

体制束缚商学院转型 MBA 市场化改革需小步前行

■ 李立勋

继不久前传出部分商学院 MBA 降价现象后,前段时间记者又获悉,国际工商学院将推出一年制 MBA 课程。业内人士认为,无论是降价还是改变课程时限,都是 MBA 适应市场化的一种表现。不过,由于特殊的管理体制,MBA 实现与市场和国际接轨并不是易事,因此有专家建议,改革的关键应该由商学院自主办学、自授学位。

国内现首个一年制 MBA

继不久前传出北京交通大学 MBA 学费出现将近 2 万元的降幅之后,各大商学院的动作仍在酝酿。前段时间记者获悉,中欧国际工商学院将从 2015 年开始推出一年制 MBA 课程。

中欧国际工商学院 MBA 课程相关负责人在接受记者采访时坦言,MBA 课程一年制旨在为学生提供另一种选择,通过更紧凑的课程安排降低机会和时间成本,其在招生、录取、课程设置、证书发放方面不变。“选择一年制选项的学员,必修课和常规学制同学同步,不同点在于选修课的学习提前,在 12 个月内完成学分要求,并提前拿到学位证书。选择一年制选项的学员仍有机会参加海外选修模块及短期的暑期实习。”

“MBA 作为一种硕士研究生教育,其实在国际上,这种一年制学位课程很常见,例如英国大多数授课型硕士是一年制,在美国有些学校一年内完成课程也可以获得硕士学位。但在我国,之前尚未有一年制硕士课程。”21 世纪教育研究院副院长熊丙奇介绍称。

作为国内知名商学院的代表,中欧国际工商学院推出一年制 MBA,是否会带来一些连锁反应?记者采访了多家商学院,但对方均表示暂无相关安排。“清华这边短期内没有这个打算。如果我们想更改相关课程时限,需要经过教育部门批准。”清华大学经管学院 MBA 教育中心副主任云涛透露。

改革亟须与市场化接轨

作为一个舶来品,MBA 尽管在世界上已

MBA 教育精英模式遭遇挑战

近期,国际知名咨询机构根据“中国现阶段人才结构现状”发布的研究报告中称:“在未来 10~15 年内,中国需要近 10 万名能够在全球环境下有效开展工作的管理人员,但目前这类管理型复合人才仅有不到 5 万人。”报告刚刚发布,就引起了国内在职教育行业的持续关注,一时间成为行业的热门话题,其国际化 MBA 人才的需求与供给之间的巨大差距引人深思。

以我国经济特区深圳为例,深圳作为中国大陆经济效益最好的城市之一,中国对外交往的重要国际门户,其二、三产业占据深圳生产总值的主流,然而其区域内大都以中小企业为主,现今面临全球化产业升级的现状,深圳作为我国改革的最前沿,直面全球化的冲击,亟需大批 MBA 式管理人才加入产业升级的潮流中,然而精英式的 MBA 教育使得毕业学员人数相对较少,远远不能满足数以万计正飞速发展、求贤若渴的民营企业对于人才的需求,现如今,人才匮乏已经成为制约中国企业发展的最大瓶颈。

MBA 自 80 年代被逐渐引入中国以来,培育了大量高级管理人才,使得中国近些年取得了令世人瞩目的成就。2014 年是 MBA 诞生百年的日子,总览现阶段中国人才市场,国内高端人才市场的 MBA 人才仍然紧缺。

全国各地区经济、资源的不平衡,造就全国各地企业对于 MBA 人才的需求层次也不一样,有对“精英 MBA”的需求,也有对“大众 MBA”的巨大需求。前者旨在培养商业领袖,后者旨在培养优秀商业人才,而后者潜在的市场更大。前期国内 MBA 教育的处于起步和发展阶段,从一开始就给 MBA 教育形成了“精英教育”的模式,少数顶级的院校把持整个精英 MBA 教育的市场趋势越来越明显,结果出现了“胜者全得”现象。

“我国 MBA 教育不能只强调精英教育,将巨大的 MBA 教育市场需求拒之门外;而应重新定位,走大众化教育之路,做大我国 MBA 教育产业。”英国班戈大学亚洲教学中心专家分析道。“我国 MBA 教育从引进中国的第一天起,其奉行的就是精英教育理念,就是为了培养商业领袖,现阶段,这种精英模式遭遇现实挑战,面临改革的拐点”。

我国 MBA 教育是一个巨大的产业市场,这个市场应该是多层次的,其办学方式也应当多元化。近年来,许多国外院校通过采取与国内院校联办 MBA 课程班,进入我国 MBA 教育市场,未尝不是一个很好的选择,英国班戈大学亚洲教学中心的核心课程一班戈国际 MBA 课程就是这类学校的典型,其多样化、国际化的课程设置,很受国内白领阶层青睐。(环球)



