

УДК

---

## САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ЖИЗНЬ РЕЙТИНГОВ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБРАЗОВАНИЯ

---

**Пятенко С.В.**

доктор экономических наук  
e-mail: spyatenko@yandex.ru

### Аннотация

---

Представлены результаты анализа международных рейтингов университетов и школ бизнеса. Показано, что рейтинги практически не связаны с качеством образования. Они используются для утверждения превосходства одной модели организации образования. Надо осознать все ограничители в достижении успеха в игре по этим правилам.

---

**Ключевые слова:** рейтинг The Times Higher Education World University Rankings (THE), рейтинг World University Rankings компании Quacquarelli Symonds (QS), Рейтинг Financial Times, рейтинг Forbes, рейтинг Business Week, рейтинг университетов Эксперт РА.

---

## INDEPENDENT LIFE OF EDUCATION RATINGS AND RESULTS

---

**S.V. Pyatenko**

PhD in Economics

### ABSTRACT

---

Presented are results of analysis international university and business-school rating. It is shown that the ratings are practically unrelated to the quality of education. They are used to assert the superiority of one model of educational organization. It is necessary to realize all the limitations in achieving success in the game by these rules.

---

**Key words:** rating The Times Higher Education World University Rankings (THE), rating World University Rankings Quacquarelli Symonds (QS), rating Financial Times, rating Forbes, rating Business Week, rating of universities Expert

---

Введение

*У людей есть две причины что-то сделать: та, что убедительно звучит, и реальная причина.*

*Дж. П. Морган, финансист*

Данная статья является журнальным вариантом главы из книги «Деловое образование в России», вышедшей в 2018 г. В издательстве «Олимп-бизнес».

Современное общество любит различные конкурсы и шоу. И там, где нет объективных критериев ранжирования участников рынка, повсеместно размножаются субъективные рейтинги. При этом везде есть существенные различия между критериями подобных рейтингов и параметрами, реально значимыми для потребителя. Это происходит в любой сфере, от конкурсов красоты до выборов лучших работодателей. Не являются исключениями мировой и российский рынок образования.

### **Международные рейтинги вузов: многоцелевой продукт**

*Если ты все понимаешь, значит, тебе не обо всем говорят.*

*«Пшекруй», польский журнал*

*Оценивать продуктивность ученого по числу публикаций – все равно, что измерить ум собеседника по числу сказанных слов.*

*Из книги «20.000 Quips & Quotes»*

Рейтинги интересны всем: абитуриентам, работодателям, участникам рынка и просто любознательным. В мире рейтинги вузов существуют более 30 лет, и за это время вся специфика их субъективных особенностей проявилась в полной мере. Теоретически все просто: берем основную функцию (обучение) и смотрим: что на входе, что на выходе, в идеале – сравниваем то и другое.

Но на практике никто ничего подобного не делает. Вход никто из международных составителей рейтинга во внимание не принимает. А что касается выхода, то его частично пытаются измерить рейтинги The Times Higher Education World University Rankings (THE) и World University Rankings компании Quacquarelli Symonds (QS). Но корректность этого замера весьма и весьма спорна. Дело не только в сложности самой задачи. По многим причинам складывается впечатление, что для составителей рейтингов измерение качества образования не является не только единственной, но даже приоритетной целью.

С одной стороны, международные рейтинги, похоже, по факту преследуют вполне прагматические цели – закрепить превосходство одной модели организации образования/науки и навязать ее всей планете как единственный вариант. В многообразном мире любые иные форматы образования/науки заранее объявляются низкосортными. Если на Западе науку развивают университеты, а Академия наук – просто клуб по интересам – значит, это правильно.

В различных видах деятельности, в том числе в менеджменте, жизнь, вынудила Запад признать эффективность японского, китайского и других видов организации бизнеса. Но в образовании Запад пока стремится отстаивать свою, единственную модель и дискредитировать все иное. Ранжирование вузов в рамках определенной парадигмы – просто один из инструментов. Но, с другой стороны, все эти рейтинги дают первичные ориентиры и удовлетворяют общественную потребность в шоу мероприятиях.

