнеса и создать успешно развивающуюся компанию.

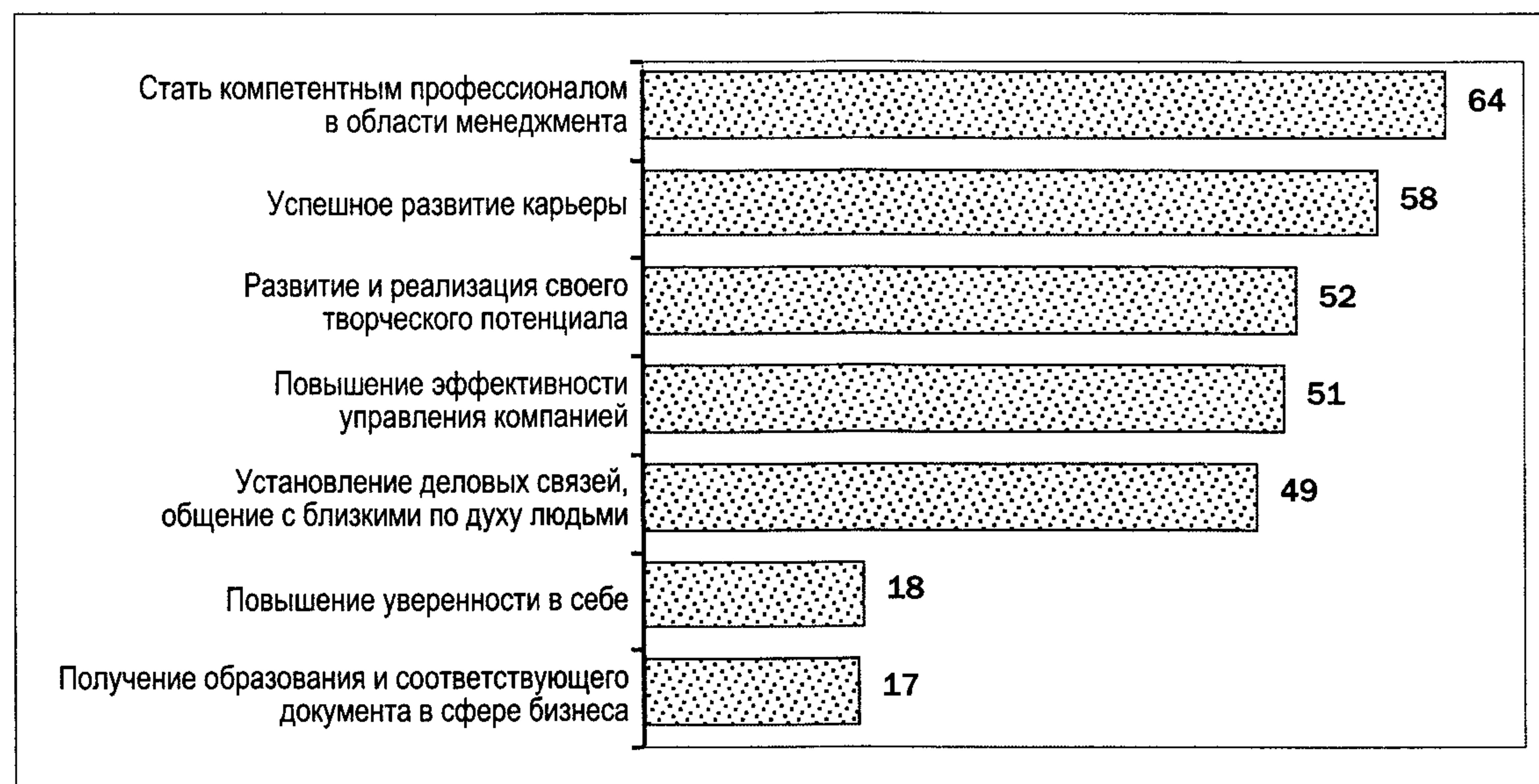


Рис. 6. Наиболее важные цели, связанные с бизнес-образованием (менеджеры), %

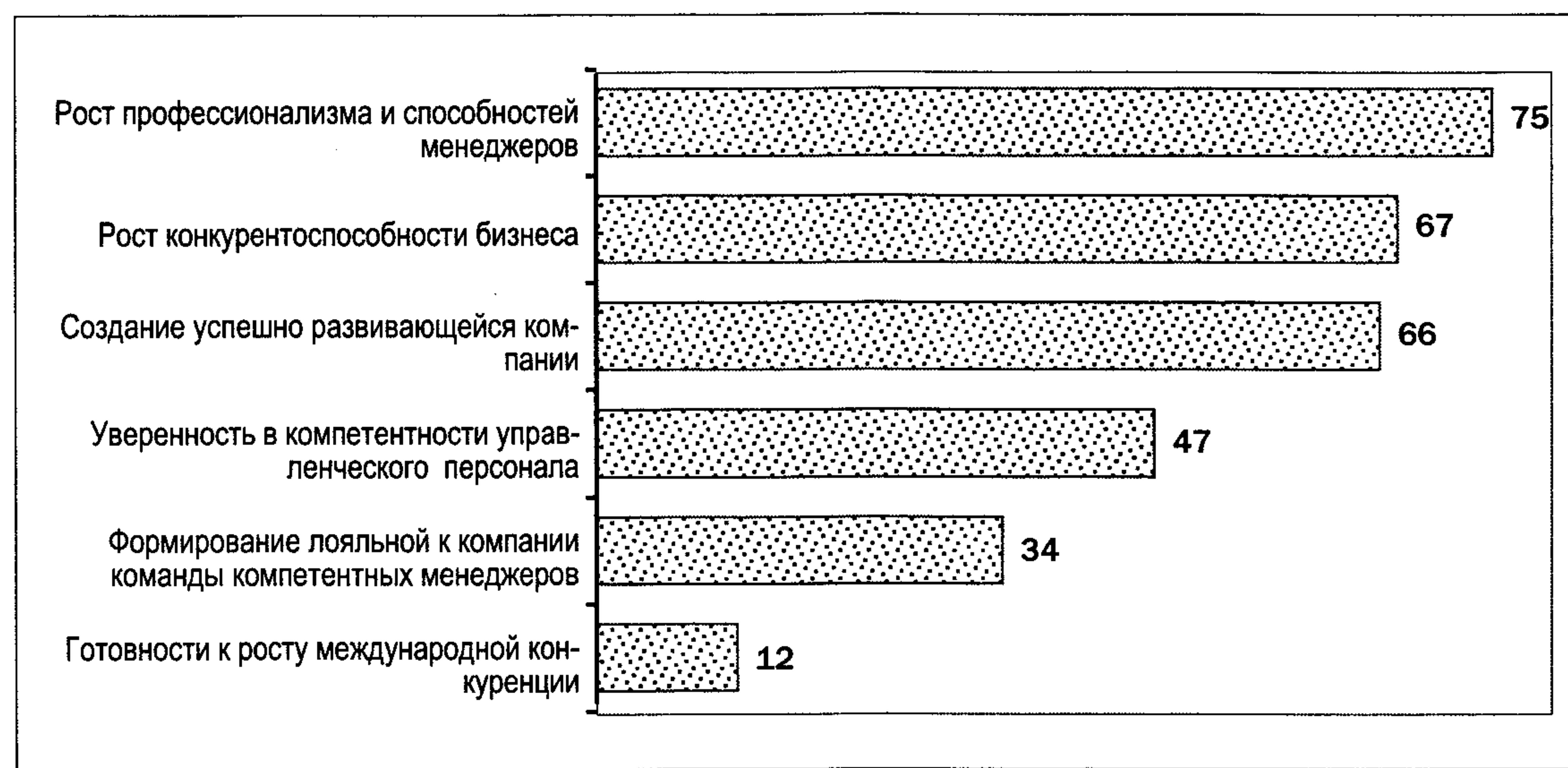
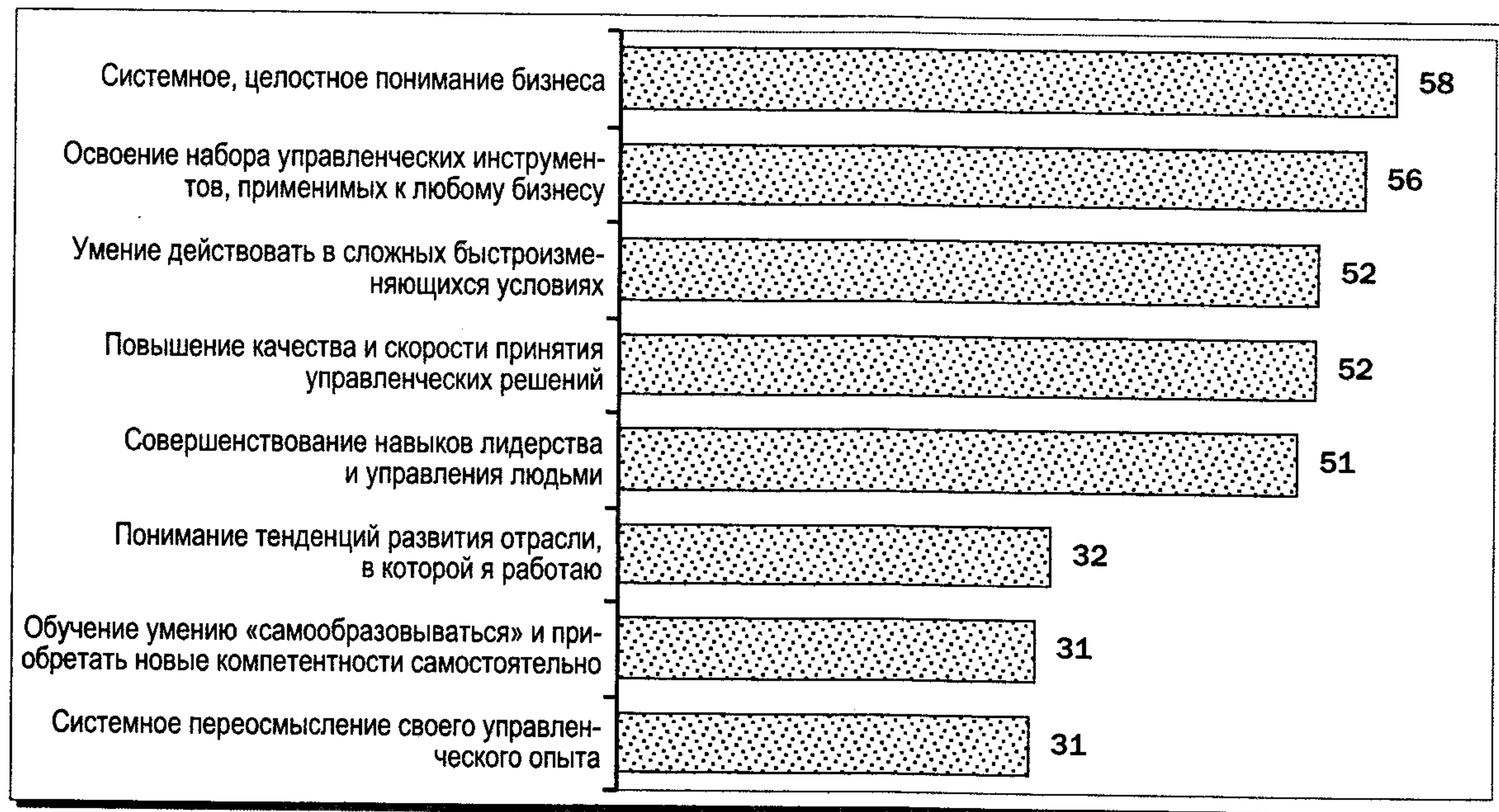


Рис. 7. Каких целей помогает достичь бизнес-образование персонала (работодатели), %

Далее была предпринята попытка выяснить, что понимают менеджеры под такими категориями, как компетентность, практическая направленность и международный уровень. Большинство опрашиваемых в обеих категориях полагают, что основным умением, с которым непосредственно связано развитие компетентности при обучении, является системное, целостное понимание бизнеса. Такого мнения придерживаются 65% работодателей и 58% менеджеров (рис. 8, 9). Другие приоритеты у двух категорий респондентов значительно различаются, в частности для работодателей значительно ниже приоритет таких умений, как «Освоение набора управленческих инструментов, применимых к любому бизнесу» и «Понимание тенденций развития отрасли, в которой я работаю».



*Рис. 8. Умения, с которыми связано развитие компетентности при обучении (менеджеры), %*



