

**ЭКСПЕРТ**  
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

# Рейтинг глобальных бизнес-школ России и стран СНГ



# В ПРЕДЕЛАХ ВИДИМОСТИ\*

**С точки зрения бизнес-образования постсоветское пространство представляет собой небольшую группу из пары десятков школ и факультетов, «видимых» на глобальном уровне. Эту ситуацию можно изменить, что позволит российским бизнес-школам принять участие в разделе одного из самых быстрорастущих мировых рынков — рынке международных студентов**

«**Р**азвитие экспорта образования — серьезная национальная задача для нашей страны. Нам есть что предложить, чему научить», — как бы вы ни относились к этому заявлению, прозвучавшему в конце мая на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам из уст премьер-министра **Дмитрия Медведева**, глупо игнорировать простой факт: в первое десятилетие XXI века число иностранных студентов в мире выросло, по данным UNESCO, в два раза (с 2,1 до 4,2 миллиона) и к 2025 году должно достигнуть 8 миллионов. И странно не ставить себе задачу поучаствовать в дележе одного из самых быстрорастущих мировых рынков.

Один из самых перспективных с точки зрения добавленной стоимости сегментов этого рынка — бизнес-образование, стоимость диплома в этом сегменте заметно опережает все остальные. Основа для задания устойчивого вектора в этом направлении есть. Россия, по данным UNESCO, занимает 5 место в мире по количеству иностранных студентов, и динамика в последние годы выглядит внушительно (график 1). По расчетам Института социологии РАН и Центра социального прогнозирования и маркетинга, численность иностранных граждан, обучающихся очно в российских вузах, вырастет с 185,3 тыс. человек в 2015/2016 учебном году до 255,8 тыс. человек к 2019/2020 учебному году и до 570 тыс. человек к 2029/2030 году. При этом «Экономика и управление» — третье по популярности направление (после инженерно-технических специальностей и медицины и фармацевтики) спрос на которое в основном предъявляют выходцы из стран СНГ (графики 2, 3).

Однако по-настоящему сильных игроков, способных обеспечить предложение иностранным студентам, на российском рынке немного: в трех ведущих мировых рейтингах в области бизнес-образования (Financial Times, Forbes и Business Week) российские школы представлены двумя школами в одном рейтинге (Высшая школа менеджмента СПбГУ в Financial Times «Masters in Management — 2016» и «European Business School Rankings 2016», ИБДА РАНХиГС в Financial Times «Executive MBA Ranking 2016»). Мы решили разобраться в причинах такого удивительно отставания (к примеру, в мировых рейтингах вузов присутствует пара десятков российских университетов) и понять, каковы способы преодоления этой ситуации.

Для решения этой задачи аналитический центр «Эксперт» подготовил рейтинг глобальных бизнес-

школ постсоветского пространства и обсудил его результаты с профессиональным сообществом на круглом столе «Бизнес-школы России и стран СНГ: условия и стратегии успешного выхода на глобальный рынок», который состоялся в Москве в июне этого года. Публикуем основные итоги с учетом результатов состоявшейся дискуссии.

## Что мешает экспорту бизнес-образования

Рейтинговые исследования в области бизнес-образования преимущественно ориентированы на оценку перспектив карьерного роста выпускников и окупаемости вложений в бизнес-образование. Наше исследование не претендует на комплексную всестороннюю оценку деятельности бизнес-школ, а фокусируется на одном аспекте — степени признания школы на международном уровне, от которой и зависят перспективы экспорта образования. Именно поэтому в исследование не попадает, к примеру, Сколково, один из безусловных лидеров национального рынка, не имеющий, как и многие другие сильные российские школы бизнеса с локальным фокусом заметных достижений на глобальном рынке и, по крайней мере, до недавнего времени, не претендовавший на это.

Для начала определимся с важнейшими факторами «видимости» и признания на глобальном уровне, которые обеспечивают интерес со стороны иностранных студентов. В числе лидеров рейтинга FT вы не найдете ни одной школы, которая не «производитель» бы знания, выражающиеся в высочайших показателях публикационной активности. Как университет не может считаться полноценным, не ведя исследовательский высокий уровень, так и бизнес-школа без цитируемых публикаций в ведущих журналах по менеджменту, базах кейсов на первые позиции претендовать не сможет. В скобках отметим, что на локальном (включая национальный) рынке отсутствие исследовательской активности, безусловно, не является препятствием для лидерства, и пример Сколково это только подтверждает.

Уровень исследований в области менеджмента можно измерить количеством публикаций в ведущих журналах в этой области (50 журналов, анализируемых Financial Times, первых двух квартилях SciMag, списке 4\* ABS (Chartered Association of Business Schools), списке A\* ABDC (Australian Business Deans Council) — эти списки достаточно сильно пересекаются, для анализа мы брали последний, см. методику). Кроме того, ведение исследовательской деятельности определяется через специфичные для бизнес-образования продукты, например, бизнес-кейсы (опубликованные в Case Center, Harvard Business Review, Emerald Group Publishing). Пока наличие кейсов рос-

\* Публикация в журнале «Эксперт» № 28 (1037) от 10.07.2017.

сийских бизнес-школ в данных системах – скорее экзотика. Например, членство в Case Center имеют всего три российские бизнес-школы (Сколково, ВШФМ РАН-ХиГС и ВШМ СПбГУ).

– Мы изначально выбрали в качестве приоритета концепцию подготовки финансовых руководителей с углубленным изучением современных финансов, поэтому нам необходимо было обеспечить качество программ бизнес-образования. Мы поставили задачу создания научно-исследовательского потенциала мирового значения и развития на этой основе исследовательских центров совместно с западными участниками глобального образовательного рынка мирового уровня. Сейчас у нас в разработке несколько международных проектов, в том числе: с Harvard Business School, испанскими бизнес-школами IESE и ESADE, бельгийской школой Brussels School of economics and management, – рассказывает **Елена Лобанова**, декан ВШФМ РАНХиГС.