Кроме того, в ранжировании вузов есть и политические соображения: рейтинги играют заметную роль в создании имиджа и повышении престижа страны. Количество университетов в топ-группе международного рейтинга – один из показателей позиций страны в международном сообществе.

Сейчас существуют три основных международных вузовских рейтинга. Между ними есть определенные тонкие различия. Но общий подход един: 60–70% веса имеют критерии «околонаучного характера» – количество публикаций, количество ссылок/цитат, академическая репутация(?) и т.д. Очевидно, такой «квазинаучный переко́с» (тем более в сторону узкого круга англоязычных журналов, книги вообще не учитываются (!)) не соответствует запросам, как минимум, двух групп потребителей – работодателей и студентов.

Отметим также: все эти рейтинги полностью англоязычны. Университеты ранжируются таким образом, что заведения, где преподавание происходит по-английски, имеют явное преимущество перед прочими. Это объясняет тот удивительный переко́с, когда европейские (и не только российские, и не только восточноевропейские) университеты со славной многовековой историей либо вообще не входят в первые 200, либо занимают место в самом хвосте, тогда как наверху оказываются университеты англосаксонского мира – в том числе и весьма малоизвестные. Например, из Новой Зеландии либо из какой-нибудь американской глубинки. Причем реальный уровень образования там может быть не высоким. Дело может объясняться не только надвигающейся «гибелью Европы», но и монопольностью рейтинга. Высшая школа должна говорить по-английски и только по-английски – или ее не существует. То же и с индексами цитируемости.

Серьезные, в частности немецкие, исследователи отмечали негативные последствия подобного монопольного цитирования. Гонка за высокими показателями цитируемости приводит фактически к отмиранию «локальной» научной публикационной активности: доминирование одного языка, в том числе искусственно поддерживаемое, означает, что публиковаться на английском гораздо выгоднее с точки зрения выхода на более широкую аудиторию и потенциального цитирования.

Так, некоторые европейские исследования показывали, что, хотя в Германии есть социологические журналы очень высокого уровня, действующие на данный момент в академическо-университетской среде стимулы, в том числе рейтинговые, обуславливают стремление авторов публиковаться в международных социологических журналах<sup>1</sup>. Локальные журналы испытывают трудности с формированием своих портфелей, и в дальнейшем, судя по всему, эти трудности будут только возрастать.

В целом запросы потребителей, проблемы участников и параметры международных вузовских рейтингов весьма далеки друг от друга. Рейтинги замеряют показатели, мало интересные для реальных потребителей. При этом студенты/ работодатели думают каждый о своем, а аналитики и «образователи» также размышляют о совсем иных материях.

*Во-первых*, очевидно: главная продукция вузов – знания/умения выпускников, а не научные достижения преподавателей. Как потребителю продукции вузов, работодателю не важно число ссылок на статьи преподавателей в научных журналах. Значимо то, чему научились выпускники. То же касается и студента. Для него важно, чему полезному профессор может научить.

*Во-вторых*, совершенно не логично использование показателей, основанных на количестве публикаций, как главного критерия для оценки качества научной деятельности во многих предметных областях. Особенно, если мы готовим рейтинг, адресованный потенциальным потребителям. Если мы хотим построить дом и ищем хорошего архитектора, мы не интересуемся его показателями цитируемости или индексом Хирша. Мы просим его показать, что он уже построил, и спрашиваем людей, живущих в этих домах, хорошо ли им там живется. То же самое в медицине. В поисках хорошей

<sup>1</sup> Münch R. Academic Capitalism: Universities in the Global Struggle for Excellence. New York, 2014.

больницы мы не интересуемся количеством публикаций и индексом Хирша у врачей. Вместо этого мы хотим узнать мнение пациентов и оценку профессиональной медицинской среды. Многие аналитики также отмечали, что от таких критериев эффективности сильнее всего страдают те научные области, численность исследователей в которых невелика<sup>2</sup>.

*В-третьих*, также очевидно: качество научной работы и учебного процесса не имеют тесной связи. Например, не всякий хороший ученый является хорошим преподавателем и наоборот.

