



миллионами рублей, сотнями людей, предприятиями, он не должен обладать определенной квалификацией?

— **По вашим наблюдениям, с какой целью слушатели идут на программу MBA?**

— Цели очень разные. Есть категория собственников, которые хотят получить знания, обобщить опыт, научиться. Есть слушатели, которые ищут новые горизонтальные связи, стремятся создать новую социальную сеть. Владелец школы, в которой я работаю, закончил техасскую бизнес-школу только потому, что она дала ему другой уровень общения из разных стран.

— **Чем должна отличаться программа MBA в Сибири, в Иркутске, в частности?**

— Любая бизнес-программа должна ориентироваться на потребности, которые есть у аудитории. MBA бывает двух типов. Есть американская модель, в которой существует огромное количество специализации: можно найти MBA в виноделии или в туризме. И европейская модель — дженералистская, общая. В моем представлении, специфика Сибири должна заключаться в представлении разного рода программ, специализированных на узких сегментах. По видимому, их необходимо создавать помимо дженералистских. Тогда они будут работать на решение проблем,

которые существуют в данном регионе. В моем университете есть программы в сфере туризма и в их рамках — для ресторанного бизнеса. Есть менеджмент в игровых видах спорта, в шоу-бизнесе. И на них огромный спрос. Они создают в данных сферах нужную среду, общество зрелых, обученных, высококультурных людей.

— **Но не получаем ли мы таким образом облегченный вариант программы?**

— По роду своей общественной работы, — а я вице-президент Российской ассоциации бизнес-образования — мне периодически приходится задумываться на эту тему. Длительность программа MBA в разных странах различна. По моделям, которые строят на западе, программа подразумевает полный уход из бизнеса и обучение в режиме full-time. В России же сформировалась модель, которая называется executive — нестандартная. То есть, речь идет о вечернем, блочном, модульном обучении. И при этом повторяются попытки сделать ее еще короче. В России, наверное, появятся программы уровня masters of science: мастер финансов, мастер информационных технологий. Эти программы дают сугубо узкие предметы и выбрасывают целые куски: среда бизнеса, навыки менеджера — глобальные, в общем-то, вещи.

Возможно, это правильно для какого-то специалиста, который нуждается в определенном наборе знаний, не более того. Но в философском плане, понимая, что менеджер — это зрелая личность, которая живет в определенных координатах, надо эти координаты создавать, надо создавать зрелую среду. Мы же не пытаемся пить вино, пока оно не созрело. То же самое и здесь. Если по срокам, по времени мы сократим эту программу до одной теории, то не возникнет эффект общения. На мой взгляд, при этом вымывается сама идея. Поэтому серьезная программа должна длиться долго.

— **Нужен ли России рейтинг отечественных MBA?**

— Сколько существует Российская ассоциация бизнес-образования, столько делятся споры на эту тему. Мы даже пытались договориться о том, что не будем участвовать в рейтингах. Теоретически, они безусловно нужны — чтобы ориентировать потребителя. Но тогда стоило бы создавать «мягкие» рейтинги, где школы разбивали бы на уровни, без дальнейшего ранжирования на первое, второе место и так далее. К сожалению, СМИ нуждаются в этих рейтингах для повышения собственных тиражей или в финансовых целях. И поскольку рейтинги составляются некорректно, многое завязано на реклам-