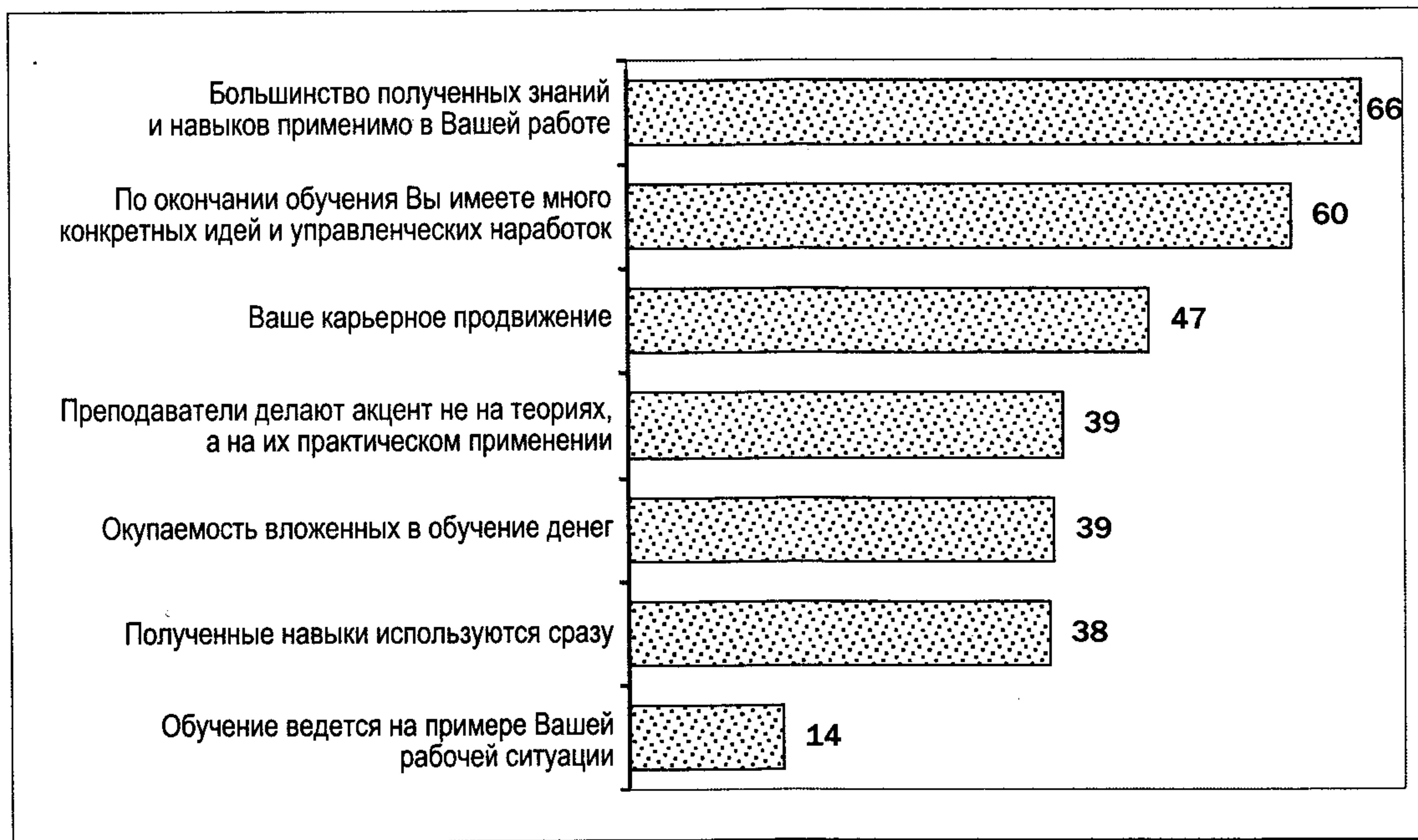
*Рис. 9. Умения, с которыми связано развитие компетентности при обучении (работодатели), %*

В целом же создается впечатление, что и менеджеры, и работодатели отдают предпочтение либо простым и понятным умениям: например, динамично, в сложных условиях, в любом бизнесе; либо популярным качествам, например, лидерство.

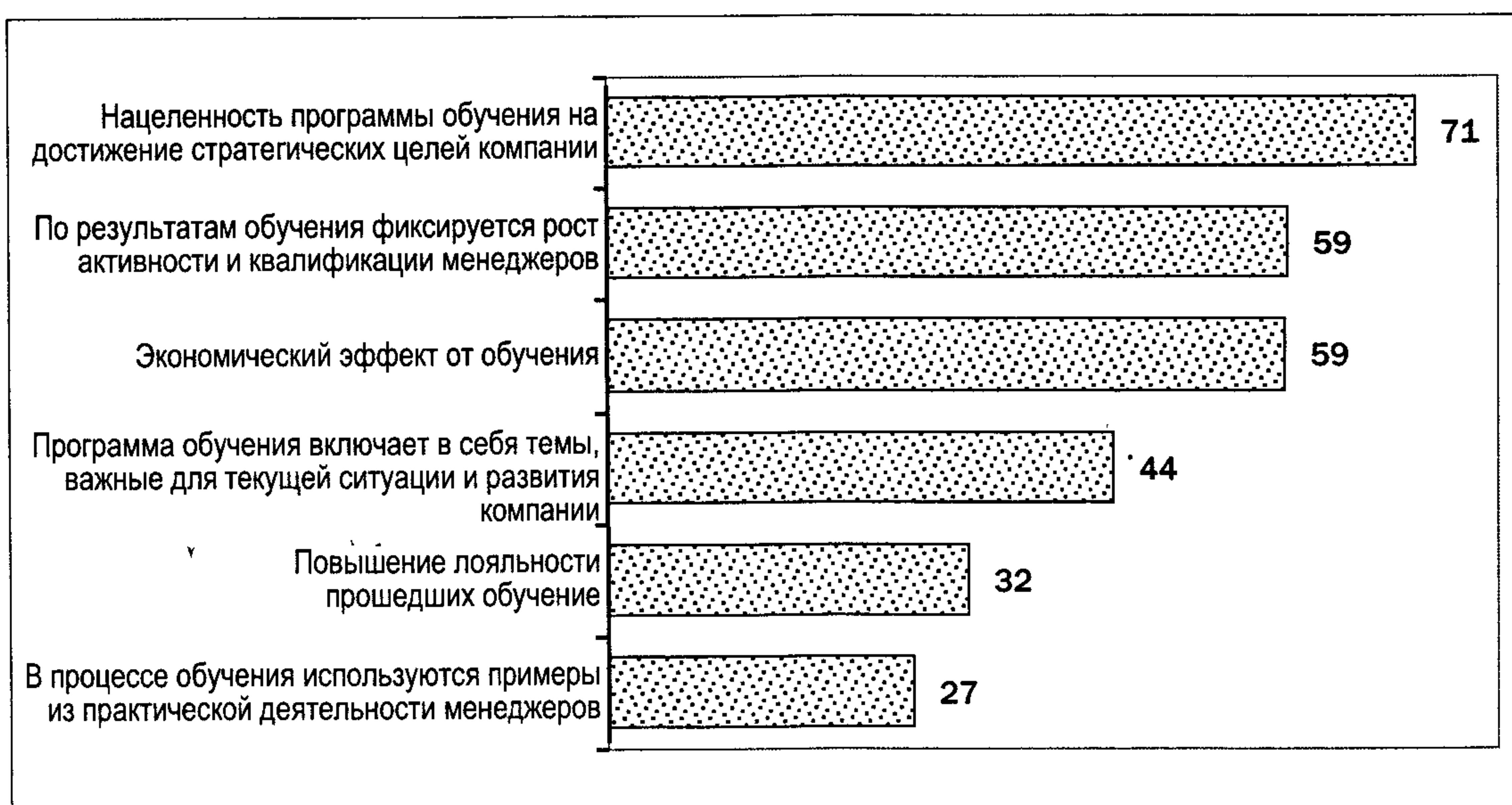
Значительно более низкий приоритет отдается более высоким умениям, направленным на развитие менеджера, типа: понимание тенденций отрасли, системное переосмысление, умение самообразовываться.