*В-четвертых*, показатели количества публикаций/ссылок очень легко максимизируются практически без связи с реальным делом. Например, вуз приглашает «публикабельного» профессора раз в год прочитать лекцию, и все его статьи сразу повышают рейтинг вуза. А в КНР всех авторов статей просто обязали ссылаться на своих китайских коллег. Кроме того, китайским ученым выплачивают премию до 30 тыс. долл. за статьи в первоклассных мировых научных журналах. И, говорят, в США оказалось немало желающих приписать китайца третьим-пятым соавтором в уже готовую статью, причем «цена вопроса» всего 15 тыс. долл. В итоге, «публикабельность» и рейтинги китайских вузов растут. А еще китайцы придумали свой Шанхайский рейтинг и последовательно его продвигают. Что тоже вполне логично.

Примеры и аргументы можно приводить бесконечно, но суть в том, что каждая дисциплина имеет собственную иерархию ценностей. Разработать адекватный рейтинг в той или иной предметной области, в том числе в образовании, — задача нелегкая. Но если стремиться, чтобы рейтинги соответствовали реальной ситуации, то надо искать разумные методы решения. Другое дело, если рейтинги в основном нужны для иных целей. Конечно, жизнь движется, появляются ростки нового. Причем во впечатляющих масштабах. Происходит это по нескольким направлениям.

*Первое*. Количество национальных рейтингов быстро увеличивается: 45 новых за последние 15 лет. Все эти рейтинги можно найти на веб-сайте IREG Observatory в разделе IREG Inventory of National Rankings. Этот раздел постоянно обновляется. Каждый новый рейтинг — национальный, региональный или мировой — стремится выделиться за счет модификации методологии, поэтому в этой области отмечается высокая активность.

Появляется также все больше региональных рейтингов. Это вполне понятно, так как мобильность и академическое сотрудничество студентов и преподавательского состава осуществляются, прежде всего, в рамках определенных регионов. Наиболее привлекательными с маркетинговой точки зрения являются региональные рейтинги азиатских и арабских учебных заведений. Интересные показатели демонстрируют страны Латинской Америки. Основная проблема региональных рейтингов — методология. Эти рейтинги как две капли воды похожи на мировые, поскольку фактически представляют собой фрагменты мировых рейтингов, на которых основываются. Их пока вряд ли можно считать автономными и самостоятельными<sup>3</sup>.

*Второе*. Отмечается появление и развитие рейтингов по предметным областям. Их преимущества кажутся настолько очевидными, что трудно понять, почему составители рейтингов игнорировали эту возможность ранжирования ранее. Вполне естественно, что в каждом университете есть разные, как сильные, так и более слабые, факультеты.

Здесь возникают два вопроса: сколько дисциплин и сколько университетов должны быть включены в анализ? Общее направление: количество дисциплин быстро растет. В 2017 г. QS публикует рейтинги по 43 дисциплинам, рейтинг URAP включает 41 предметную область, а мировой рейтинг US News — 27. Шанхайский рейтинг уже объявил

<sup>2</sup> Там же. С.138.

<sup>3</sup> Подробнее см.: Вопросы образования. 2017. №1. С. 158–165.

о намерении опубликовать рейтинг, который будет включать несколько десятков предметных областей. Возможно, в ближайшие годы рейтинги будут включать не менее 50 дисциплин и не менее 500 учебных заведений или факультетов.

Несмотря на достигнутый прогресс, многое еще предстоит сделать, особенно в отношении рейтингов по предметным областям. Основной проблемой является определение критически важных характеристик данной дисциплины, а также поиск показателей, их отражающих. Предметный рейтинг научной продуктивности (публикабельности) университетов в 2016–2017 гг. стал составляться и в России под эгидой АЦ «Эксперт»<sup>4</sup>.

*Третье.* Появление новых измерений. В настоящее время ведутся поиски способов включить в международные рейтинги другие аспекты деятельности образовательных организаций. Особенно важны такие достижения, как выдающиеся результаты в преподавании и так называемая третья миссия, или социальная роль университета. Это серьезный вызов, который стоит сегодня перед системой рейтингования.

