

Образование и общество

Елена Владиславовна Савицкая, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», кандидат экономических наук

Александра Игоревна Дубынина, студентка Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

БИЗНЕС-ШКОЛЫ ПРОТИВ УНИВЕРСИТЕТОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЙТИНГОВ

В 1819 году группа учёных-экономистов, среди которых был выдающийся экономист Жан-Баптист Сэй, и предпринимателей, среди которых был знаменитый Виталь Ру, основали первую в мире бизнес-школу *ESCP Europe*. В 1881 году Джозеф Уортон — преуспевающий американский промышленник — основал при *Университете Пенсильвании* первую в США бизнес-школу *The Wharton School of Finance and Commerce* (*Уортонская школа финансов и коммерции*). Несмотря на обрушившуюся на него критику и скептицизм (бизнес — дисциплина не университетского уровня), идея прижилась, и спустя тридцать лет Гарвард открыл свою школу бизнес-администрирования (*Harvard Graduate School of Business Administration*), после чего эстафету подхватили и другие американские университеты¹.

Сегодня в мире существует более тысячи MBA-программ различного уровня, каждый

год успешно заканчивают обучение более трёхсот тысяч выпускников. Новая концепция образования породила множество вспомогательных услуг и приложений. Во второй половине XX века встал вопрос о необходимости создании системы, которая помогла бы ориентироваться будущим студентам бизнес-школ во всём их многообразии. Так родилась на свет идея о рейтинговании MBA-программ.

Ни для кого не секрет, что на рынке труда диплом об окончании программы MBA автоматически передвигает соискателя в более высокую нишу рынка и едва ли не гарантирует высокооплачиваемую должность в успешной международной компании. Сегодня множество престижных отечественных и зарубежных уни-

¹ Murray M. (2011). MBA Share in the U.S. Graduate Management Education Market // *Business education & accreditation*. Vol. 3. No 1. P. 29–40.

верситетов предлагают свои MBA-программы для специалистов по всему миру. В таком массивном потоке информации бывает трудно сориентироваться и найти подходящую, достойную и перспективную программу. Именно поэтому одним из главных помощников в решении проблемы выбора являются международные и национальные рейтинги бизнес-школ.

Рейтинги университетов получили большую известность, чем рейтинги бизнес-школ. Во многих странах мира (Россию это затронуло в меньшей степени) абитуриенты перед принятием одного из самых важных в жизни решений опираются на известные рейтинги: *Academic Ranking of World Universities (ARWU)*, *QS World University Rankings*, *Times Higher Education World University Ranking* и другие. В России рейтинги университетов только набирают силу и вес, но уже можно выделить такие, как *Национальный рейтинг университетов*, *Российский рейтинг ведущих университетов мира*. Поскольку тема ранжирования бизнес-школ ещё не столь глубоко исследована, как рейтинги университетов, её анализ может обнаружить интересные, пока не выявленные факты и зависимости.

Данная тема представляется актуальной, так как различные критерии и методики составления рейтингов не всегда отражают объективную картину в области образования, а погоня за местом в топ-100 не обязательно ведёт к совершенствованию качества оказываемых образовательных услуг. Проведение анализа необходимо для выявления принципиальных различий в методиках составления рейтингов, а также достоинств и недостатков процедуры ранжирования, что, в конечном итоге, может повысить эффективность университетов

и бизнес-школ, занять более уверенные позиции образовательным учреждениям, находящимся в тени всемирно признанных лидеров.

В рамках данной статьи мы *сконцентрируемся на решении следующих задач:*

1. Проанализируем и сопоставим методику построения рейтингов академических университетов и рейтингов бизнес-школ: выделим основные критерии, сходства и различия.

2. Попытаемся выяснить, занимают ли университеты, предоставляющие и академическое образование, и программы MBA (*Master of Business Administration* — Мастер делового администрирования) аналогичные места в соответствующих рейтингах.

Мы исследуем самые известные на сегодняшний день рейтинги университетов и бизнес-школ — *Academic Ranking of World Universities (ARWU)*, *QS World University Rankings*, *Times Higher Education World University Ranking*; *Global MBA Ranking 2013 — Financial Times, Full-Time MBA Programs Ranking — US Business Week*, *The best business schools — Forbes*, *Full time MBA ranking «Which MBA?» — The Economist*.