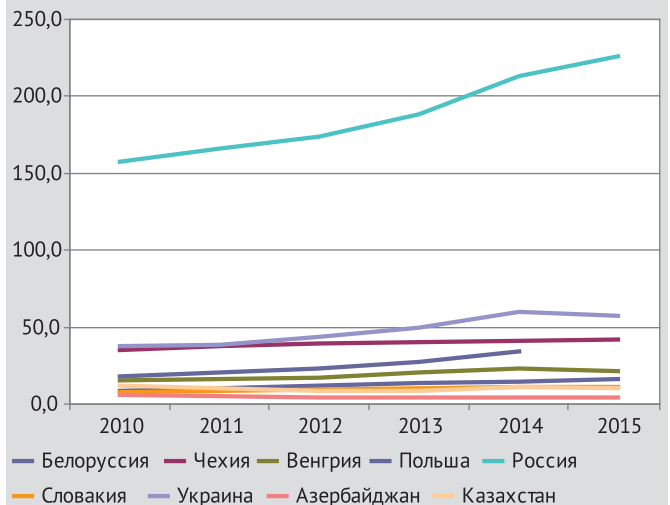
Но если исследования можно измерить, то как быть с другими показателями, не менее важными, особенно для российских бизнес-школ, не замеченных, как мы уже упомянули, в мировых рейтингах? Существует универсальный параметр, который позволяет оценить соответствие школы международным стандартам – это международные аккредитации (аккредитован – значит качество как минимум соответствует определенному уровню) и партнерства (программа двух дипломов с ведущей зарубежной школой означает, что качество образования соответствует ее стандартам).

В мире есть три менеджерские аккредитации «первого» уровня, получение хотя бы одной из которых означает признание соответствия глобальным стандартам качества в области бизнес-образования.

К их числу относятся институциональная (то есть ее получает вся школа) аккредитация AACSB (The Association to Advance Collegiate Schools of Business, более 785 аккредитованных школ в мире, преимущественно англосаксонских), британская аккредитация программ MBA AMBA и две аккредитации Европейского фонда развития менеджмента (EFMD): институциональная аккредитация EQUIS и программная аккредитация EPAS. Получить «тройную корону» (AMBA, EQUIS, AACSB) смогли всего 77 школ по всему миру (данные на 01.01.2017). Международные аккредитации – инструмент достаточно специфичный, характерный именно для менеджерского образования. В смежной области – экономика – никаких международных аккредитаций попросту не существует.

Получение престижных международных аккредитаций – дело довольно затратное и по времени, и по средствам, не говоря уже про то, что даже за эти деньги никаких гарантий получения аккредитации вам никто не даст. Средняя продолжительность процедуры получения аккредитации AMBA – от 9 до 18 месяцев. Стоимость аккредитации на три года – 40,8 тыс. евро, на пять лет – 51,2 тыс. евро. Получение EPAS потребует 24 – 30 месяцев при стоимости 22,5 тыс. евро и 24,3 тыс. евро (на три и пять лет соответственно). Получение же институциональной аккредитации EFMD – EQUIS – потребует больше временных и материальных затрат. При средней продолжительности процедуры в 2 – 3

График 1. Динамика численности иностранных студентов за период 2010 – 2015 гг. в отдельных странах СНГ и Восточной Европы



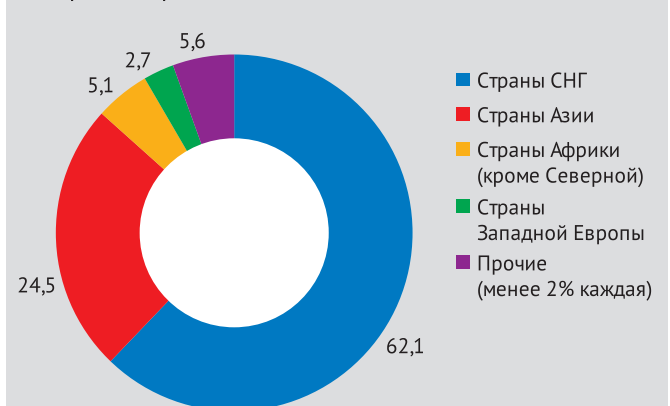
Источник: Данные UNESCO

График 2. Основные группы специальностей, по которым иностранные граждане обучались по очной форме в российских вузах в 2014/2015 академическом году, %



Источник: Экспорт российских образовательных услуг: Статистический сборник.

График 3. Доля иностранных граждан, обучающихся по специализации «Экономика и управление», по странам происхождения, %



Источник: Обучение иностранных граждан в высших учебных заведениях Российской Федерации. Статистический сборник.



года стоимость аккредитации на три года составляет 35,8 тыс. евро, на пять лет – 42,3 тыс. евро. Завоевание AACSB – это вовсе «игра в долгую»: эту аккредитацию можно получать от двух до семи лет, на что потребуется порядка 28,3 – 65,8 тыс. долларов (или 47,3 – 84,8 тыс. долларов, включая затраты на визит комиссии), с 1 июля 2017 года «расценки» станут еще выше.

В России крайне мало бизнес-школ, у которых данные аккредитации есть: 10 школ имеют AMBA, три – EPAS, одна – EQUIS. Аккредитация AACSB в России пока никем не получена, хотя отдельные бизнес-школы процесс ее получения запустили.