**168** Для декомпозиции понятия «практическая направленность» менеджерам и работодателям задавались разные вопросы (рис. 10, 11), что связано с различиями в целях двух категорий респондентов, поэтому их сложно сравнивать между собой.

Для менеджеров наиболее значимыми показателями практичности оказались: применимость полученных знаний и навыков в работе (66%) и получение идей и наработок для управленческой деятельности (60%). Дальше расположились прагматичные выгоды: на третьем месте – карьерное продвижение (47%), а окупаемость вложенных денег – на пятом месте (39%).



*Рис. 10. Практическая отдача от обучения (менеджеры), %*



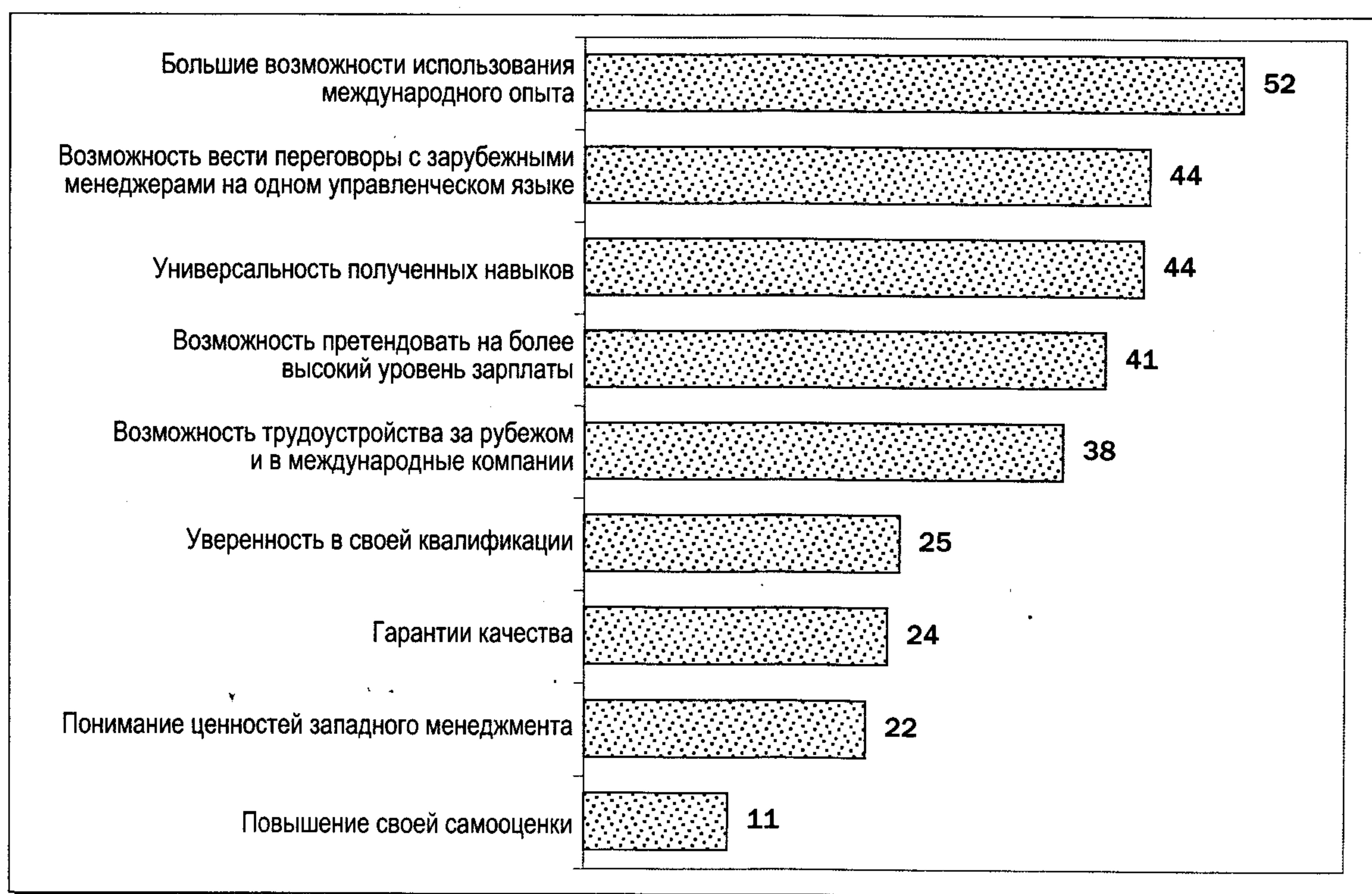
*Рис. 11. Практическая отдача от обучения персонала компании (работодатели), %*

Для работодателей экономический эффект от обучения находится на третьем месте (59%). На втором – рост активности и квалификации менеджеров (59%) и на первом – нацеленность программы обучения на достижение стратегических целей компании (71%).

Полученные в данном разделе результаты исследования в определенной мере объясняют различия в отношении к степени МВА у менеджеров и работодателей. Если на уровне ценностей у этих двух групп различия минимальны, то на уровне целей и на уровне восприятия практической отдачи они существенно различаются. Причем, на достижение стратегических целей компании Программа МВА не направлена и экономический эффект от неё довольно проблематичный. Практические же цели менеджеров Программа МВА во многом позволяет реализовать.

Поскольку в предыдущем исследовании менеджерами было выражено мнение о предпочтительности международных программ МВА, то в данном исследовании была предпринята попытка декомпозиции данного понятия.

Результаты исследования (рис. 12) показывают, что для менеджеров наиболее важна возможность практического использования международного опыта (52%) и близкие к ним позиции: возможность вести переговоры с зарубежными менеджерами на одном управленческом языке (44%) и получение универсальных навыков (44%). Прагматичные интересы (возможность претендовать на более высокий уровень зарплаты и трудоустройство в зарубежной компании) занимают место в середине списка (около 40%). Гарантии качества, которые дает западное образование, и уверенность в своей квалификации занимают достаточно низкие позиции (на уровне 20%).



*Рис. 12. Преимущества бизнес-образования международного уровня (менеджеры), %*

## 170 3. Качество бизнес-образования: концепции и выбор

Для понимания восприятия менеджерами качества различных видов бизнес-образования использовалась модель пяти концепций качества по Гарвину, согласно которой существуют следующие подходы к качеству:

- по восприятию,
- определяется процессами,
- определяется продуктом,
- определяется пользователем,
- отражает ценность.

В соответствии с этими подходами были сформированы вопросы для исследования, которые дали результаты, представленные в следующей таблице.