Методика составления рейтингов университетов

Academic Ranking of World Universities (ARWU), в котором 500 позиций², составляется Шанхайским университетом (*Shanghai Jiao Tong*

² Center for World-Class Universities at Shanghai Jiao Tong University (2013). Academic Ranking of World Universities (ARWU). Режим доступа: <http://www.shanghairanking.com/>, свободный (дата обращения: 31.05.2014).

University). Первый полноценный рейтинг был издан в 2003 году и с тех пор публикуется каждый год. Для этого отбираются далеко не все университеты (в мире их насчитывается больше 17 тысяч), а лишь более тысячи. Методика составления рейтинга включает в себя следующие критерии:

- Качество образования, полученного студентами в университете (Quality of Education). Здесь учитывается число выпускников, которые стали лауреатами Нобелевской премии, или медали Филдса. Вес показателя — 10%.

- Качество преподавателей университета (Quality of Faculty) оценивается двумя способами. Во-первых, определяется число преподавателей, которые получили Нобелевскую премию или медаль Филдса. Вес показателя — 20%. Во-вторых, учитывается количество исследователей университета, работающих в 21 научной области и обладающих высоким индексом цитируемости (Highly cited researchers in 21 broad subject categories). Вес показателя — 20%.

- Научные результаты (Research Output) также оцениваются двумя способами. Подкритерий Papers published in Nature and Science учитывает число статей, опубликованных в журналах «Nature» и «Science»³. Вес показателя — 20%. Другой подкритерий ранжирует университеты по числу процитированных статей в Science Citation Index и Social Science Citation Index. Вес показателя — 20%.

- Научная деятельность в расчёте на одного работника университета рассчитывается как взвешенная сумма пяти вышеупомянутых критериев, деленная на количество сотрудников университета, которые работают на полную ставку. Вес показателя — 10%.

Все данные составители рейтинга извлекают с соответствующих сайтов, а сведения о численности штатных работников университетов получают из различных национальных агентств.

Рейтинг *ARWU* учитывает исключительно научно-исследовательскую деятельность университетов, оставляя в стороне собственно процесс обучения. В целом, он оценивает успех университета по его международному признанию. В силу выбранных критериев данный рейтинг довольно стабилен: ведь число лауреатов Нобелевских премий и медалей Филдса растёт очень медленно⁴. Также и число статей, опубликованных в журналах «Nature» и «Science», не является стремительно растущей величиной, а вес показателей в 50% уже обеспечивает почти неизменный вид рейтинга.

Times Higher Education World University Ranking (THE) публикуется с 2010 года в британском еженедельнике, приложении Times, и представляет 200 лучших университетов мира⁵. Он включает в себя 13 индикаторов, которые сгруппированы в 5 областей:

³ Для университетов, которые сосредоточены на других областях знаний и для которых публикация в данных журналах невозможна, рейтинг не учитывает данный подкритерий, и вес этого показателя равномерно распределяется по другим.

⁴ Абламейко С. В., Гусаковский М. А. Участие университетов в мировых рейтингах как фактор повышения качества подготовки специалистов // Высшее образование в России. 2013. № 5. С. 124–135.

⁵ Times Higher Education (2014). World University Ranking. Режим доступа: <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2013-14/world-ranking/range/001-200>, свободный (дата обращения: 01.06.2014).

- Преподавание (Teaching) отражает репутационную оценку преподавания, отношение количества студентов к числу преподавателей, отношение количества полученных степеней PhD к числу бакалаврских степеней, а также к числу преподавательского состава, доход университета на одного преподавателя. Вес показателя — 30%.

- Научные исследования (Research). Прежде всего, этот показатель учитывает объём исследований, условия проведения исследований и доход, получаемый университетом от исследований, в расчёте на одного сотрудника. Так же оценивается доход от проведения общественных исследований (от числа всех исследований). Наконец, учитывается количество научных работ на одного преподавателя/научного сотрудника. Вес показателя — 30%.

- Научное цитирование (Citations). Индикатор отражает влияние исследований, проводимых университетом, на современную научную мысль. Вес показателя — 30%.

- Доход университета от исследований, проводимых специально для предприятий и корпораций (Industry income). Показатель оценивает доход, получаемый университетом от реализации коммерческих исследований. Вес показателя — 2,5%.

- Международная деятельность (International outlook). Данный индикатор оценивает соотношение между количеством иностранных студентов и общим числом студентов, обучающихся в университете, а также соотношение между количеством иностранных преподавателей и общим числом преподавателей, работающих в университете. Вес показателя — 7,5%.