Председатель Учебно-методической комиссии ВШМ СПбГУ, единственной российской школы, имеющей две из трех составляющих «короны» EQUIS и AMBA, **Юрий Федотов** рассматривает этот механизм с практической позиции:

– Если мы хотим быть игроками глобального рынка, то мы должны соответствовать стандартам качества, а на глобальном рынке стандарты качества подтверждаются международными аккредитациями EFMD, AACSB, AMBA. Мы на своем опыте убедились: это позволяет выйти на совершенно иной уровень партнерств.

Полностью подтверждает этот опыт и пример единственной региональной бизнес-школы страны, имеющей аккредитацию «первого» уровня: «Два года назад ВШЭМ УрФУ стала четвертой в России бизнес-школой, получившей аккредитацию EFMD (аккредитацию EPAS имеет программа бакалавриата «Мировая экономика и международный менеджмент»), – рассказывает директор ВШЭМ УрФУ, директор аналитического центра «Эксперт» **Дмитрий Толмачев**. – Это открыло возможность заключения соглашений об обмене студентами с лучшими зарубежными бизнес-школами: только за последний год число школ с аккредитациями первого уровня, с которыми заключены такие соглашения, выросло с семи до четырнадцати, наши студенты имеют теперь возможность в течение семестра бесплатно учиться в таких школах, как Grenoble EM и Rennes Business School (Франция), NHL Leipzig (Германия), LUISS Business School (Италия), HEC Liege (Бельгия)».

Помимо аккредитаций «первого» уровня существует ряд наднациональных аккредитационных органи-

заций, например, SEEMAN (Ассоциация развития менеджмента стран Центральной и Восточной Европы), ACBSP (Совет по аккредитации бизнес-школ и программ в США), EFMD (Европейский совет по бизнес-образованию). Кроме того, участники рынка бизнес-образования могут продвигаться за счет многочисленных профессиональных аккредитаций, таких как ACCA (Ассоциация дипломированных сертифицированных бухгалтеров), CIMA (Сертифицированный институт специалистов по управленческому учету), CIM (Королевский институт маркетинга) и пр.

Помимо исследовательской работы и международных аккредитаций есть также третий важный блок, характеризующий уровень школы на международном рынке: партнерства. Это реализация совместных образовательных программ и совместные исследования с зарубежными бизнес-школами. Разумеется, здесь ключевую роль играет уровень зарубежного партнера, поэтому мы оценивали только школы-партнеры, имеющие хотя бы одну аккредитацию первого уровня. Наличие такого рода сотрудничества у участников рейтинга налажено с 212 зарубежными бизнес-школами (двойной счет партнеров исключен), преимущественно из США, Франции, Великобритании. Хотя есть и экзотика вроде Монако и Индонезии.

По количеству зарубежных партнеров лидируют ВШМ СПбГУ, ИБДА РАНХиГС и Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС (табл. 1.).

Мы отдаем отчет, что этот критерий не столь однозначен, и здесь трудно не согласиться с научным руководителем Центра корпоративного управления НИУ ВШЭ **Геннадием Константиновым**: партнерские отношения не всегда фиксируются официальными соглашениями:

– Мы можем провести на уровне нашей бизнес-школы отдельный семинар почти в любой точке мира. Но мы можем это сделать не на институциональном уровне коммуникации, а просто на уровне договоренностей, у нас много партнеров, которые помогают».

В ходе исследования мы посчитали целесообразным обратить особое внимание на программы двойного диплома со школами, имеющими международные аккредитации «первого уровня». Этот тип партнерства свидетельствует о признании качества об-

Табл. 1. Топ-10 бизнес-школ по количеству партнерств с зарубежными вузами, имеющими аккредитации «первого уровня»

	Бизнес-школа	Количество партнеров, всего	Из них с «тройной короной»
1	Высшая школа менеджмента СПбГУ	66	27
2	Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС*	45	14
3	Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС*	31	7
4-5	Высшая школа бизнеса МГУ	24	6
4-5	Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)*	24	6
6	Международная школа бизнеса и мировой экономики РЭУ им. Г.В.Плеханова*	22	13
7	Высшая школа экономики и менеджмента УрФУ*	14	2
8	Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ*	13	4
9	Международный Институт Менеджмента (МИМ-Киев) (Украина)	8	3
10	Международный институт бизнеса - МИБ (Украина)	8	1

\* Данные предоставлены бизнес-школой

Источник: АЦ «Эксперт»

Табл. 2. Топ-10 бизнес-школ, реализующих программы двойных дипломов с зарубежными вузами, которые имеют аккредитации «первого уровня»

	Бизнес-школа	Уровни подготовки	Кол-во программ
1	Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС*	Бакалавриат, магистратура, MBA, Executive MBA	14
2	Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)*	Бакалавриат, магистратура, MBA, DBA	11
3	Международная школа бизнеса и мировой экономики РЭУ им. Г.В. Плеханова*	Бакалавриат, магистратура	10
4	Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ*	Магистратура	5
5	Высшая школа менеджмента СПбГУ	Магистратура	4**
6-10	Бизнес-школа ИПМ (Белоруссия)	Executive MBA	1
6-10	Факультет финансов и банковского дела РАНХиГС*	Executive MBA	1
6-10	Высшая школа финансов и менеджмента РАНХиГС*	Бакалавриат	1
6-10	Международный институт менеджмента ЛИНК*	MBA	1
6-10	Международный институт бизнеса - МИБ (Украина)	Executive MBA	1

\* По данным бизнес-школ

\*\* Включая SEMS

Источник: АЦ «Эксперт»

