

The image features a dramatic silhouette of a man and a woman climbing a large rock formation against a bright blue sky. The man is on the right, standing on a ledge and reaching up. The woman is on the left, climbing the man's leg. The overall mood is one of challenge and achievement.

# Через тернии к звездам!

Материал подготовлен центром  
рейтингов и сертификации  
Института экономических стратегий  
при участии О.В. Немковой  
и В.И. Подоляка

Когда появились первые высшие учебные заведения, ученая степень в первую очередь рассматривалась как элемент престижа, а уж во вторую — как возможность самореализации. Подобный период имел место и в новейшей истории российской системы высшего образования, примерно с 1989 по 1996 г., когда ценность приобретения диплома нивелировалась настолько, что проходной балл упал с 9—8 до 7, а в некоторых вузах и до 6 баллов. В то время большинство выпускников средних школ не связывало финансовые перспективы и свое финансовое и материальное благополучие с окончанием вуза, а самое главное — с приобретением определенного набора знаний. На то было достаточно много причин, на которых

Рисунок 1

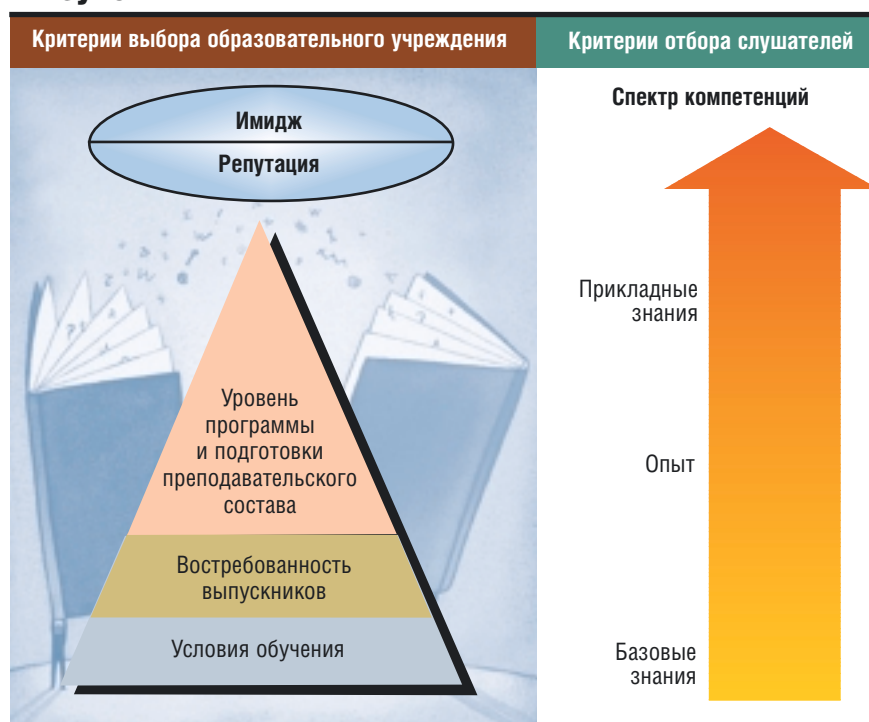


Таблица 1

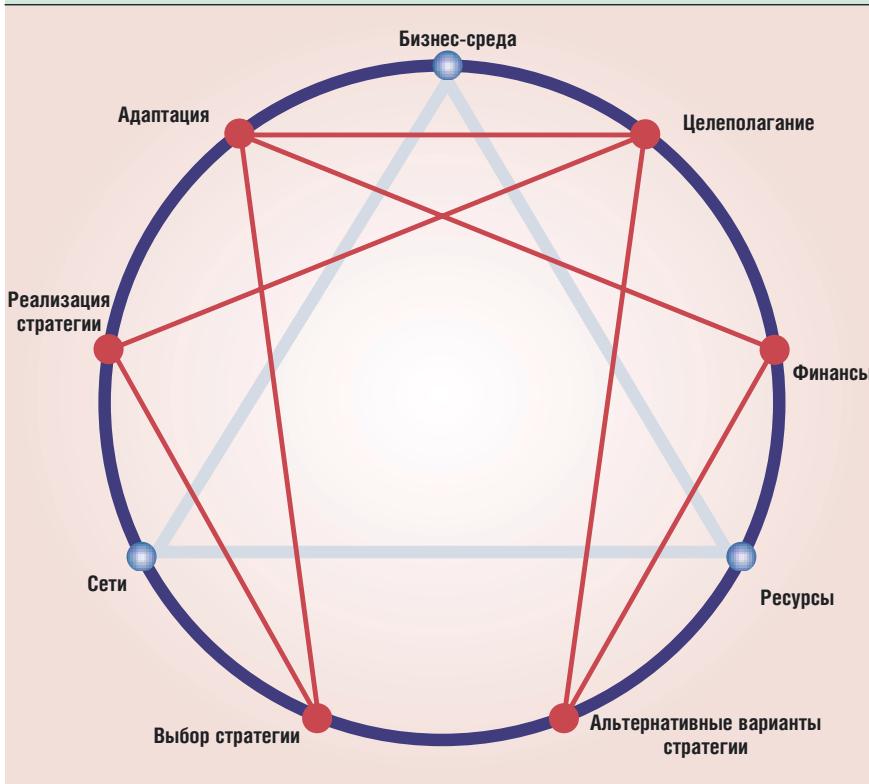
20 наиболее стратегичных вузов России

№	Вузы	Цели	Возможности	Результаты	Положение в текущем рейтинге	
					Общий уровень стратегичности	Рейтинговый статус
1	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова*	16	30	26	72,9	AAA
2	Академия народного хозяйства при Правительстве РФ	12	31	27	70,1	AAВ
3	Московский государственный институт международных отношений*	11	28	24	63,1	ВAV
4	Государственный университет управления	11	25	24	60,0	AAВ
5	Московский инженерно-физический институт (Государственный университет)*	10	24	25	58,3	ВВВ
6	Санкт-Петербургский государственный университет*	9	25	24	58,0	ВAV
7	Всероссийская академия внешней торговли	11	24	23	57,7	AVВ
8	Финансовая академия при Правительстве РФ*	9	25	24	57,5	ВAA
9	Московский физико-технический институт (Государственный университет)*	11	22	25	57,3	AVА