Как отмечается на сайте рейтинга, его составители исключают из исследования те университеты, которые не предоставляют образовательных услуг для школьников последних классов обучения; университеты, обучающие только по одному узкоспециализированному предмету; университеты, число статей которых не достигает двухсот в год. Необходимые данные составители получают от самих университетов.

В рейтинге *THE* научно-исследовательской деятельности университетов также придаётся большое значение: суммарный вес соответствующих показателей составляет 62,5%. Тем не менее, 2,5% из этой доли относится не к чистой науке, а к прикладным исследованиям, имеющим непосредственный выход на практику. Не остаётся без внимания и качество преподавания, на которое здесь приходится 30%. Показатель International outlook также сигнализирует (хотя и косвенно) об уровне обучения в университете, так как этим может объясняться большая доля иностранных студентов.

QS World University Rankings (QS) публикуется с 2010 года маркетинговой компанией *Quacquarelli Symonds*⁶. Характерной особенностью данного рейтинга является то, что рейтингование проводится по различным образовательным областям: Arts & Humanities (искусство и гуманитарные науки), Engineering & Technology (инженерия и технологии), Life

⁶ Quacquarelli Symonds (2013). World University Rankings 2013. Режим доступа: [http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region="+country="+faculty="+stars=false+search=](http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region=), свободный (дата обращения: 01.06.2014).

Sciences & Medicine (биология и медицина), Natural Sciences (естественные науки), Social Sciences & Management (общественные науки и управление).

Создатели *QS World University Rankings* используют следующие индикаторы:

- Академическая репутация (Academic reputation). Оценивание происходит на основе опроса экспертов. Вес показателя — 40%.

- Отношение количества преподавателей к числу студентов (Faculty student ratio). Вес показателя — 20%.

- Число цитирований в расчёте на одного преподавателя (Citations per faculty). Данные берутся из базы *Scopus* — известного инструмента для учёта цитируемости. Вес показателя — 20%.

- Репутация среди работодателей (Employer reputation). Оценивание происходит на основе опроса работодателей. Вес показателя — 10%.

- Доля иностранных студентов в университете (Proportion of international students). Вес показателя — 5%.

- Доля иностранных преподавателей в университете (Proportion of international faculty). Вес показателя — 5%.

Таким образом, данные для этого рейтинга собираются, прежде всего, на основе опросов, проводимых среди работодателей и экспертов из академического сообщества, а также из ресурса *Scopus*. Научно-исследовательская деятельность университетов занимает здесь всего 20%. Зато это чуть ли не единственный из престижных рейтингов университетов, который учитывает мнение работодателей, т. е. тех, кто имеет возможность оце-

нить реальный уровень знаний и компетенций выпускников того или иного университета.

При этом ни одна из рассмотренных методик не учитывает мнение самих выпускников о знаниях и компетенциях, полученных ими в стенах альма-матер. Не интересуются составители рейтингов и мнением студентов о качестве преподавания, ценами на образовательные программы, количеством и величиной предоставляемых грантов на обучение, состоянием общежитий и т. п.

Методика составления рейтингов бизнес-школ

Издание BusinessWeek предложило в 1986 году первый рейтинг школ бизнеса США. И сегодня оно представляет очень богатую систему ранжирования⁷. Так, рейтинг составляется для американских бизнес-школ и отдельно для программ, реализующихся в других странах мира. Кроме того, рейтинг составляется для программ очной формы обучения (full-time), для программ, реализующихся с неполной нагрузкой (part-time), дистанционных программ (distance), учебных программ высшего уровня для топ-менеджеров (Executive Master of Business Administration). Наконец, данное издание представляет топ-5 дорогих, южных, северных, западных, восточных, часто выбираемых, низко затратных и даже топ-5 бизнес-школ для студентов, которые на занятиях

⁷ BusinessWeek (2012). Business Schools\ Rankings & Profiles. Режим доступа: <http://www.businessweek.com/bschools/rankings/>, свободный (дата обращения: 31.05.2014).

предпочитают спать! Рейтинг *BusinessWeek* основывается на трёх критериях⁸:

- Опрос среди студентов, которых просят оценить по десятибалльной шкале множество факторов, начиная с качества преподавания и заканчивая эффективностью бизнес-школы для дальнейшей карьеры. Вес показателя — 45%.

- Исследование среди работодателей, которых также просят оценить уровень подготовки выпускников, сравнить опыт работы с выпускниками данной школы в прошлом и настоящем. Вес показателя — 45%.