Простых ответов или согласованных международных стандартов здесь пока нет, но уже предпринимаются шаги по поиску возможных решений. Стоит упомянуть интересный проект Third Mission Ranking Project ЕЗМ, осуществленный по инициативе Европейской комиссии. Он пока не привел к появлению нового рейтинга, однако некоторые его результаты и выводы заслуживают внимания. Кстати, согласуются с глобальными тенденциями в развитии рейтингов и усилия российского академического сообщества и Совета ректоров по созданию нового рейтинга, который бы отражал, в том числе, достижения вуза в осуществлении «третьей миссии». Эта работа также дает шанс (хотя и связанный с определенными проблемами) для расширения диапазона показателей.

В сфере создания новых измерений заметным достижением можно считать появление критериев, связанных с востребованностью выпускников работодателями. Их преимущества также кажутся настолько очевидными, что трудно понять, почему составители рейтингов игнорируют эту возможность ранжирования. В России рейтинговое агентство «Эксперт РА» сформировало как национальный, так и международный рейтинг вузов с использованием показателя востребованности выпускников. Это также весьма серьезный вызов для всей системы рейтингов, ибо включает важнейший показатель – реальную оценку потребителей<sup>5</sup>.

Общественности это явно интересно. Как бы откликаясь на этот запрос, с 2016 г. создается рейтинг QS с броским названием – «по трудоустройству». Но он по-прежнему включает в основном показатели имидже-расплывчатого толка, типа репутация вуза, сотрудничество с компаниями и т.д. В общем, то, что во многом определяется PR работой, а также вкусами экспертов, подобранных составителями рейтингов. Это достаточно далеко расходится с реальной оценкой выпускников работодателями, которые зачастую предпочитают воспитанников отнюдь не самых «раскрученных» вузов. Получается, как с девушками: восхищаются одними, гуляют с другими, а женятся на третьих...

### **Российские вузы и международные рейтинги: прыгаем в ушедший поезд**

*Ненадежнее фактов только цифры.*

*Дж. Каннин, британский политик*

<sup>4</sup> Подробнее см.: Эксперт. №21. Май 2017. С. 73–79.

<sup>5</sup> Разумеется, как и во многих других случаях, сознательные проводники западных интересов и их восторженно-бессознательные попутчики будут всячески высмеивать и просто блокировать даже попытки обсуждения альтернативных подходов к образовательным рейтингам. Но серьезный разговор здесь необходим. И чем более активно он ведется, тем лучше.

Существующее положение дел в системе рейтингов негативно отражается на позициях российских вузов. Лишь единицы российских университетов числятся среди лучших по рейтингам Times Higher Education, QS и ARWU. Государство реагирует на подобное положение вещей программами, которые направлены на улучшение позиций российских университетов в международных рейтингах. Это дает определенные результаты<sup>6</sup>. Но существующие методики оставляют неизменной ситуацию, когда англоязычные вузы прочно занимают доминирующее положение.

Как резонно отмечала в свое время глава Минобрнауки РФ О.Ю. Васильева, статьи наших авторов по гуманитарным наукам «никогда не могут быть напечатаны в иностранных научных журналах по определению. Потому, что там иной взгляд на мир никому не нужен»<sup>7</sup>. В связи с этим высказывалась идея собственной оценочной системы, направленной, прежде всего, на гуманитарные науки.

Действительно, трудно, например, представить себе публикации в англоязычных «рейтинговых» изданиях, где будет что-либо позитивное по истории России. Можно, конечно, попробовать опубликовать статью, где все намазано черной краской и рассказывается о вековом русском варварстве... Но позитив должен публиковаться только о западных народах...

Даже без идеологическо-политической составляющей надо признать: мы чужие для довольно сплоченного международного англо-саксонского научно-педагогического сообщества. А любых чужих там не очень-то стремятся узнать: нет стимулов. При равных условиях больший доступ к публикациям в международных журналах имеют американцы, англосаксы. Безусловно, российские, малайские, французские ученые тоже имеют доступ, но существенно меньший. Есть ведь понятие социальных связей, социокультурных сетей.

Конечно, можно и нужно стремиться стать своими на этом жестком и конкурентном рынке интеллекта. Например, необходимо бороться, чтобы отдельные ученые, имеющие соответствующий потенциал и возможности, пробивались в мировую научную элиту при помощи университетов и государственных структур. Важно, чтобы наши ученые входили в состав советов ведущих международных научных изданий.