При оценке качества бизнес-образования внимание уделяется	Менеджеры, %	Работодатели, %
■ организации процесса обучения, системе менеджмента качества	64	60
■ уникальности учебных программ и квалификации преподавательского состава	55	53
■ соотношению получаемых от обучения выгод и цены	40	52
■ собственному впечатлению от посещения учебного заведения	40	46
■ отзывам студентов и выпускников	37	34

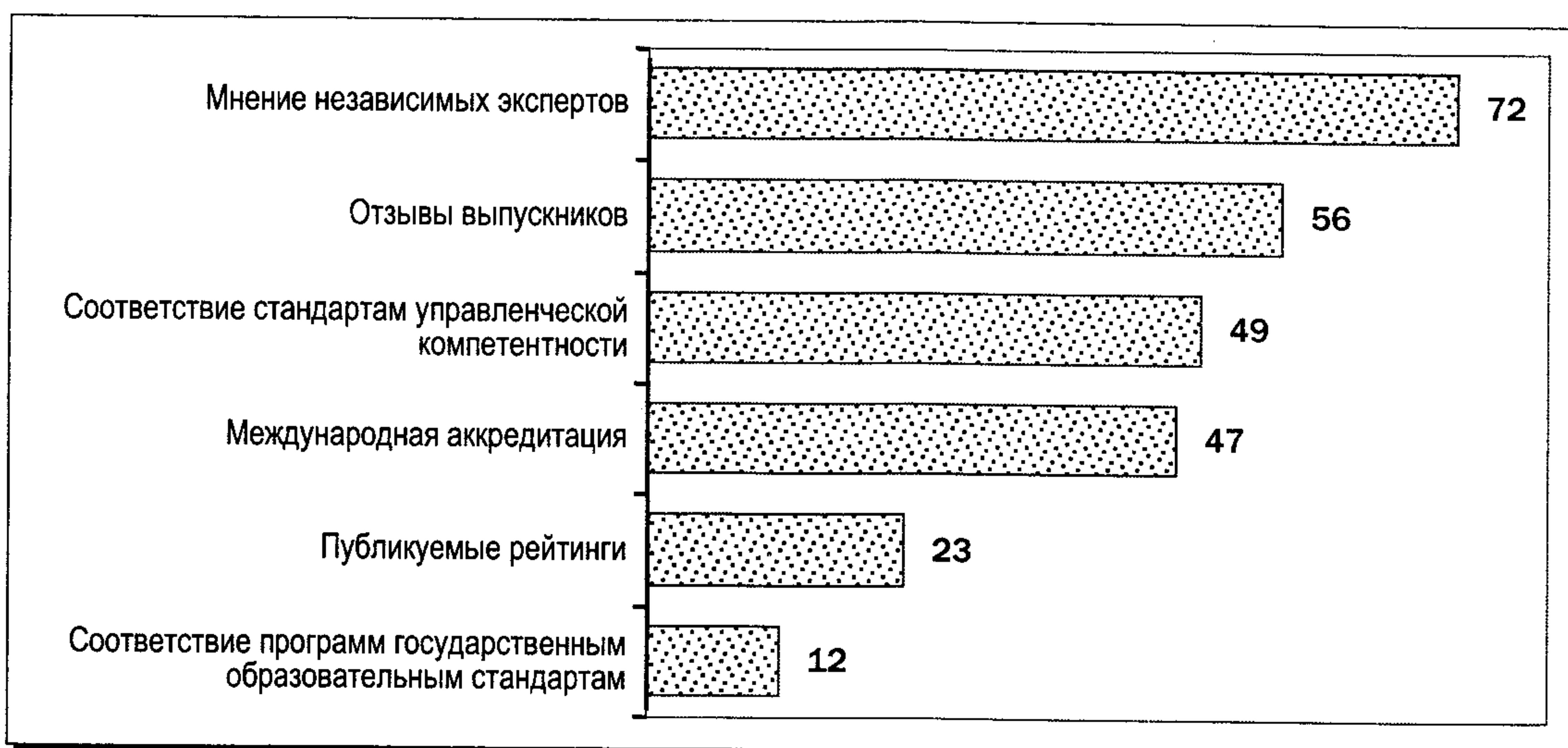
Видно, что в оценке менеджеров первое место занимает подход, связанный с процессами (64%), второе – с характеристиками продукта (55%), третье – с ценностью образования (40%). Собственное впечатление и отзывы потребителей занимают последние места, хотя и с небольшим отрывом. При этом на последние позиции могло оказаться и скептическое отношение к частным отзывам, как источнику информации.

Приоритеты работодателей в оценке качества достаточно близки к мнению менеджеров: процессы – 60%, продукт – 53%, ценность – 46%. Но для работодателей отзывы студентов и выпускников перемещаются с последнего на третье место (52%), что связано с большей объективностью этого понятия для работодателей, которые могут проводить исследования отзывов.

Характерно, что все пять концепций качества по Гарвину имеют существенную значимость при оценке качества образования, что, видимо, говорит об определенной расплывчатости этого понятия у менеджеров.