10	Государственный университет — Высшая школа экономики*	10	24	22	57,0	AAВ
11	Российский государственный медицинский университет*	11	21	25	56,9	AVА
12	Санкт-Петербургский государственный институт информационных технологий, механики и оптики*	8	24	24	56,6	ВAA
13	Московский государственный институт стали и сплавов	10	22	23	56,0	AVВ
14	Московский авиационный институт (Государственный технический университет)	10	25	21	55,7	AAВ
15	Российский государственный университет нефти и газа им. И.М. Губкина	12	20	24	55,5	AVВ
16	Московский архитектурный институт (Государственная академия)	8	23	24	55,3	ВВВ
17	Российский университет дружбы народов	11	20	24	55,2	AVА
18	Московский государственный горный университет	9	22	23	55,0	ВВВ
19	Российская академия государственной службы при Президенте РФ	10	22	22	54,7	AVВ
20	Томский государственный университет	9	22	23	54,3	ВВВ

\* Вузы, в которых после 2008 г. сохранится военная кафедра.

**Рисунок 2**

Энниаграмма стратегического управления



нет смысла останавливаться. Сейчас с уверенностью можно сказать только одно: те, кто в тот непростой период не поверил в необходимость получения определенных навыков, больше потеряли, нежели приобрели.

Сегодня перед нами предстает совершенно иная картина, более соответствующая современным экономическим требованиям. Как известно, спрос рождает предложение. Это в полной мере относится и к системе высшего образования, дающей своим выпускникам базовый набор конкурентных преимуществ, и к языковым школам, расширяющим этот набор, и к бизнес-школам, на сегодняшний день представляющим собой вершину экономического образования. Более того, все образовательные учреждения теперь являются всего лишь сегментом экономической деятельности и, откликаясь на требования бизнес-сообщества,

вынуждены жестко конкурировать между собой за абитуриентов. В свою очередь, абитуриенты стали более основательно подхо-

дить к выбору учебного заведения, понимая, что во многом именно от этого зависит их дальнейшая карьера и перспективы профессионального роста.