- Оценка интеллектуального капитала — публикации членов факультетов, которые были отмечены в ведущих журналах. Вес показателя — 10%.

Издание Financial Times в 1998 году впервые представило рейтинг для европейских бизнес-школ, а в 1999 году выпустило рейтинг, охватывающий бизнес-школы не только в Европе, но и в Америке. Каждый год данное издание публикует рейтинг по нескольким видам программ обучения: MBA (Master of Business Administration), EMBA (Executive Master of Business Administration), Master in Finance (Магистр финансов), Master in Management (Магистр менеджмента), Online MBA (дистанционные программы), non-degree executive education (образование руководящих работников, которое подразумевает не получение научной степени, а лишь подтверждающий прохождение курса сертификат). Кроме того, составляется список топ европейских бизнес-школ.

Рейтинг (*Global MBA Ranking*) основывается на двадцати критериях⁹, практически каж-

дый из которых служит своего рода входным барьером. Чтобы та или иная бизнес-школа была допущена к рассмотрению, ей необходимо набрать определённое пороговое значение:

- Взвешенный оклад (Weighted salary) — средняя заработная плата выпускников на третий год после окончания бизнес-школы, скорректированная на различия и вариации между секторами. Вес показателя — 20%.

- Увеличение оклада (Salary increase) — средние различия в зарплате выпускников до обучения на программе MBA и после обучения. Половина данного показателя измеряется в абсолютном увеличении и ещё половина — в процентном отношении к зарплате до бизнес-школы. Вес показателя — 20%.

- Ценность денег (Value for money) вычисляется с учётом заработной платы на сегодняшний день, длины курса обучения, издержек на обучение и величины дохода, потерянного за период обучения. Вес показателя — 3%.

- Карьерный рост (Career progress) — изменения в занимаемой должности выпускника и в размере компании, в которой он работает, произошедшие после обучения (по сравнению с ситуацией до обучения). Вес показателя — 3%.

⁸ Collet F., Vives, L. (2013). From preeminence to prominence: The fall of US business schools and the rise of European and Asian business schools in the Financial Times Global MBA rankings // *Academy of Management Learning & Education*. Vol. 12. No 4. P. 540–563.

⁹ Financial Times (2014). Global MBA Ranking 2014. Режим доступа: <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/global-mba-ranking-2014>, свободный (дата обращения: 31.05.2014).

- Достигнутые цели (Aims achieved). Показатель отражает удовлетворённость выпускников реализацией тех целей, которые они поставили перед собой до начала обучения. Вес показателя — 3%.

- Обеспечение занятости (Placement success) — оценка выпускниками эффективности карьерных сервисов и услуг бизнес-школы в помощи студентам с трудоустройством. Вес показателя — 2%.

- Занятость в течение трёх месяцев (Employed at three months) — процент выпускников, которые смогли найти желанную работу в течение трёх месяцев после окончания обучения. Вес показателя — 2%.

- Рекомендации выпускников (Alumni recommend). Получившие степень MBA называют три бизнес-школы, выпускников которых они бы наняли на работу. Вес показателя — 2%.

- Доля женщин среди преподавателей (Female faculty). Бизнес-школы с соотношением полов 50:50 получают наивысший балл. Вес показателя — 2%.

- Процент женщин среди студентов бизнес-школы (Female students). Вес показателя — 2%.

- Процент женщин в руководстве (Women board). Вес показателя — 1%.

- Доля иностранных граждан в преподавательском составе бизнес-школы (International faculty). Вес показателя — 4%.

- Доля иностранных граждан среди студентов бизнес-школы (International students). Вес показателя — 4%.

- Доля иностранных граждан в руководстве бизнес-школы (International board). Вес показателя — 2%.

- Международная мобильность (International mobility). Показатель учитывает, работают ли выпускники в разных странах до обучения в бизнес-школе, сразу после выпуска и через три года после окончания бизнес-школы. Вес показателя — 6%.

- Участие в международных программах (International course experience). Оценивается число выпускников, которые участвовали в программах по обмену, стажировкам, исследовательских проектах за рубежом. Вес показателя — 3%.

- Иностранные языки (Languages). Число языков, необходимых для успешного завершения обучения. Вес показателя — 1%.

- Доля штатных преподавателей бизнес-школы, имеющих степень Ph.D (Faculty with doctorates). Вес показателя — 5%.

- Число докторских степеней, полученных в течение последних трёх лет (FT doctoral rank). Вес показателя — 5%.