Но надо и трезво осознавать все ограничители в достижении успеха в игре по этим правилам. Чужих особенно далеко не пустят. А если, невероятным образом, что-то будет угрожать позициям англоязычных вузов, то можно быть уверенным – правила международных рейтингов нужным образом подкорректируют. В такой ситуации наше стремление улучшить положение отечественных университетов в международных рейтингах представляет собой попытку запрыгнуть в уходящий, а точнее, в давно ушедший поезд<sup>8</sup>.

При этом попытки догнать последний вагон достаточно затратны. Когда впервые проводились расчеты по программе «5-100», получилось примерно 150 млрд. руб в год на 10 вузов. На старте выделили 9 млрд. руб. на 15 вузов<sup>9</sup>. Всего с 2013 г. по 2016 г. было выделено 41, 2 млрд. руб. на два десятка вузов. Причем, согласно сложившимся правилам

<sup>6</sup> Имеется в виду прежде всего проект «5-100»: идея выделить пару десятков университетов, дать им деньги на решение задачи войти в число 100 лучших в международных рейтингах.

<sup>7</sup> Цит по: Независимая газета. 14.03.2017.

<sup>8</sup> Можно провести аналогии. В ООН среди отцов-основателей был СССР, его представители хорошо поработали, вот мы и занимаем достойное место постоянного члена Совета безопасности ООН. Но в организациях типа Международного валютного фонда (МВФ) Запад доминирует и ничего реформировать не хочет. Например, экономика КНР сегодня не меньше американской, но в МВФ доля в голосах у США в несколько раз больше китайской. И любые попытки серьезных перемен аккуратно блокируются. Единственный путь к переменам – создание альтернатив типа банка стран БРИКС, стран ШОС и т.д.

<sup>9</sup> [http://raexpert.ru/editions/kuzminov\\_vuz\\_2013/](http://raexpert.ru/editions/kuzminov_vuz_2013/)

продвижения в рейтингах, значительная часть этих затрат должна быть направлена на сферы весьма, мягко скажем, опосредовано связанные с качеством образования.

Практически повсюду в мире в сфере образования сложилась парадоксальная ситуация, когда существует спрос не на знания, а на брендовость диплома. Именно он, а не профессионализм становится залогом успешного старта карьеры. Поэтому в образовательной среде немалые деньги тратятся на имиджевую составляющую, на поддержание бренда, базирующегося не только и не столько на качестве образования, сколько на позиционировании в обществе, мифологизированной истории, рейтингах и т.д.

Автору довелось несколько раз наблюдать добросовестное изложение зарубежного опыта по улучшению рейтинговой позиции университета. В рамках проекта 5-100 поделиться опытом с отечественными участниками проекта приглашали представителей университетов, поднявшихся в ведущих рейтингах на много десятков мест. Эти люди по несколько часов рассказывали, как они этого добились.

И у каждого практически весь рассказ сводился к описанию PR-деятельности: как переделывали сайт, как недостатки – очень отдаленное месторасположение – «переоформляли» как достоинства («наши студенты учатся в экологически чистой местности») и т. д. При этом ничего не говорилось об улучшении качества учебного процесса, о совершенствовании знаний/навыков обучающихся и т.д. Нет, только об улучшении имиджа, продвижении в общественное сознание и т.д. В общем, PR и еще раз PR. Вот главный секрет продвижения в рейтингах. Причем, глядя на критерии рейтингов, очень трудно заподозрить представителей западного образования в неискренности или нежелании передавать свой опыт.

Конечно, есть определенная польза от нашего участия в рейтингах. Положительным моментом является и идущая в русле мировых трендов реализация программы «5-100». Международные эксперты в области высшего образования, подсчитали, что с 2000 г. в 20 странах были запущены более 30 инициатив по достижению выдающихся результатов. Их общая стоимость превышает 40 млрд. долл. В результате появилась группа так называемых ускоренных университетов мирового класса. Эти учреждения получили дополнительное финансирование для форсированного развития.