В этой связи борьба за абитуриентов обычно разворачивается на нескольких направлениях: в первую очередь это, конечно же, образовательная программа, уровень подготовки преподавательского состава и учебно-образовательная база, во вторую — востребованность выпускников, и в третью — условия обучения (формы и стоимость обучения, стажировки и т.д.). Не последнюю роль в этой борьбе играет имя образовательного учреждения, которое можно справедливо рассматривать как элемент предоставления гарантий в получении именно того набора знаний и навыков, которые декларировались при поступлении (см. рис. 1). Таким образом, образовательная система приобретает все характерные признаки бизнес-корпорации: имя — «бренд» (гарантия стабильности); образовательная программа — стратегия развития (уверенность в завтрашнем дне); уровень подготовки преподава-

Через тернии к звездам!


 <b>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ</b> <b>Master of Business Administration</b>	
<b>Executive MBA</b> Программа индивидуальной подготовки топ-менеджеров Тел.: (095) 377-77-88, 504-18-49; <a href="http://www.execmba.ru">http://www.execmba.ru</a>	
<b>MBA - General Management</b> (095) 371-32-55 <b>MBI - Информационный менеджмент</b> (095) 371-45-00 <b>MBA - специализации:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Корпоративное управление и корпоративные финансы (095) 371-32-55</li> <li>• Стратегический и инновационный менеджмент (095) 377-65-71</li> <li>• Маркетинг (095) 377-94-49</li> <li>• Логистика (095) 377-65-71</li> <li>• Стратегия международного бизнеса (095) 377-69-57</li> <li>• Управление энергетической компанией (095) 371-31-74</li> <li>• Гостиничный и туристический бизнес (095) 371-74-11</li> </ul>	<b>Начало занятий:</b> октябрь 2005 г., февраль 2006 г.  <b>Продолжительность обучения:</b> 2 года (4 семестра)  <b>Форма обучения:</b> очно-заочная (вечерняя) очно-заочная (модульная)  <b>Документ об образовании:</b> диплом государственного образца  <b>Адрес:</b> Москва, Рязанский пр-т, 89 <b>Контактный телефон:</b> (095) 377-80-50 <b>Internet:</b> <a href="http://www.guu.ru">www.guu.ru</a>

Таблица 2

20 наиболее стратегичных бизнес-школ России, реализующих программы MBA						
№	Бизнес-школа	Цели	Возможности	Результаты	Положение в текущем рейтинге	
					Общий уровень стратегичности	Рейтинговый статус
1	Высшая школа международного бизнеса АНХ*	16	31	29	76,0	AAA
2	Высшая школа бизнеса МГУ	12	31	30	73,3	AAA
3	Стокгольмская школа экономики	13	29	28	70,0	ABA
4	Высшая школа маркетинга ГУУ	12	29	29	69,7	AAA
5	Московская международная высшая школа бизнеса «Мирбис»	12	28	29	69,5	AAA
6	Факультет финансов и банковского дела АНХ*	13	26	29	67,7	ABA
7	Институт экономики и финансов «Синергия»	12	28	26	67,0	AAB
8	Высшая школа менеджмента ГУ-ВШЭ	15	26	25	66,5	ABB
9	Московская школа социальных и экономических наук АНХ*	12	28	25	65,7	BAB
10	Высшая школа финансового менеджмента АНХ*	13	25	28	65,3	ABB
11	Высшая школа корпоративного управления АНХ*	13	27	24	65,1	ABB
12	Российско-германский институт бизнеса и промышленной автоматки МЭИ-ФЕСТО	14	25	26	64,2	ABB
13	Международный институт менеджмента ЛИНК	13	25	25	64,0	ABB
14	Российско-немецкая высшая школа управления АНХ*	11	26	28	63,9	BBB
15	Московский институт международного бизнеса при Всероссийской академии внешней торговли Минэкономразвития РФ	12	25	27	63,5	BBB
16	Факультет «Школа экономики земельных рынков» АНХ*	13	25	26	63,4	ABB
17	Высшая школа бизнеса и менеджмента Международного университета в Москве	12	26	25	63,2	BBB
18	Институт повышения квалификации работников государственной службы и отраслей народного хозяйства ГУУ	10	28	24	63,0	BAB
19	Высшая школа MBA РЭА им. Г.В. Плеханова	13	24	26	62,8	ABB
20	Санкт-Петербургский международный институт менеджмента (ИМИСП)	13	24	24	62,0	ABB