- Количество научных публикаций (FT research rank). Показатель учитывает статьи, опубликованные в 45 ведущих научных журналах в течение последних трёх лет, как в абсолютном выражении, так и относительно количества преподавателей. Вес показателя — 10%.

*Издание Forbes*¹⁰ также предоставляет рейтинги отдельно для американских и для неамериканских бизнес-школ (*The best business schools*). При этом ранжирует лишь двухгодичные американские программы, однако, обращаясь к остальному миру, учитывает так-

¹⁰ Forbes (2013). The best business schools 2013. Режим доступа: <http://www.forbes.com/business-schools/>, свободный (дата обращения: 01.06.2014).

же и годовые программы. Рейтинг составляется на основе опроса выпускников, публикуется раз в два года и рассматривает лишь те бизнес-школы, для которых процент отзывов студентов достигает значения 15%.

Рейтинг основывается на фундаментальном критерии «Прибыль, полученная в течение пяти лет после окончания обучения» (5-year M.A. gain). Рассчитывается как сумма доходов выпускника за вычетом его затрат — оплаты обучения в бизнес-школе и упущенного дохода за время обучения. При этом используются следующие допущения: считается, что скорость роста заработной платы вдвое увеличивается после окончания обучения, в зачёт доходов идёт любой вид выплат, в том числе, по акциям и другим ценным бумагам.

Издание *The Economist* публикует рейтинги «*Which MBA?*»¹¹ каждый год, ранжируя около 130 бизнес-школ, которые приглашаются принять участие в двухступенчатом исследовании. Как правило, в процессе опроса выясняется, что некоторые школы бизнеса не соответствуют заявленным требованиям, и исключаются из дальнейшей процедуры ранжирования. Из оставшихся ста формируют рейтинг; не вошедшие в топ-100 остаются доступными для регионального ранжирования. Основные критерии сгруппированы в 4 блока:

- Карьерные возможности (Open new career opportunities). В этом блоке учитывается: разнообразие отраслей, в которых востребованы выпускники программ MBA; процент

выпускников, которые смогли найти работу в течение трёх месяцев после окончания обучения; процент студентов и выпускников, которые нашли работу благодаря сервисам бизнес-школы; степень удовлетворённости данными сервисами. Вес блока — 35%.

- Личное развитие и учебный опыт (Personal development/education experience). Данный блок включает в себя оценку качества преподавания, средний уровень успеваемости студентов, соотношение иностранных студентов и студентов данной страны, количество программ по обмену, стажировок, иностранных языков, доступных для освоения. Вес блока — 35%.

- Увеличение оклада (Increase salary). Оценивается изменение заработной платы выпускников до и после обучения в бизнес-школе, а также величина заработной платы после окончания обучения. Вес блока — 20%.

- Возможность перемещений (*Potential to network*). Оценивается эффективность выпускников, а также количество выпускников, получивших работу за рубежом. Вес показателя — 10%.

Таким образом, каждое издание использует свою методику построения рейтингов бизнес-школ. Английское издание *Financial Times* предлагает чрезмерно вариативные критерии, имеющие «вес» 1–4%, что отвлекает внимание исследователя и мешает сконцентрироваться на первостепенных критериях. Напротив, издание *Forbes* основывается на довольно широком критерии «5-year M.A. gain», что создаёт некоторую однобокость данного рейтинга. Американский журнал *BusinessWeek* предлагает весьма интересную методику составления рейтинга, ведь она напрямую учитывает и

¹¹ The Economist (2013). Which MBA? Режим доступа: <http://www.economist.com/whichmba/full-time-mba-ranking>, свободный (дата обращения: 31.05.2014).

мнение обучающихся, и мнение работодателей. Однако в этом случае нельзя не отметить определённую сложность учёта полученных данных, а также большую вероятность отказа от ответа или сознательного завышения оценок выпускниками или работодателями в ходе опроса. Наконец, издание *The Economist* основывается на крайне интересных критериях, в результате которых должна складываться всеобъемлющая картина рынка программ MBA.

Тем не менее, в методике построения всех рейтингов бизнес-школ есть много общего: они базируются на опросах конкретных выпускников, а не загадочного экспертного сообщества; главными критериями являются карьерный рост выпускников и изменение их финансового благополучия после окончания бизнес-школы, а не импакт-фактор журналов, в которых публикуются их преподаватели.