Многие инициативы по достижению выдающихся результатов, включая российский проект «5-100», рассматривают рейтинги как полезный инструмент для мониторинга процесса совершенствования образования<sup>10</sup>. В тоже время необходимо понимать все ограничители существующих систем международных систем рейтингования.

Ранжирование вузов по критериям рейтингов сильно смешивает образование с шоу бизнесом. Создается риск разложения университетской системы. Это осознают представители вузов, которые следуют гумбольдтовским традициям. Высшую школу в любом случае ждут глубокие изменения – или санация, или стагнация. Но беда в том, что западное общество, похоже, не готово это осознать. Россиянам нужно понять суть происходящего, не ограничиваться попытками запрыгнуть в последний вагон давно ушедшего и неизвестно куда идущего поезда, а более активно работать по всем направлениям над возможностями, предоставляемыми неизбежными переменами, почувствовать появление новых трендов и стараться их развивать.

Серьезным прогрессом в отечественном анализе последних лет можно считать рейтинги вузов России и СНГ агентства «Эксперт РА». В них вес критериев, связанных с «условиями для получения качественного образования», составляет 50% и еще 30% – «востребованность работодателями», а на «науку» оставлено 20%. Можно спорить о тонкостях, но направление движения представляется разумным.

<sup>10</sup> Вопросы образования. 2017. №1. С. 158–165.

Интересны и итоги рейтинга «Эксперт РА» по востребованности выпускников топ-200 университетов мира: лучшие работодатели предпочитают выпускников вузов, отнюдь не лидирующих по числу публикаций. Возможно, полезным было бы создание и продвижение в международном масштабе отечественного рейтинга востребованности выпускников.

### Отечественное бизнес-образование в международных рейтингах

*Единственно точная наука – мышление задним умом.*

*Г. Беллами, американский журналист*

Несмотря на свою очевидную молодость – ему только 30 лет -- российское бизнес-образование уже имеет очевидные достижения. Косвенным образом это подтверждается даже в рамках существующих в мире систем ранжирования бизнес-школ. Системы рейтингования бизнес-школ имеют те же органические дефекты, что и ранжирование университетов – они основаны на признании одной модели в качестве единственно верной и очень большое значение придают критериям типа «публикабельности», весьма опосредованно связанные с качеством обучения.

У действующей модели ранжирования есть базовые условия, без которых все остальное не имеет значения. Их три: 1) *собственный исследовательский контент (публикации)*, 2) *аккредитации*, 3) *партнерства*<sup>11</sup>. Для того чтобы быть представленным в мировых рейтингах, необходимо иметь высокие показатели по всем этим направлениям. Сразу отметим: международные аккредитации – инструмент достаточно специфический, характерный именно для менеджерского образования. В смежной области «экономика» никаких международных аккредитаций попросту не существует. Поэтому все международное ранжирование бизнес-школ относится исключительно к обучению менеджменту.

В результате в трех ведущих мировых рейтингах в области бизнес-образования (Financial Times, Forbes и Business Week) российские школы представлены всего двумя школами. При этом, как отмечалось выше, в мировых рейтингах вузов присутствует пара десятков российских университетов. В числе лидеров рейтингов нет ни одной школы, которая не имела бы высочайших показателей публикационной активности. Бизнес-школа без цитируемых публикаций в ведущих журналах по менеджменту и заметного присутствия в базах кейсов претендовать на первые позиции не сможет. (Отметим, что отсутствие публикабельности не является препятствием для лидерства на локальных рынках).

**Уровень исследований в области менеджмента измеряется количеством публикаций в ведущих журналах** – 50 журналов, анализируемых Financial Times, перечень SciMago, список 4\* ABS (Chartered Association of Business Schools), список A\* ABDC (Australian Business Deans Council). Эти списки достаточно сильно пересекаются. Кроме того, ведение исследовательской деятельности определяется через специфические для бизнес-образования продукты, например, бизнес-кейсы (опубликованные в Case Center, Harvard Business Review, Emerald Group Publishing). Пока наличие кейсов российских бизнес-школ в данных системах скорее экзотика. Например, членство в Case Center имеют всего три российские бизнес-школы<sup>12</sup>.