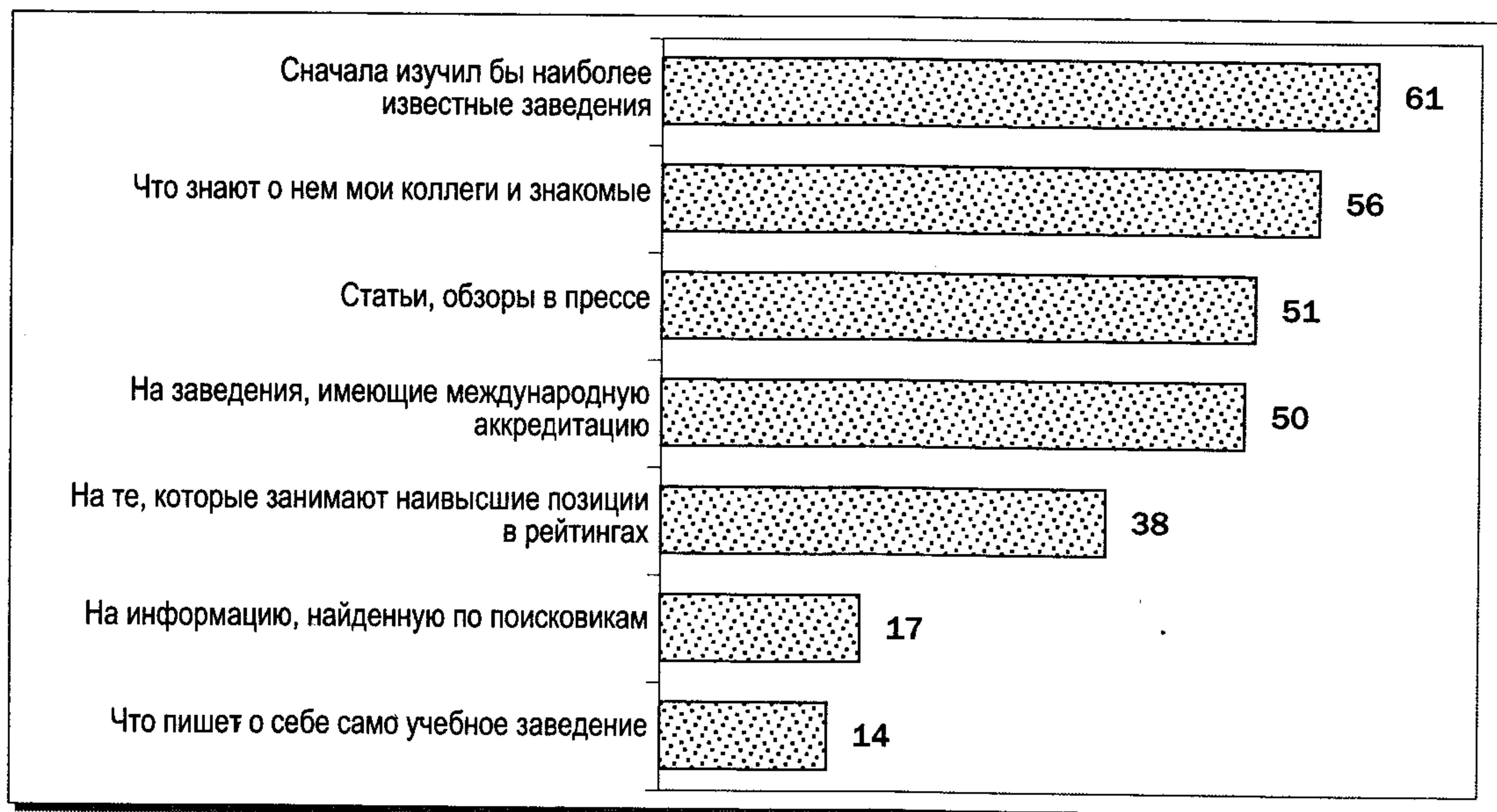
Хотя при оценке подходов к качеству менеджеры поставили отзывы выпускников и студентов на последнее место, но на вопрос об источниках информации о качестве, которым они доверяют (рис. 13), весьма непоследовательно им было отдано второе место (56%). Видимо, это связано с ещё меньшим доверием к остальным источникам, среди которых первое место заняли некие «независимые эксперты».

Наименьшее доверие вызывают государственные стандарты (12%) и рейтинги (23%). В середине списка объективные, но малоизвестные источники: международная аккредитация и соответствие стандартам управленческой компетентности. Доверие работодателей к этим источникам примерно такое же.



*Рис. 13. Результаты ответов на вопрос: «Что подтверждает качество программ MBA?» (менеджеры, %)*

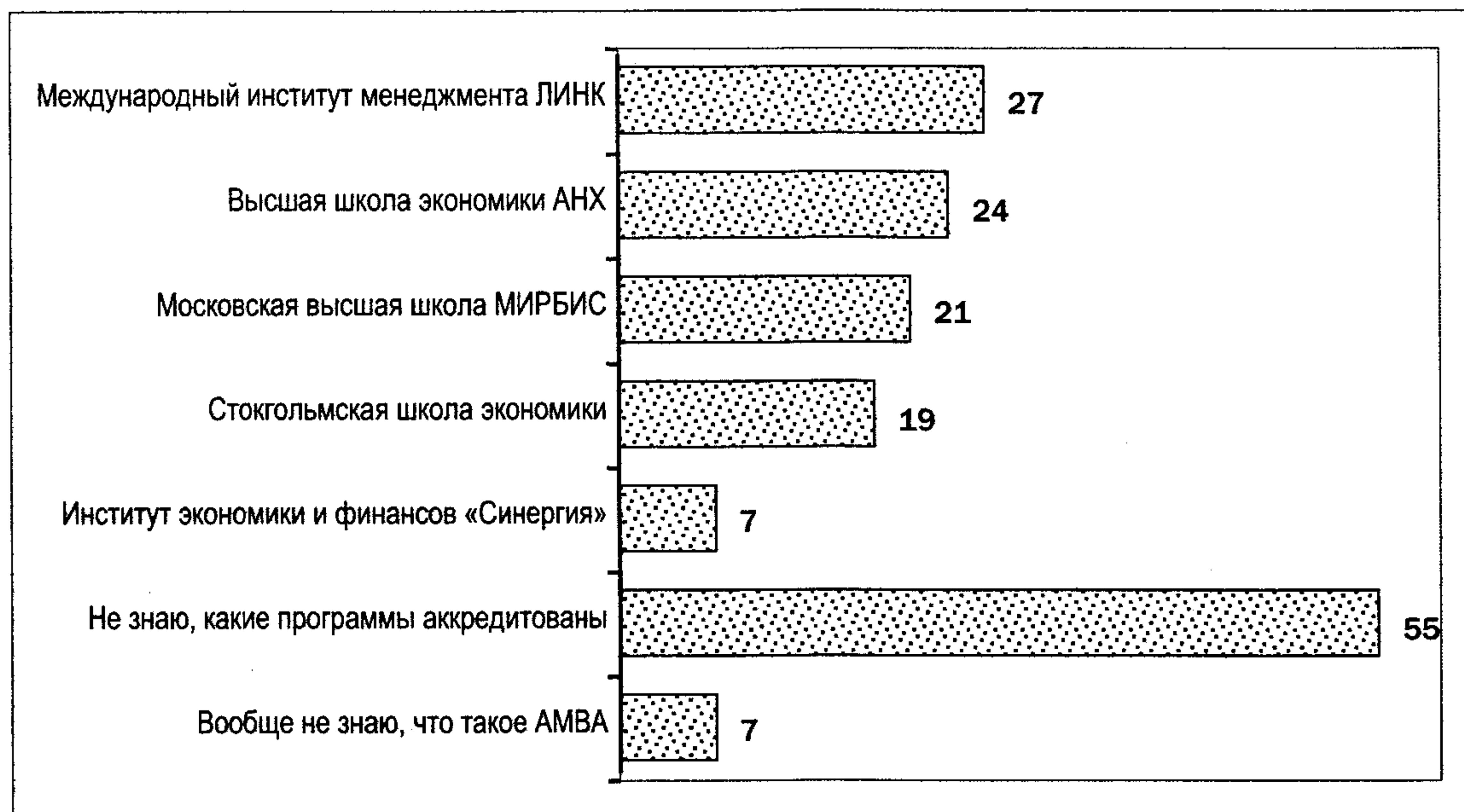
Интересно проследить трансформацию доверия менеджеров по пути к реальным источникам информации. На первые места (рис. 14) выходят собственное мнение в отношении наиболее известных заведений и мнения коллег и знакомых. Это, видимо, является результатом понимания дефицита объективной информации. Повышается значимость международной аккредитации и рейтингов. Важное место занимают статьи и обзоры в СМИ, видимо, ассоциирующиеся с «независимыми источниками». Приоритеты менеджеров и работодателей очень близки.