Тест на корреляцию позиций университетов в академических рейтингах и рейтингах бизнес-школ

Теперь попробуем выяснить: университеты, предоставляющие и академическое образование, и программы MBA, занимают одинаковые места в соответствующих рейтингах или их позиции в этих рейтингах различаются?

Для проведения расчётов в качестве факторных данных был выбран рейтинг университетов, опубликованный маркетинговой компанией *Quacquarelli Symonds*; в качестве результирующих данных — рейтинг издания *The Economist*. Наш выбор, в первую очередь, связан с тем, что, по сравнению с другими популярными академическими рейтингами,

методика QS наиболее приближена к методике составления рейтингов бизнес-школ, так как одним из критериев для ранжирования является «репутация среди работодателей». Издание *The Economist*, по нашему мнению, предлагает разнообразные и всеобъемлющие критерии, которые наиболее полно могут оценить качество образования, предоставляемого в той или иной бизнес-школе.

Поскольку не все бизнес-школы основаны при университетах, некоторые из них функционируют самостоятельно (например, знаменитая французская *INSEAD*), мы исключили из рассмотрения таковые. Далее мы сопоставили места, занимаемые теми университетами, которые реализуют программы MBA в академическом рейтинге и в рейтинге бизнес-школ, и получили массив порядковых данных.

Чтобы выявить наличие или отсутствие корреляции между позициями университетов в двух рейтингах, мы рассчитали коэффициент ранговой корреляции Спирмена и коэффициент ранговой корреляции Кендалла (корреляция по Кенделлу обычно даёт более осторожную оценку). Как известно, для установления факта прямой связи необходимо, чтобы значения соответствующих коэффициентов были положительными, а для установления факта обратной связи — отрицательными. Проранжировав ряд данных, мы получили:

- коэффициент Спирмена = 0,02085;
- коэффициент Кендалла = — 0,0709.

Различная направленность и слишком малое абсолютное значение коэффициентов дают основание утверждать, что корреляции между позициями, занимаемыми университетами в рейтинге бизнес-школ и в академиче-

ском рейтинге, не наблюдается. Действительно, простая оценка корреляции, которую представляет коэффициент Спирмена, даёт указание на факт едва уловимой прямой связи, а более осторожная оценка корреляции (по коэффициенту Кенделла) обращает внимание на возможное существование и обратной связи. Можно предположить, что в данном случае правда находится посередине, и корреляция отсутствует. Это означает, что многие столпы образования и науки, занимающие лидирующие позиции в академических рейтингах (например, Кембридж (*University of Cambridge*) или Оксфорд (*University of Oxford*)), при ранжировании бизнес-школ таких выдающихся результатов не демонстрируют.

Таким образом, подвергнув статистическому анализу рейтинг университетов и рейтинг бизнес-школ, мы получили интересный результат: нет никакой связи между позициями, занимаемыми университетами в академических рейтингах и в рейтингах бизнес-школ. Объяснением полученному результату могут служить: исторический контекст, разные критерии, на основе которых составляются рейтинги университетов и бизнес-школ, а также различные цели, которые ставят перед собой эти образовательные учреждения, и средства, использующиеся для их достижения.

Действительно, некоторые исследователи¹² считают, что в основе данного факта лежат *исторические причины*. После окончания Второй мировой войны Европа была в руинах. Для её восстановления Соединённые Штаты Америки разработали план помощи, известный как план Маршалла. Он начал осуществляться в 1948 году и был направлен, в

первую очередь, на восстановление экономики, но коснулся и других сфер жизни. Так, одним из пунктов программы стала помощь европейским университетам во внедрении бизнес-образования: благодаря вмешательству государства возникли *INSEAD* и Лондонская школа бизнеса (*London Business School*).

Однако большинство европейских стран скептически отнеслись к предлагаемой США модели и не спешили внедрять её в свои университеты. Более того, законное оформление таких видов образования затягивалось. Обучение практикой (*learning-by-doing*), решение конкретных ситуационных задач (*case-study*), развитие прикладных знаний — всё это было чуждо консервативным университетам, которые и так занимали лидирующие позиции в образовательной среде.

Такая ситуация, подкрепляемая скептицизмом, продлилась недолго. Примерно в 1990-х годах стало понятно, что новая модель образования прижилась: всё больше и больше бизнес-школ начинали свою работу, а поток студентов, желающих получить степень мастера делового администрирования, не иссякал, а напротив, постоянно рос и ширился. Тогда Оксфорду и Кембриджу не оставалось ничего другого, как принять эту модель бизнес-образования и развивать её на базе университета. Само собой разумеется, что за столь короткий период они не смогли догнать не только американских перво-

¹² Collet F., Vives, L. (2013). From preeminence to prominence: The fall of US business schools and the rise of European and Asian business schools in the Financial Times Global MBA rankings // *Academy of Management Learning & Education*. Vol. 12. No 4. P. 540–563.