Табл. 3. Топ-10 вузов по публикационной активности в области менеджмента

Вузы	Кол-во публикаций	Кол-во цитирований	Кол-во авторов	Средневзвешенный индекс цитирования (FWCI)	Кол-во цитат на одну публикацию	Доля статей в международной коллаборации, %
1 НИУ ВШЭ	499	887	970	1,2	1,8	52,7
2 СПбГУ	179	333	296	1,1	1,9	51,4
3 МГУ	119	145	309	0,7	1,2	39,5
4 ИТМО	51	159	87	2,1	3,1	72,6
5 НГУ	44	30	86	0,4	0,7	34,0
6 КНУ им. Тараса Шевченко	39	118	145	1,4	3	66,7
7 УрФУ	38	55	92	1,1	1,4	57,9
8 КФУ	37	59	62	0,6	1,6	32,4
9 РАНХиГС	34	44	70	1,6	1,3	38,2
10 РЭУ им. Г.В.Плеханова	30	6	104	0,4	0,2	0,0

Источник: АЦ «Эксперт» по данным Scopus (на 10.06.2017)

разования высокоуровневой школой бизнеса. Бизнес-школ, реализующих программы двойных дипломов, в нашей выборке треть. Максимальное число программ двойного диплома реализуют ИБДА РАНХиГС, Алматы Менеджмент Университет и Международная школа бизнеса и мировой экономики РЭУ им. Плеханова (табл. 2.).

#### Лидеры рейтинга и препятствия экспансии

Основываясь на этих подходах к продвижению, мы сформировали методологию исследования (см. врезку) и в итоге получили следующие результаты.

В рейтинг вошли 22 российские бизнес-школы, пять бизнес-школ из Украины, две – из Казахстана и одна – белорусская бизнес-школа.

Из 30 участников рейтинга 22 вошли в выборку благодаря наличию аккредитаций, в основном за счет AMBA (такую аккредитацию имеют 14 школ, в том числе 10 российских). Только аккредитацию SEEMAN имеют пять школ бизнеса, входящих в выборку (одна из России), три школы имеют аккредитации EPAS. Есть школы, у которых по две аккредитации, например, у ВШМ СПбГУ аккредитация EQUIS и AMBA и у трех школ наряду с аккредитацией AMBA получена аккредитация SEEMAN.

По публикационной активности, которая выступила вторым базовым критерием рейтинга, сложилась тройка явных лидеров: НИУ ВШЭ, ВШМ СПбГУ, МГУ (табл. 3.). Отметим, что результаты анализа публикационной активности представлены для организации в целом, а не по отдельно взятой бизнес-школе (отделить публикации конкретной бизнес-школы от публикаций всего вуза не представляется возможным).

Анализ качественных критериев привел нас к следующим выводам. По средневзвешенному индексу цитирования в предметной области лидируют бизнес-школы и факультеты менеджмента ИТМО и РАНХиГС (значение индекса больше 1 свидетельствует о том, что статью цитируют чаще, чем в среднем по предметной области).

В области международного научного сотрудничества выделяются подразделения ИТМО и Киевского национального университета имени Тараса Шевченко: 73 и 67% статей этих школ соответственно написаны совместно с зарубежными исследователями.

В результате дифференциации школ в зависимости от их траектории продвижения мы получили на нашей карте три типа учреждений – уже по сути дела состоявшиеся глобальные бизнес-школы, бизнес-школы, активно продвигающиеся на глобальном рынке, и просто

заметные хотя бы по какому-то из ключевых критериев на мировом уровне бизнес-школы. (рис. 1.)

Для стран СНГ наш рейтинг фиксирует одну глобальную бизнес-школу: ВШМ СПбГУ, которая много лет системно вкладывается во все направления продвижения на глобальном рынке — партнерские отношения, аккредитации, исследовательскую деятельность.

Далее мы выделяем две группы активно продвигающихся на глобальном рынке бизнес-школ.

Первая следует траектории развития партнерств и получения аккредитаций, в нашем рейтинге таких школ 15. Вторая группа состоит из двух отдельно позиционирующихся на рынке структурных единиц НИУ ВШЭ: Факультета бизнеса и менеджмента и Высшей школы менеджмента. Они заметны на глобальном уровне благодаря высокому уровню исследований «Вышки» в области экономики и менеджмента. Для того чтобы попасть в число лидеров мирового рынка бизнес-образования, первым предстоит нарастить исследовательскую составляющую, вторым — обзавестись престижными международными аккредитациями и двухдипломными программами.

В сектор «глобально видимых» попали 12 бизнес-школ. Они в начале пути, хотя уже заметны на мировом уровне и явно предпринимают усилия для продвижения в этом направлении. (табл. 5.)

Ясно, что перечисленные игроки, возможно, не все, вероятно — с разной скоростью — но будут двигаться на внешний рынок. У этой модели есть базовые «гигиенические» условия, без которых все остальное не имеет решающего значения и которые мы подробно рассмотрели: аккредитации — партнерства — собственный исследовательский контент. Но у трех десятков школ постсоветско-

го пространства, которые этим условиям хотя бы частично соответствуют, есть варианты выбора траекторий, которые могли бы ускорить движение на глобальный рынок. Такого рода решения обсуждались на круглом столе.