*Рис. 14. Результаты ответов на вопрос: «На что Вы обращаете внимание при выборе учебного заведения?» (менеджеры, %)*

Отношение к различным источникам информации связано со знанием этих источников, поэтому респондентам были заданы вопросы, позволяющие понять уровень

**172** этого знания, в частности, в отношении аккредитации в наиболее представленной в России ассоциации МВА (AMBA). Результаты ответов даны на рис. 15.



*Рис. 15. Осведомленность о российских программах МВА, имеющих аккредитацию международной ассоциации МВА (AMBA), (менеджеры, %)*

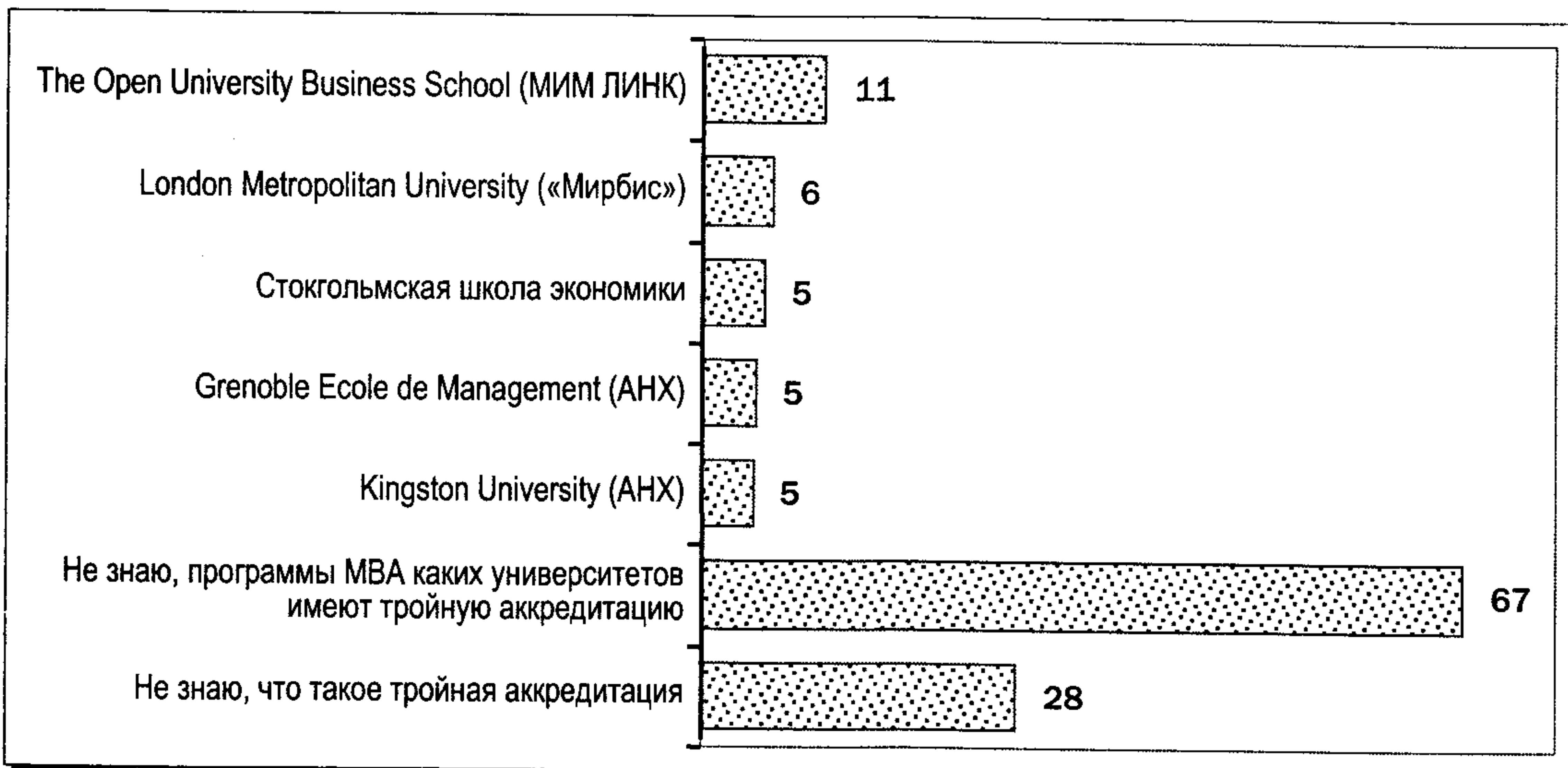
Видно, что более половины менеджеров (55%) не знают, какие программы аккредитованы, а часть призналась, что не знает, что такое AMBA. Из числа проявивших осведомленность об аккредитованных школах многие отметили неаккредитованные школы ВШЭ АНХ и Стокгольмскую школу экономики, как аккредитованные. В то же время аккредитованная школа «Синергия» получила меньше всего «голосов». Это свидетельствует об очень низком уровне осведомленности об аккредитации в сообществе менеджеров.

Аналогичная картина и среди работодателей. Разница в том, что примерно на 10% больше респондентов этой категории ответило на вопрос о том, какие школы аккредитованы (примерно столь же ошибочно).