проходцев, но и европейцев, которые успели раньше реализовать новую модель образования.

Нам же представляется более весомым аргументом то обстоятельство, что бизнес-школы и университеты преследуют *разные образовательные цели* и используют для их достижения разные средства. Конечно, и те, и другие учебные заведения готовят высококлассных профессионалов, которые занимают свои ниши на рынке труда. Однако на этом видимое сходство заканчивается. Когда речь идёт о целях и средствах университетов и бизнес-школ, общего здесь намного меньше, чем может показаться.

Прежде всего, необходимо учитывать специфику целевой аудитории. Слушателями бизнес-школ являются люди, у которых уже есть высшее образование (по меньшей мере, степень бакалавра), есть опыт работы (многие бизнес-школы устанавливают пороговый минимум стажа) и которые стремятся повысить свою квалификацию в выбранной сфере деятельности. «Это люди со сформировавшимися потребностями, они точно знают, что именно они хотели бы получить от экономического образования. И оказывается, что методика преподавания, традиционная для университетов с целевой аудиторией студентов — вчерашних школьников, не только не подходит для обучения взрослых людей, но и зачастую оказывается вредной, вызывающей раздражение и неприятие курса, каким бы превосходным он ни был с точки зрения его содержания»¹³.

Академическое университетское образование предполагает получение студентом базы специальных знаний, в большей степени, теоретического характера. А обучение в магистратуре — это уже не только процесс уг-

лублённого изучения специальных дисциплин. Университеты, особенно на Западе, готовят исследователя, человека, который готов решать общие задачи, представлять их в научной среде, зачастую в одиночку и лишь с теоретической базой за спиной.

Бизнес-школы предлагают своим студентам непосредственную подготовку к работе в управленческом процессе. Здесь делается акцент на прикладные знания, ориентацию на практику, решение конкретных задач. Обучение происходит в режиме *learning-by-doing*, лекционное время сведено к минимуму, предпочтение отдаётся мастер-классам и обсуждению кейсов. Методика преподавания нацелена на командную работу слушателей, на формирование у них навыка эффективно реализовывать себя как в роли лидера, так и в роли члена коллектива.

Более того, университетское образование характеризуется систематичностью и дидактичностью, определённой и неизменностью. Учебные программы трансформируются крайне медленно и неохотно, одни и те же учебные материалы и методики используются из года в год, а вся система представляется весьма негибкой.

Программы MBA, напротив, постоянно меняются и модернизируются, для них характерно преобразование в ответ на вызовы времени и вариативность. Каждая бизнес-школа готова предложить своим студентам различную степень нагрузки (*full-time, part-time, distance* и прочее) и разное содержание про-

¹³ Розанова Н., Савицкая Е. Экономическая теория в бизнес-образовании // Вопросы экономики. 2005. №11. С.116–129.

грамм: «МВА — Общий и стратегический менеджмент», «МВА — Финансы», «МВА — Маркетинг» и др. Бизнес-школы обладают широким набором инструментов для помощи выпускникам в трудоустройстве, большими возможностями для стажировок, а также связями с работодателями.

Наконец, университеты и бизнес-школы ставят перед собой разные цели. Университеты выпускают на рынок труда специалистов, готовых продолжать обучение в любом направлении или влиться в рабочий коллектив и применить свои знания в специализированной среде. Бизнес-школы выпускают профессионалов управленческого звена, способных решать задачи любого уровня в рамках предприятия, гарантируют окупаемость полученного ими образования и финансовую состоятельность в будущем.

Однако главной причиной отсутствия связи между позициями, занимаемыми университетами в академическом рейтинге и в рейтинге бизнес-школ, являются, на наш взгляд, принципиальные *различия в методике построения этих рейтингов*. И прежде всего то, что ключевым критерием для ранжирования бизнес-школ становится результативность обучения, выраженная в материальной форме. Непосредственно это демонстрирует размер заработной платы выпускников, а также процентное увеличение их оклада по сравнению с периодом, предшествовавшим поступлению на программу МВА.