\* Бизнес-школы, осуществляющие свою деятельность под эгидой Правительства Российской Федерации

тельского состава — высококлассный менеджмент (подтверждение достижимости цели); учебно-образовательная база — материально-техническая база (необходимое условие достижения цели). А раз так, в скором времени станут схожими и методы ведения бизнеса, по крайней мере, можно предположить, что такой элемент конкурентной борьбы, как head hunting, повсеместно распространенный в бизнес-сообществе, станет неременным атрибутом образовательной среды.

Подобное сближение сущностей вышерассмотренных структур имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Положительный эффект состоит в том, что, подстраиваясь под требования рынка, образовательные учреждения вынуждены изменяться (новые специальности,

курсы, программы и т.д.), обеспечивая тем самым наполнение рынка квалифицированных трудовых ресурсов своими выпускниками, а их, в свою очередь, трудоустройством. Например, на сегодняшний день лишь немногим более 30% выпускников вузов работают по специальности. Это очень низкая цифра, показывающая глубину проблемы. Негативная составляющая этого процесса заключается в следующем: список действительно востребованных специальностей на рынке труда достаточно ограничен, к тому же со временем он может изменяться. В результате возрастает спрос со стороны абитуриентов, приводящий к росту ценности получаемого образования. В то же время образовательные учреждения, стремясь достичь или закрепить лидерство по подготовке специалистов из данного

списка, вынуждены бросать свои основные ресурсы на эти направления и как следствие — ограничивать возможности в подготовке специалистов более массовых специальностей.

Другими словами, налицо тенденция коммерциализации образования. Это в первую очередь относится к высшим учебным заведениям, которые в подавляющем большинстве являются государственными учреждениями и поставщиками рекрутов для изначально коммерчески ориентированных структур, предоставляющих услуги повышения конкурентоспособности управленческих кадров. И если последние зарождались, формировались и развивались в условиях рынка и «заточены» на выживание в условиях быстроизменяющихся экономических потребностей, то ву-



Таблица 3

## 20 наиболее стратегичных языковых курсов России

№	Языковые курсы	Цели	Возможности	Результаты	Положение в текущем рейтинге	
					Общий уровень стратегичности	Рейтинговый статус
1	Международный образовательный центр EF English First	11	25	25	60,8	AAA
2	Сеть школ иностранных языков ВКС-International House	10	23	27	60,3	ABA
3	Центральные специализированные курсы по подготовке и повышению квалификации кадров для дипломатических служб и представительств «Курсы МИД»	13	24	23	60,2	AAB
4	Центр изучения английского языка Британского совета	9	25	27	59,9	BAA
5	Международный языковой центр Language Link	11	24	25	59,2	ABA
6	Центр иностранных языков Всероссийской академии внешней торговли при Минэкономразвития РФ	12	24	23	58,8	AAB
7	НОУ Клуб «Мистер English»	12	24	22	58,5	AAB
8	Сеть языковых школ Big Ben	13	24	21	58,2	AAB
9	Курсы английского языка Tom's House	13	21	24	57,8	ABA
10	Лингвистический центр «Бизнес-Лингва»	8	24	25	57,2	BAA
11	Авторская школа Шехтера	11	23	23	56,9	ABB
12	Научно-образовательный центр «Школа Китайгородской»	11	22	24	56,8	ABA
13	Высшие курсы иностранного языка Московского института лингвистики	11	23	23	56,7	ABB
14	Образовательный центр «Лингва.ру»	8	24	24	56,6	BAA
15	Лингвистический центр при кафедре иностранных языков ИМПЭ им. А.С. Грибоедова	8	24	24	56,2	BAB
16	Международная система школ иностранных языков Denis School	9	25	23	56,0	BAB
17	Центр лингвистического образования Babylon	10	20	25	55,8	ABA
18	Учебный центр иностранных языков «Комп Лэнг»	10	24	21	55,6	AAB
19	Образовательный центр «Интенсив»	8	24	23	55,5	BAB
20	Академия европейских языков	8	23	24	55,4	BBB