**Другой универсальный параметр, позволяющий оценить соответствие мировым стандартам: международные аккредитации** (аккредитован – значит, качество соответствует определенному уровню). В мире есть три менеджерско-образовательные

<sup>11</sup> Подробнее см.: Эксперт. 10–6 июля 2017. № 28. С. 53–61.

<sup>12</sup> Там же.



аккредитации первого уровня. Получение хотя бы одной из них означает признание соответствия глобальным стандартам в области бизнес-образования и создает качественно иные возможности партнерства с зарубежными бизнес-школами. Сам процесс прохождения аккредитации позволяет совершенно иным образом взглянуть на многие аспекты работы в бизнес-образовании.

Есть институциональная аккредитация (ее получает вся школа) 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 г.).

Получение престижных международных аккредитаций — дело довольно затратное и по времени, и по финансам. При этом никаких гарантий получения аккредитации никто не даст. Средняя продолжительность процедуры получения аккредитации AMBA — от девяти 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 или 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 два–три года стоимость аккредитации на три года составляет 35,8 тыс. евро, на пять лет — 42,3 тыс. евро. Завоевание AACSB — это и вовсе «игра в долгую»: эту аккредитацию можно получать от двух до семи лет, затратив порядка 28,3–65,8 тыс. долларов (или 47,3–84,8 тыс. долларов, включая затраты на визит комиссии). В России мало бизнес-школ, имеющих эти аккредитации: у десяти школ есть AMBA, у трех — EPAS, у одной — EQUIS. Аккредитация AACSB в России пока не получена никем, хотя некоторые бизнес-школы этот процесс начали.

Кроме аккредитаций первого уровня существует ряд наднациональных аккредитационных организаций, например, SEEMAN (Ассоциация развития менеджмента стран Центральной и Восточной Европы), ACBSP (Совет по аккредитации бизнес-школ и программ в США), ECFE (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 проч.

**Третий блок, характеризующий уровень школы на международном рынке: партнерства.** Это реализация совместных образовательных программ и совместные исследования с зарубежными бизнес-школами. Разумеется, здесь главную роль играет уровень зарубежного партнера. По состоянию на 01.07.2017 г. партнерами россиян были 212 бизнес-школ (преимущественно из США, Франции, Великобритании), имеющих хотя бы одну аккредитацию первого уровня. Понятно, что этот критерий неоднозначен, партнерские отношения не всегда фиксируются официальными соглашениями.

Но если есть программа двух дипломов с ведущей зарубежной школой, то это означает, что качество образования соответствует ее стандартам. Тогда программа двойного диплома со школой, имеющей международные аккредитации первого уровня, свидетельствует о признании качества российского образования мировой высокоуровневой школой бизнеса. В 2017 г. таких программ в России было около 30.

В целом же по всем критериям можно сказать, что в настоящее время около тридцати российских бизнес-школ можно отнести либо к состоявшимся глобальным

бизнес-школам; бизнес-школам, активно продвигающимся на мировом рынке и просто заметным на мировом уровне, хотя бы по одному из ключевых критериев.

При этом очевидно, что улучшение всевозможных показателей ранжирования не должно быть самоцелью, ибо есть много «альтернативных» методов, к сути дела имеющих достаточно опосредованное отношение. Например, 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 на них 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.

В конце концов, за последние 30 лет различные решения позволили целому ряду бизнес-школ Восточной Европы, Китая в относительно короткое время выйти на мировую арену. Ряд бизнес-школ стран вроде Испании и вовсе смогли 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 организаций.

#### **Заключение: Еж понял.**

С позиций здравого смысла очевидно: в основном все международные вузовские образовательные «рейтинговые короли» – пока голые. Запросы потребителей, проблемы образовательных учреждений, потребности развития общества практически никак не «прикрываются» параметрами международных вузовских рейтингов. Фиговыми листочками показателей «покрывается» совсем не то, что является важным для всех заинтересованных сторон в сфере образования.

В бизнес-образовании ситуация чуть лучше. Процедуры аккредитации у ведущих международных ассоциаций и реализация совместных программ с видными международными школами бизнеса могут реально способствовать повышению качества образования.

Создание же вузовских рейтингов основано на предпосылке, что все аспекты образовательного процесса поддаются количественному измерению. Между тем это положение не является бесспорным.