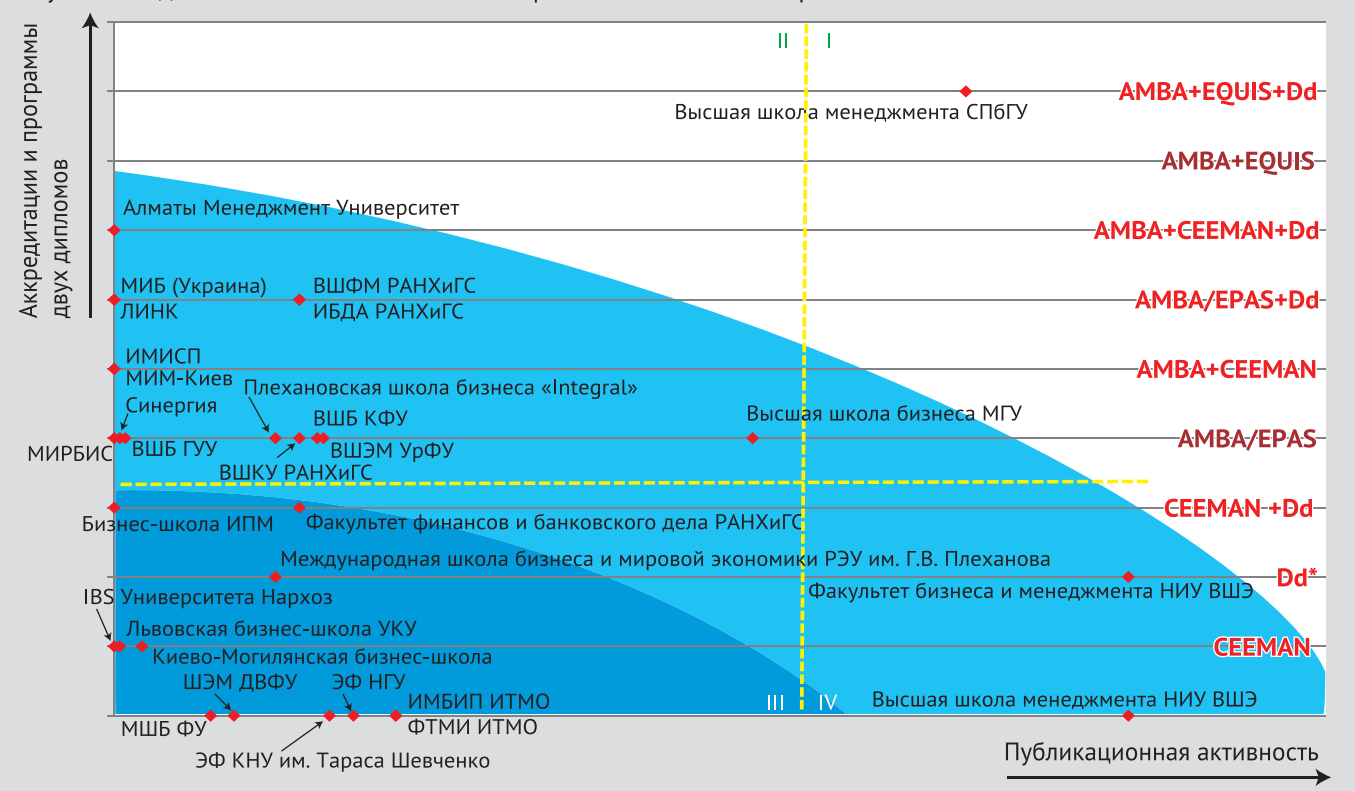
— Заработать репутацию школе через высокий уровень публикаций и цитирования — фундаментальная, непростая задача, требующая времени. А вот высокая популярность курсов, созданных на платформах Coursera и EdX, если туда подписаны сотни тысяч людей со всего мира, дает хороший и более быстрый эффект. Это становится важным фактором конкуренции и, если угодно, получения отдачи от организации и поддержания бесплатных онлайн-курсов. Мы сейчас активно этим занимаемся, — делится опытом **Николай Филинов**, декан Факультета бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ.

**Екатерина Лисицына**, исполнительный директор Школы бизнеса МИРБИС, считает эффективной модель развития многосторонних партнерств и образовательных консорциумов.

— Институт МИРБИС участвует в программах международного консорциума EMBA. В рамках этого проекта 11 университетов из девяти стран (США, Бразилия, Италия, Великобритания, Турция, Россия, Китай, ЮАР и Индия) одновременно в течение одной недели имеют возможность пройти обучение во всех университетах. Каждый университет проводит именно ту программу, которая является наиболее сильной в данном вузе. Кроме того, хороший результат дает обмен студентами в рамках организации NIBES, которая представляет собой глобальную сеть из 20 бизнес-школ в 19 странах.

Впрочем, есть чисто российские препятствия к развитию интернационализации в этом сегменте образования.

Рисунок 1. Видимость бизнес-школ России и стран СНГ на глобальном рынке



Dd — наличие программ двойного диплома с бизнес школами первого уровня

■ Видимые на глобальном рынке бизнес-школы ■ Активно продвигающиеся на глобальном рынке бизнес-школы ■ Глобальные бизнес-школы

Источник: АЦ «Эксперт»

**Как показала дискуссия, школы бизнеса видят в интернационализации потенциал для развития рынка и используют различные способы его реализации**

**Елена Лобанова,**  
декан ВШФМ РАНХиГС:

— Для развития потенциала интернационализации многое уже сделано: унификация компетенций российских преподавателей, широкое распространение лучших учебников мирового уровня, регулярные стажировки за рубежом, устойчивые и долговременные контакты с зарубежными партнерами. В то же время интернационализация ассоциируется прежде всего с прямым обменом студентами, а потенциал исчисляется количеством обучающихся в российских вузах иностранных студентов. В этом смысле России необходимо резкое увеличение научного потенциала тех учебных заведений, которые занимаются бизнес-образованием. Так мы выровняем положение наших и зарубежных бизнес-школ, что и приведет к обмену студентами на равноправной и взаимовыгодной основе.

Есть и проблемы другого свойства. Например, незнание английского языка большинством российских бизнесменов средних лет. В таких случаях обычно с группой едет переводчик-синхронист или организуется параллельный перевод. Это приводит к удорожанию зарубежного обучения. И еще в России до сих пор господствует национальная система учета — РСБУ, которая во многом тормозит процессы глобализации знаний и навыков в нашем бизнес-образовании.