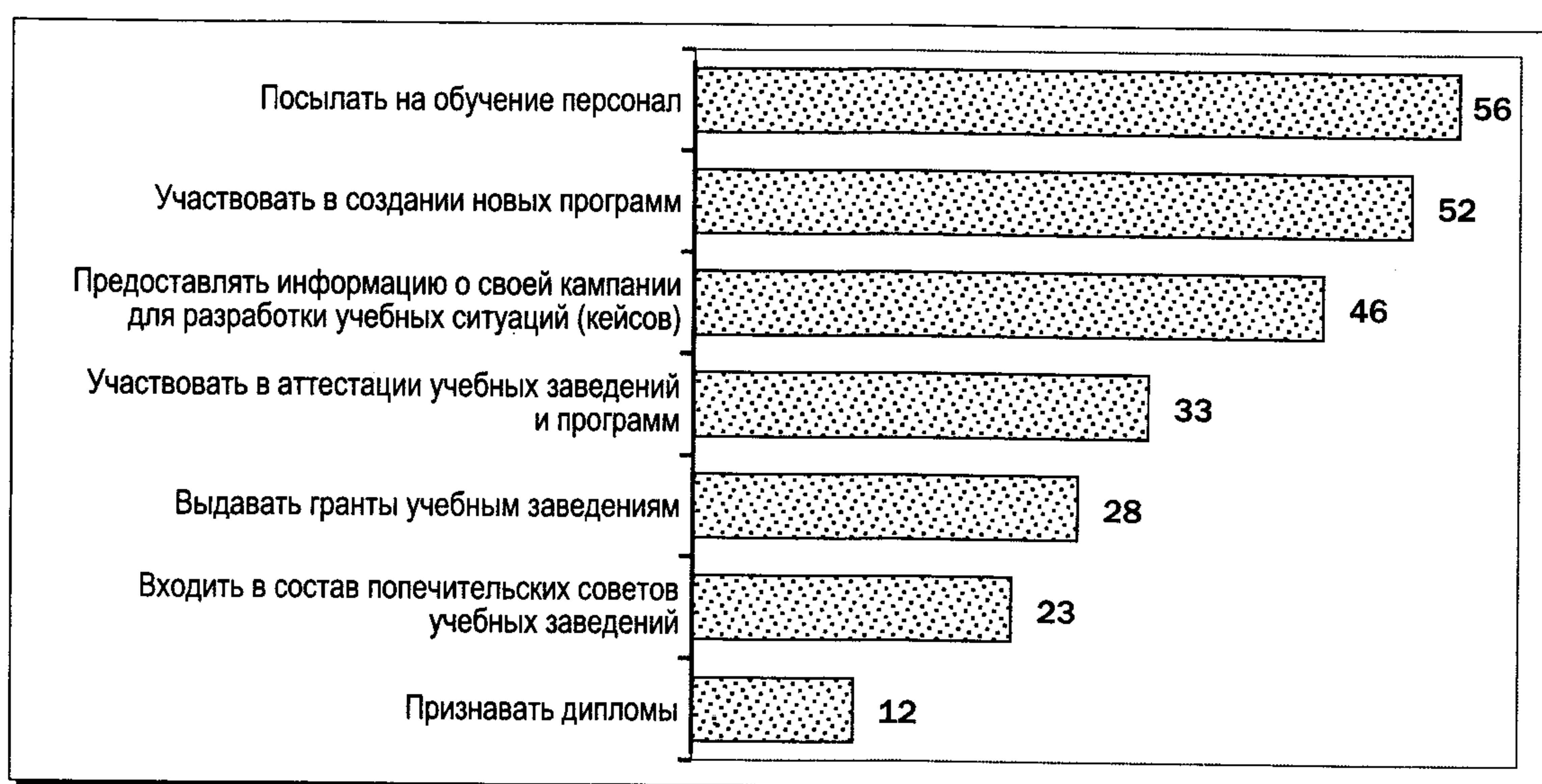
Еще ниже уровень информированности менеджеров относительно западных программ МВА в России, имеющих аккредитацию трех наиболее престижных международных ассоциаций (рис. 16). Две трети менеджеров призналось, что не знают, какие программы имеют такую аккредитацию, и 28% не знают, что такая тройная аккредитация.

Из представленных в опросе двух университетов, имеющих такую аккредитацию (The Open University Business School, Grenoble Ecole de Management), опознанной можно считать только OUBS, а Гренобльская школа бизнеса получила меньше «голосов», чем три университета, не имеющие тройной аккредитации.

Для выявления уровня активности работодателей в вопросах качества обучения был задан вопрос о возможных направлениях участия бизнеса в повышении качества бизнес-образования. Его результаты приведены на рис. 17.



*Рис. 16. Осведомленность менеджеров о наличии тройной аккредитации программ MBA западных университетов, представленных в России (менеджеры, %)*



*Рис. 17. Результаты ответов на вопрос: «Как российский бизнес может участвовать в развитии и повышении качества бизнес-образования?» (работодатели, %)*

Видно, что первые места занимают обычные мероприятия, которые непосредственно не влияют на качество бизнес-образования, хотя и позволяют выделять и стимулировать более качественные программы.

## Выводы

- Большинство менеджеров и работодателей считают, что наиболее интересные программы для бизнес-образования – это краткосрочные тренинги и семинары. Для работодателей интерес к программе тем ниже, чем она продолжительнее. Менеджеры, в отличие от работодателей, на второе место по популярности ставят программы MBA.

174

2. Из форм обучения предпочтительными являются семинары и тренинги, хотя высока популярность и других форм. Наименее популярны традиционные университетское и заочное образование. Средний интерес к двум формам дистанционного образования и к корпоративному обучению.
3. Главными особенностями бизнес-образования для менеджеров являются практическая направленность и наличие практического опыта у преподавателей.
4. Главными ценностями бизнес-образования менеджеры и работодатели считают компетентность, развитие и практичность.
5. Основная цель менеджеров при получении бизнес-образования – это увеличение собственного уровня профессиональной компетентности. Важное значение имеют развитие карьеры и реализация своего творческого потенциала. Работодатели также ставят на первое место рост профессионализма менеджеров, а далее следуют цели, связанные с развитием компании.
6. Декомпозиция понятия «компетентность» показывает, что основное умение, с которым оно связано, это системное, целостное понимание бизнеса. Далее следуют навыки действовать быстро, в любых условиях и т.д. На пятом месте – лидерство. Относительно низкий приоритет у сложных умений, таких как понимание тенденций развития отрасли, системное переосмысление, умение самообразовываться.
7. Главным показателем практичности обучения менеджеры считают применимость получения знаний и навыков в работе. Карьерное продвижение и окупаемость вложений занимают третье и пятое место. Работодатели на первое место ставят нацеленность на достижение стратегических целей компании, а на второе – рост активности и квалификации менеджеров.
8. При оценке качества бизнес-образования приоритет был отдан подходу, связанному с характеристиками процесса обучения. Второе место занимает подход, связанный с продуктом, и на третьем месте – выгоды от обучения. Однако это отношение трансформируется при рассмотрении конкретных источников информации о качестве обучения.
9. Из источников информации о качестве программ МВА наибольшее доверие проявлено к мнению «независимых экспертов», затем к отзывам выпускников, и лишь четвертое место занимает наличие международной аккредитации. Наименее популярны рейтинги и соответствие государственным стандартам.
10. При выборе учебного заведения менеджеры и работодатели минимизируют свои трудозатраты: вначале изучают наиболее известные школы, затем интересуются мнением коллег и знакомых, далее ищут информацию в прессе и т.д. Соответственно, объективным источникам информации (например, международной аккредитации) уделяется мало внимания.
11. Большинство опрошенных не осведомлены о том, какие школы бизнеса, действующие в России, имеют международную аккредитацию. Менее 10% респондентов ориентируются в вопросах тройной международной аккредитации.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Жаворонкова Н.М., Закомурная Е., Орехов В.Д., Ремез Ю.В. Отношение менеджеров к программам МВА. В сборнике «Система обеспечения качества в дистанционном образовании», Научные труды МИМ ЛИНК, вып. 19, 2008.