Так, например, как отмечалось выше, по мнению наших работодателей, проблемы в том, что выпускники не умеют работать в условиях постоянной перегрузки, не имеют коммуницировать, не представляют реалий профессии, их знания недостаточны и т.д.).

Студенты же хотят практических знаний/навыков и профессию, востребованную на рынке труда. Совсем иное, чем критерии составителей рейтингов, обсуждают «образователи». Их интересует эволюция обучения от трансляции знаний к навыкам их генерирования, изменение роли вузов в обществе, грядущая стратификация образования, пределы полезного влияния работодателей на образование и т.д. Аналитики сформулировали свой ряд главных проблем университетов: необходимость повышения качества образования и умение работать в условиях глобализации, поиск баланса между качеством и доступностью образования, оптимизация технологий обучения, создание интеллектуальной среды и самоидентификации вуза.

В итоге, рейтинги замеряют одно, студентам интересно другое, работодателям третье, а аналитики и «образователи» размышляют о совсем иных материях. Но все это и образует ряд источников, ряд составных частей единого процесса познания реальных проблем в образовательной сфере. Просто всем надо учиться слушать и слышать друг друга, понимая, что видение мира с разных ракурсов увеличивает стереоскопичность обсуждения.

При этом рейтинги вузов были, есть и будут. Людям нужны первичные ориентиры для поиска вариантов удовлетворения потребностей. Общество требует зрелищ, любит, когда идет борьба за места на пьедестале. Show must go on. В образовании, как и в других сферах, не разумно отрицать человеческую природу. Она все равно возьмет свое.

Необходимо учиться у Запада тому, как учитывать природу человека и при этом всегда продвигать именно свои интересы. В данном случае, в образовании. Запад такой умелый колонизатор, который выкачивая ресурсы из других умеет представить это как свое благодеяние. Он умеет требовать благодарности и когда покупает туземные товары, например, золото или газ, и когда продает свои товары туземцам. Даже если это стеклянные бусы или набор банальностей и обычные образовательные техники, украшенные новомодными словечками<sup>13</sup>. Даже когда платишь деньги на Запад, то и за это ты должен быть ему благодарен.

### Список литературы

1. Гришанков Д. Ходырев А. Глобальные рейтинги и бизнес-школы России// Эксперт 2017. №28 С.53-61
2. Пятенко С.В. «Деловое образование в России». – Москва : Олимп-Бизнес, 2017 г. – 262 с.
3. Пятенко С.В. «Россия: уроки кризиса». – СПб: Питер, 2011 г. 321с.
4. Сивински В. - Академические рейтинги и перспективы их развития// Вопросы образования. 2017. № 1. С. 158-165.
5. Münch R. «Academic Capitalism: Universities in the Global Struggle for Excellence». New York, 2014 – 314 с.

### References

1. Grishankov D. Choderev A. Global rankings and business schools of Russia. *Expert 2017 №28 P 53-61* [in Russian].
2. Münch R. Academic Capitalism: Universities in the Global Struggle for Excellence. New York, 2014 – 314 P.
3. Pyatenko S.V Russia lessons from the crisis. SPb: Piter, 2011 321 P. [in Russian].
4. Pyatenko S.V. Business education in Russia. *Moscow: Olimp-Business 2017. 262 P.* [in Russian].
5. Siwinski W. Academic rankings and the prospects of their development// *Questions of education. 2017. №1 P 158-165* [in Russian].

---

<sup>13</sup> Путешествующие на Запад могли в гостиничном бизнесе встречаться с прекрасными образчиками мастерства продвижения своих интересов. В отеле ставятся красивые зеленые таблички, призывающие помочь в решении экологических проблем. Достаточно положить табличку на кровать и вам сегодня не будут менять белье, полотенца и т.д. Т.е. вы можете ежедневно платить, например, 200 евро за номер и хоть две недели «помогать экологии», используя одно и то же полотенце. Конечно, на самом деле вы просто увеличиваете доход отеля, сокращая затраты на моющие средства, электричество и т.д. Но ведь придумано красиво? Вы добровольно отказываетесь от части оплаченных услуг и должны быть счастливы.