**Наталья Печерица,**  
директор Центра стран Азии и Тихоокеанского региона Московской международной высшей школы бизнеса Мирбис:

— Несколько лет назад одно крупное маркетинговое агентство Европы исследовало вопрос, по каким критериям люди выбирают бизнес-школу для получения управленческого образования. И 80% опрошенных ответили так: бизнес-образование надо получать там, где ты собираешься делать бизнес. Именно поэтому интернационализация должна стать одним из приоритетных направлений деятельности российских бизнес-школ. Одной из эффективных моделей продвижения в глобальном пространстве мы считаем членство в международных консорциумах.

Мы создали с китайскими вузами совместные программы обмена студентами, исследовательские работы. У нас сложилась интересная программа обмена рабочими практиками с Гонконгским политехническим университетом, который занимает довольно высокие позиции в мировых рейтингах. Мы считаем, что разворачивающийся сейчас проект Китая «Инициатива экономического пояса Шелкового пути» будет стиму-

лировать спрос на подготовку определенных кадров и уже сейчас мы разрабатываем совместные программы подготовки таких кадров не только с государственными вузами Китая, но частными бизнес-школами.

**Сергей Мясоедов,**  
директор Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС, президент РАБО:

— Представляется, что в ближайшее время серьезным вызовом для интернационализации бизнес-образования станет дефицит преподавателей, способных читать лекции на иностранных языках, нам надо готовить плеяду своих российских преподавателей, которые через 5 — 8 лет позволят нам стать конкурентоспособными. Не вечно же сидеть на импорте. Кроме того, для развития экспортного потенциала серьезным сдерживающим фактором является недостаток уникальных образовательных продуктов, связанных с особенностями ведения бизнеса в России. Для этого бизнес-школам надо постараться объединить усилия, ресурсы и компетенции.



**Лариса Карташова,**  
декан Плехановской школы бизнеса «Integral»:

— Что касается самой интернационализации образования, то это понятие сегодня претерпевает в мировой практике существенные изменения: в частности, растет интерес



к программам без отрыва от работы part-time (формат вечернего обучения, выходного дня), все более популярными становятся модульные программы и так называемые программы «blended learning», сочетающие элементы дистанционного обучения с интерактивными формами проведения занятий. Все больше и больше слушателей программ бизнес-образования, особенно в азиатских странах, предпочитают, получая образование, оставаться у себя дома. Это все влияет на индикаторы оценки качества бизнес-образования и методологию составления рейтингов. И доля иностранных студентов уже не является таким основополагающим показателем интернационализации школ бизнеса. Все более заметное место начинают занимать такие показатели, как международный опыт практической деятельности преподавателей школы бизнеса (причем совсем не обязательно, чтобы это были граждане других стран). На первый план выходит приглашение гостевых спикеров — топ менеджеров международных компаний (Deutsche Bank, Oracle, Dell). Глобализация школы бизнеса определяется также наличием в программе учебных модулей, основанных на кросс-культурном понимании бизнеса и менеджмента. Важен опыт работы студентов школы бизнеса в крупнейших международных компаниях.



**Сергей Мясоедов**, проректор РАНХиГС, директор Института бизнеса и делового администрирования, президент РАБО, иллюстрирует тезис конкретными примерами:

– По российскому законодательству одно из обязательных требований зачисления в магистратуру – наличие диплома бакалавра, а в некоторых образовательных системах, в частности в системе Grandes écoles во Франции, переход с бакалаврского на магистерский уровень осуществляется без бакалаврского диплома. И наши школы по этой причине испытывают большие трудности при попытке зачислить желающего учиться у нас студента в магистратуру. Другой пример. По нашим законам, мы должны иностранца, который хочет перевестись учиться в нашу страну на проект «двойной диплом», зачислить на первый курс. А в своей стране он обычно принимает решение ехать на год или два в партнерский вуз после окончания второго курса. Или даже третьего. Вопрос о возможности свободного перезачета «переводных учебных кредитов» на основе решения принимающего университета у нас так и не был решен. Основа основ, на которой строятся «болонские обмены» в Европе и мире, нашим законодательством искусственно игнорируется.

Другая проблема связана с ограничениями международной мобильности преподавателей.

– Для развития международных связей в области

образования большое значение имеет бесперебойное функционирование визового режима. К сожалению, на фоне геополитических сложностей возникает много проблем. Часто это приводит к срывам программ, и для нашего рынка такая ситуация бывает порой критической. Например, в прошлом году затормозили выдачу виз преподавателям Портсмутского университета, которые должны были вести у нас курсы на английском языке, а мы в свою очередь были вынуждены трижды переносить стажировку наших магистров в Англии в рамках одного учебного года, – говорит **Елена Лобанова**.

Этим коротким списком не исчерпываются ни барьеры, препятствующие российским школам в выходе на глобальный рынок, ни возможности, которые перед ними открываются. В конце концов, за последние 30 лет различные решения позволили целому ряду бизнес-школ Восточной Европы, Китая выйти в относительно короткое время на мировую арену, а ряду бизнес-школ относительно слабых в экономическом плане стран, вроде Испании, и вовсе занять несопоставимо высокие (по сравнению с экономическим весом и успехами страны происхождения) позиции в мировой таблице о рангах. Но для начала необходимо выполнить задачу минимум: включиться в исследовательскую повестку и привести свою практику в соответствие требованиям международных аккредитационных агентств.