Бизнес-школы предоставляют своим слушателям прикладные знания и навыки, поэтому и фактической демонстрацией успешности образования здесь являются не теоретические или научные успехи выпускников, а достиже-

ние ими намеченных карьерных и финансовых целей в течение 3–5 лет. Кроме того, обучение на программе МВА обычно требует отказа от заработка на год или два (в зависимости от продолжительности курса), что является для студентов издержками упущенных возможностей. Эти альтернативные издержки должны окупиться в будущем, и как можно скорее. Поэтому ещё одним важным критерием для ранжирования становится скорость окупаемости затрат на образование в бизнес-школе.

Значительную роль играет и количество выпускников, которые смогли найти работу за рубежом, а также качество услуг, которые предоставляют бизнес-школы для трудоустройства своих студентов: ориентирование бизнес-школы на рынок труда, стажировки, связи бизнес-школ с работодателями. Если академические рейтинги во многом нацелены на получение мнения от научного и экспертного сообщества, то рейтинги школ бизнеса ориентируются на мнение работодателей и выпускников.

Для того, чтобы занять лидирующие позиции в мировых рейтингах, университетам необходима успешная и широкая научная деятельность с публикацией результатов в самых авторитетных изданиях. Более того, важным компонентом для успешного восхождения в академическом рейтинге является стабильное и значительное цитирование, которое сегодня успешно фиксируется различными сервисами. Что касается рейтингов бизнес-школ, то лишь немногие издания выделяют публикации преподавателей в научных журналах как критерий для ранжирования программ МВА. Основное значение придаётся всё же достижениям выпускников в профессиональной области.

Заключение

Проведённый нами тест показывает, что позиция университета в том или ином рейтинге во многом зависит от того, на основе каких критериев происходит ранжирование. Если во всех академических рейтингах безоговорочно лидируют американские университеты, допуская в десятку лидеров только Кембридж и Оксфорд, то в рейтингах бизнес-школ их уже «теснят» швейцарская IMD, французские INSEAD и HEC, испанские IESE, IE и ESADE, не говоря уже о Лондонской школе бизнеса.

Этот факт объясняется тем, что рост заработной платы выпускников американских бизнес-школ происходит с меньшей скоростью, чем европейских. Кроме того, последние сегодня экономически результативнее, чем первые. Европейские программы, как правило, предусматривают обучение в течение одного года, тогда как американские бизнес-школы не готовы ещё уйти от двухлетнего учебного процесса. Годичная программа снижает альтернативные издержки, а значит, «отбить» деньги, вложенные в образование, и выйти на стабильный уровень дохода можно быстрее, чем после двух лет обучения¹⁴.

Что означает данный результат для России? Безоговорочное лидерство американских университетов в академических рейтингах определяется тем, что в США университеты активно занимаются научными исследованиями.

¹⁴ Баденхаузен К. Перегнать Америку: почему европейские бизнес-школы остаются лучшими в мире // Forbes. 10.10.2013. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbeslife/obrazovanie/246046-peregmat-ameriku-pochemu-evropeiskie-biznes-shkoly-ostayutsya-luchshim>, свободный (дата обращения: 31.05.2014).

Это — традиция. В СССР исследования проводились по большей части не в вузах, концентрировавшихся на образовательной деятельности, а в специально созданных для этого научно-исследовательских институтах (НИИ), часто под грифом «совершенно секретно» (интересно, сколько Нобелевских премий не получили из-за этого грифа советские учёные?). Это тоже было традицией, изменить которую сразу невозможно. Поэтому восхождение российских университетов на высокие позиции в существующих мировых рейтингах представляется нам делом долгим и трудным.

Гораздо проще и быстрее было бы изменить критерии ранжирования университетов, настроив их на российскую систему высшего образования. Однако с этим не согласятся наши зарубежные коллеги (прежде всего, американские), так как высокая строчка в рейтинге — это не только престиж. Это ещё и большой поток студентов со всего мира, готовых учиться в престижном учебном заведении за любую цену, т. е. «золотой дождь» для университета. Тем не менее, систематическое проведение на международном уровне независимых дискуссий относительно критериев, по которым происходит ранжирование, всё же необходимо.

Сегодня российские университеты начали движение в сторону улучшения своих позиций в мировых рейтингах, пытаясь в большей степени соответствовать критериям, на основе которых эти рейтинги составляются. Вместе с тем руководству университетов следует разрабатывать и другие методы сигнализации, так как рейтинги всё же не в состоянии отразить всего многообразия деятельности высших учебных заведений.