зы, доставшиеся в наследство от системы всеобщего среднего и массового высшего образования, не обладают такой гибкостью. Справедливости ради необходимо внести одно очень важное уточнение: теперь, как и прежде, перед вузами стоят более масштабные задачи — обеспечение потребностей государства в высококлассных специалистах по всему спектру экономической, производственной и других видов деятельности. Только этим можно объяснить ту осторожность, с которой государство приступает к реформированию системы высшего образования (предложение о подразделении вузов на три категории: федерального значения; первой значимости; второй значимости; соответственно категория будет определяться уровень обязательного государственного финансирования). Хотя уже очевидно, что современная структу-

ра государственного финансирования и управления образовательным комплексом не удовлетворяет современным экономическим реалиям. Причем в процесс вмешивается пресловутый фактор времени: чем дольше период перехода к новым формам функционирования, тем выше государственные потери (прямые финансовые, недополучение специалистов высококвалифицированных специальностей, подготовка заведомо безработных дипломированных специалистов и т.д.).

Основной проблемой сегодняшнего дня является именно система вузовского образования. Без преувеличения можно сказать: от того, насколько эффективно удастся ее видоизменить, подстраивая и коррелируя в соответствии с требованиями рынка, будут зависеть перспективы экономического роста страны в целом. А следо-

вательно, поставщики дополнительных образовательных услуг, являющихся достаточно дорогостоящими, такие как курсы иностранных языков и бизнес-школы, будут обеспечены стабильным притоком слушателей на более отдаленную перспективу.

Разработанная и используемая нами британо-российская методика (см. рис. 2) предназначена для оценки стратегического потенциала организаций и управленцев. Ее отличительной чертой является сфокусированность на оценке «компетенций завтрашнего дня», ответе на вопрос не «что есть?», а «что и как будет?». Существующие рейтинги, как правило, с большей или меньшей обоснованностью по неким критериям фиксируют относительный статус лиц, физических и юридических, на настоящий момент. Наш же рейтинг учитывает не только

множество параметров текущего состояния, опираясь на многофакторную модель стратегического управления, но и сценарии эволюции в заданном интервале будущего.

Применительно к образовательным учреждениям рейтинг стратегичности представляется рискованным, но полезным проектом. Рискованность его в том, что производимое школами бизнеса, вузами и языковыми курсами качество и количество «продукта» вряд ли измеримо только по уровню зарплат выпускников, отзывам обычно нерепрезентативных

опросов, интенсивности их рекламных кампаний или плате за обучение. Хотя зачастую при ранжировании берутся эти или аналогичные показатели, которые потом в разных пропорциях смешиваются для получения конечного значения. Полезность рейтинга стратегичности видится в том, что появится новый, своего рода фьючерсный ракурс оценки образовательных учреждений. Ведь тем, кто принимает решение, «куда пойти учиться», требуются не отблески былой славы учебного заведения, да еще приукрашенной PR-ухищрениями. Им нужно понимать, где и за ка-

кую цену можно получить знания, навыки, связи, опыт, которые гарантируют выпускнику конкурентоспособность на рынке и вообще удовлетворенность жизнью спустя 2–3 года. **ЭС**

**English First**

**Учите английский в идеальной компании!**

"Знание английского языка увеличивает зарплату до 35%"

журнал "Business Week"

тел.: 251 7911, 937 3883      [www.englishfirst.com](http://www.englishfirst.com)

40 лет