Табл. 5. Рейтинг глобальных бизнес-школ России и стран СНГ

<b>I. Глобальные бизнес-школы</b>	
<b>Траектория продвижения:</b> развитие различных направлений продвижения	
• Высшая школа менеджмента СПбГУ	
<b>II. Бизнес-школы, активно продвигающиеся на глобальном рынке</b>	
<b>Траектория продвижения:</b> аккредитации и партнерства	<b>Траектория продвижения:</b> исследовательская
• Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)	• Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ
• Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС	• Высшая школа менеджмента НИУ ВШЭ
• Высшая школа финансов и менеджмента РАНХиГС	
• Международный институт бизнеса - МИБ (Украина)	
• Международный институт менеджмента ЛИНК	
• ИМИСП, Санкт-Петербургский международный институт менеджмента	
• Международный Институт Менеджмента (МИМ-Киев) (Украина)	
• Высшая школа бизнеса МГУ	
• Высшая школа экономики и менеджмента УрФУ	
• Высшая школа бизнеса КФУ	
• Высшая школа корпоративного управления РАНХиГС	
• Плехановская школа бизнеса «Integral» РЭУ им. Г. В. Плеханова	
• Высшая школа бизнеса ГУУ	
• Школа бизнеса «Синергия»	
• Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС	
<b>III. Бизнес-школы, видимые на глобальном рынке</b>	
<b>Траектория продвижения:</b> не определена, в стадии формирования	
• Бизнес-школа ИПМ (Белоруссия)	• Институт международного бизнеса и права Университет ИТМО
• Международная школа бизнеса и мировой экономики РЭУ им. Г. В. Плеханова	• Факультет технологического менеджмента и инноваций Университет ИТМО
• Факультет финансов и банковского дела РАНХиГС	• Экономический факультет НГУ
• Киево-Могилянская бизнес-школа (Украина)	• Экономический факультет КНУ имени Тараса Шевченко (Украина)
• Львовская бизнес-школа Украинский Католический Университет	• Школа экономики и менеджмента ДВФУ
• Международная Бизнес Школа (IBS) Университета Нархоз (Казахстан)	• Международная школа бизнеса ФинУниверситета
Источник: АЦ «Эксперт»	



## Тенденции развития бизнес-образования: мнения участников рынка



**Николай Филинов,**  
декан факультета  
бизнеса  
и менеджмента НИУ  
ВШЭ:

– В целом мире идет гонка за публикациями, в которую включились все ведущие школы, и в результате снижается внимание к образовательной стороне деятельности школы бизнеса со стороны ведущих профессоров. Возникает необходимость компенсации, которая осуществляется, например, за счет процесса т.н. «адъюнктификации» (от термина «адъюнкт-профессор» – человек, совмещающий работу в бизнесе с преподаванием и не занимающийся исследованиями в той мере, как т.н. «теньюрные», «полные» профессора школ бизнеса). По данным на 2015 год, среди школ бизнеса – членов AACSB – такие преподаватели составляли около 25%. Мы тоже используем такой путь. Недавно в НИУ ВШЭ было принято решение о введении статуса «выдающийся практик», что дало нам возможность на достойных условиях привлекать людей, которые не пишут статей, но здорово преподают, опираясь на свой предшествующий опыт.



**Сергей Щенников,**  
ректор  
Международного  
института менеджмента  
ЛИНК:

– Мы наблюдаем виртуализацию бизнес-образования в двух направлениях:

первое – это использование электронного обучения, как относительно недорогого средства для удовлетворения потребностей рынка в сегменте дешевых продуктов;

второе направление формируется среди требовательных потребителей, понимающих возможности и ограничения электронного обучения. Это развитие модели «blended learning», то есть смешанного обучения, где электронные средства являются ресурсами обучения в сочетании с различными формами работы (групповой и проектной), базирующейся на реальных проблемах людей. В рамках данного направления происходит создание эффективного коммуникативного пространства, которое способствует реализации образовательных целей, развитие компетенций людей, а не просто механическая передача знаний.



**Седа Насибян,**  
декан факультета  
финансов и банковского  
дела РАНХиГС:

– Мы считаем важным получать аккредитации не только академического, но и профессионального сообщества. Крупнейшие глобальные профессиональные сообщества Chartered Institute of Management Accountants, Association of Chartered Certified Accountants, Microsoft Dynamics Academic Alliance аккредитуют образовательные программы учебных заведений, что высоко ценится кандидатами на программы и работодателями. Наши программы, имеющие глобальные профессиональные аккредитации, пользуются неизменной популярностью, и работодатели высоко оценивают качество подготовки, о чем свидетельствуют высокая востребованность выпускников и уровень их доходов.



**Светлана Юшкова,**  
директор  
Международной школы  
бизнеса Финансового  
университета при  
Правительстве РФ:

– Мы видим большую потребность в развитии краткосрочных программ, многие бизнес-школы приглашают на такие программы преподавателей-практиков. В целом тренд правильный. Однако было бы не лишним посмотреть на сертификаты таких спикеров, которые покажут, насколько они квалифицированы в той или иной области.

Также бизнес-школам нужно развивать более активное присутствие в социальных сетях. Наша школа совершенно четко ориентирована на бизнесменов, и мы видим, что эти люди сейчас живут именно в интернет-среде.



**Алмагуль Канагатова,**  
ректор Алматы  
Менеджмент  
Университет:

– Одним из основных вызовов для казахстанского рынка бизнес-образования является развитие программ на трех языках – казахском, русском, английском. У нас созрело поколение бизнесменов, которое не устраивают программы только на русском и английском языках.

## Базовые методологические принципы исследования

**П**од бизнес-школами мы понимаем частные и государственные организации и структуры университетского типа, реализующие базовые академические программы уровня бакалавриата и/или магистратуры в области менеджмента (направления «Менеджмент», «Управление персоналом», «Инноватика») и/или программы дополнительного образования: MBA, EMBA, DBA. Основной рейтинг не представляет собой классический ранжированный список, а направлен на кластеризацию бизнес-школ в зависимости от их траекторий и от уровня их продвижения в глобальном пространстве.

При подготовке рейтинга используются два типа критериев: базовые (их выполнение необходимо для попадания в рейтинг) и дополнительные (являются существенными в оценке уровня и перспектив продвижения бизнес-школ).

Источники информации: база данных Scopus, официальные сайты аккредитующих организаций и официальные сайты бизнес-школ, данные, предоставленные бизнес-школами.

### Критерии попадания в рейтинг:

наличие аккредитации первого уровня (AACSB, AMBA, EPAS, EQUIS) и/или CEEMAN и/или

количество публикаций в журналах списка ABDC<sup>1</sup> (Australian Business Deans Council) за период 2014 – 2016 годов не менее 40 в базе данных Scopus. Вхождение журнала в данный список гарантирует, с одной стороны, приемлемый уровень качества публикаций, с другой стороны, накладывает тематические ограничения (менеджмент, маркетинг и пр.)

На следующем этапе анализа из списка журналов были исключены журналы, перечисленные в Beall's list, а также журналы, опубликованные издательствами, значившимися в Beall's list на момент прекращения публикации данного списка (январь 2017 года)<sup>2</sup>. Количество публикаций определялось для организации в целом, а не для конкретной бизнес-школы.

*Дополнительные критерии ранжирования.*

### Развитие партнерств.

Учитывались партнерства всех типов (обмен студентами, совместные исследования, совместные образовательные программы и пр.) с зарубежными бизнес-школами, имеющими, по крайней мере, одну аккредитацию «первого уровня».

### Программы двойного диплома.

Учитывались программы двойного диплома с зарубежными бизнес-школами, имеющими, по крайней мере, одну аккредитацию «первого уровня». Обязательное условие: по итогам программы выдаются диплом российской бизнес-школы и диплом зарубежного партнера.

Не засчитывались: программы по франшизе, программы, по результатам которых выдаются сертификаты, краткосрочные программы.

### Визуализация базовых принципов глобальной видимости бизнес-школ

Ось абсцисс: количество публикаций (в соответствии с описанными выше критериями) рассчитано на основании значений кумулятивной функции вероятности по методологии z-score.

Ось ординат: достижения бизнес-школ в сфере аккредитаций и партнерств. Мы выделяем два реперных уровня: наличие одной аккредитации первого уровня (для нашей выборки это EPAS/AMBA) и наличие двух аккредитаций первого уровня (AMBA и EQUIS). Продвижение между данными уровнями осуществляется либо за счет аккредитации в CEEMAN, которая не является аккредитацией первого уровня, и (в большей степени) за счет программ двойного диплома, соответствующих методологическим принципам исследования:

### Критерии отнесения к квадрантам:

I квадрант. Наличие аккредитации «первого уровня», публикаций не менее 150 единиц (значение получено эмпирическим путем)

II квадрант. Наличие аккредитаций «первого уровня», количество публикаций менее 150

III квадрант. От 0 до 150 публикаций, аккредитации «первого уровня» отсутствуют

IV квадрант. Не менее 150 публикаций, аккредитации «первого уровня» отсутствуют

<sup>1</sup> <http://www.abdc.edu.au/master-journal-list.php>

<sup>2</sup> <http://beallslist.weebly.com/>

# Информация об АЦ «Эксперт»

**А**налитический центр «Эксперт» является одной из ведущих компаний в области проведения прикладных исследований, формирования отраслевых обзоров и рейтингов компаний, а также организации обсуждения результатов, направленных на экспертную поддержку развития экономики региона.

Более чем четырнадцатилетний опыт исследовательской работы позволил сформировать собственную мощную методологическую базу и уникальные методики проведения исследовательских работ.

Аналитический центр «Эксперт» является членом Ассоциации независимых центров экономического анализа (АНЦЭА), объединяющей свыше 50 ведущих аналитических центров России и стран ближнего зарубежья, включая: Институт экономической политики имени Е. Т. Гайдара (Москва), Международный центр социально-экономических исследований «Леонтьевский Центр» (Санкт-Петербург), научно-исследовательские институты и центры НИУ ВШЭ (Москва, Санкт-Петербург).

Среди **заказчиков** аналитического центра «Эксперт» — крупные промышленные компании, региональные институты развития, органы государственной власти, организации финансового сектора, международные аудиторские компании, учреждения научно-образовательного сектора, фонды поддержки и др.

**Наша специализация** — информационно-аналитические продукты и прикладные исследования в области экономики:

- разработка стратегий, концепций и программ развития субъектов РФ, объектов инновационной инфраструктуры (особые экономические зоны, технопарки, индустриальные парки, кластеры и т.п.);
- анализ развития отраслей и отдельных рыночных сегментов;
- исследования в области научно-технологического и инновационного развития, в том числе с применением методов технологического прогнозирования;
- мониторинг социально-экономического развития регионов;
- проведение социологических опросов (анкетирование, экспертные опросы, фокус-группы).

## Контакты

Татьяна Лопатина,  
исполнительный директор  
tlopatina@acexpert.ru

Елена Колмогорова,  
коммерческий директор  
kev@acexpert.ru

Елена Лыжина,  
руководитель направления деловых коммуникаций  
lyzhina@acexpert.ru

Москва, ул. Правды, 24 (новый газетный корпус), 6-й этаж | Санкт-Петербург, Лиговский пр-т, 114А - 25  
Екатеринбург, ул. Малышева, д. 105, оф. 620 | Тюмень, ул. Циолковского, 13  
тел. 8-800-222-40-01  
www.acexpert.ru acexpert@acexpert.ru

## Заказчики



Правительство Свердловской области

Министерство промышленности и науки Свердловской области

Министерство экономики Свердловской области

Министерство образования и науки РФ



Правительство Тюменской области



Администрация городского округа Заречный



Администрация города Ростова-на-Дону



Правительство Пермского края



Фонд развития городских проектов Уфы



Администрация городского округа Тольятти



Комитет по развитию предпринимательского и потребительского рынка Санкт-Петербурга