有超过 100 年历史,但直到上世纪 90 年代才被引入中国,可开设 MBA 课程的学校已由首批的 32 所增加到现在的 237 所。随着规模的不断扩大,关于 MBA 改革的呼声也渐起。

“上世纪 90 年代正式成立 MBA 后,我们主要照搬西方管理教育办学模式,把西方的教科书和案例直接引入中国。按照这个思路,中国的 MBA 教育很难在国际上赢得声誉。经济竞争的全球性决定了我国不可能封闭发展,中国企业一定要走出去,不断地全球化和国际化。”中欧国际工商学院副院长张维炯认为,中国是非常独特的经济体,是处于从计划经济朝市场经济转换过程的综合经济体,在过渡过程中有很多很特殊的情况,因此 MBA 基于此应把教材编写、案例分析做好。

在采访中,亦有多位 MBA 教育专家表示,MBA 必须与市场化 and 国际化接轨。在部分

专家看来,MBA 的市场化并不仅仅体现在课程设置方面,还包括自主招生、自主定价、自主培养等方面,同时引进市场化竞争机制,让商学院也能够优胜劣汰、接受市场化选择。

“学费的涨和降也是一种市场化表现。与供需关系一样,如果学生觉得你的课程办得好,自然会争着来,纵使你涨价,别人也会觉得物有所值。如果你的课程不行,不被学生所接受,你只能降价。”云涛表示。

体制束缚致商学院转身难

作为一种培养企业人才的管理课程,MBA 理应与市场化深度接轨,不过在众多教育界人士看来,当前的 MBA 并不那么市场化。

“国内 MBA 很难真正市场化,一个重要原因是政府干预和行政管制太多,很多 MBA 培养高校并未享有完全独立的办学自主权。”某知名

长江办学理念独特 金融MBA突破产融边界

■ 长萱

2014 年夏,长江商学院年纪最小的学员,金融 MBA2013 级深圳班的尚萌萌创立的互联网保险平台——盈保倍正式上线。这样一个新兴的互联网保险平台的诞生,可以将不靠谱的保险代理人屏蔽在家门之外,取而代之的是通过盈保倍进行私人保险定制的新潮保险模式。

在长江商学院举办的在职金融 MBA 产融精英会上,有几位与尚萌萌有着类似经历的金融 MBA 学员。在这里,学员都是金融或实业领域的佼佼者,他们通过投资未来为自己的事业加速,寻求中国商业大潮中属于自己的新机会,正是这些造就了他们和长江商学院金融 MBA 的缘分。

产融结合的实践者

一个有趣的现象是,从长江金融 MBA 校友创业的领域可以看到中国商业的最新趋势:金融、媒体和汽车等各传统行业与移动互联网的跨界融合。

首期金融 MBA 学员——28 岁的陶行逸是国内黄金期货投资专家,目前控股一间国内排名前列的黄金投资公司金顶集团,他目前管理的黄金私募基金规模超过 30 亿元。“目前,很多老百姓投资需求没办法被满足。我们希望贵金属能够像股票一样成为中国老百姓个人资产配备的必备选项之一。”陶行逸说道。交易无处不在,是陶行逸的愿景:“未来所有的人都可以拿着手机,利用生活中非常碎片化的时间,来去下单做做交易,或者做做理财之类的,我们的产品、我们的平台可以包容多样化的金融产品”。

曾留学澳洲的张鑫运营并管理着一家具有 20 年历史的汽车租赁公司,很早以前,他就发现了一个创业良机:私家车主可以将闲置车辆对个人出租以获得收益,与此同时满足大量无车族的用车需求。在金融 MBA,他将这个机会变成了事业。在与几位来自保险业、互联网业和金融投资业的金融 MBA 校友反复论证沟通后,张鑫等人于 2014 年创立了 P2P 租车平台——“约车”:利用移动互联网来满足上述需求。

金融 MBA 学员中,一半来自金融,一半来自实业,且分散在金融和实业各个细分领域,这使得每个学员都能接触商业世界中广阔的维度。在一次次交流和互动的思维碰撞间,成熟的创业模式很快就形成了。这使学员们很容易从单纯的“饭友”或“学友”变成了志同道合的“挚友”,并孕育了一种蓬勃发展的校友创业文化:对于资本的理解和运用、对于商业新趋势的把握从一开始就融入了创始团



队的血液。

长江商学院的金融学教授陈龙认为:“互联网金融其实更是一个属于中国的机会”。他认为,首先,在中国大部分服务行业都不发达,效率不高,所以当互联网跟各个行业结合的时候,这种跨界结合能够大大提高服务业的效率。其次,互联网企业做金融比金融企业做金融执行力更快一点,尤其是在金融不够发达的国家。

金融 MBA:理想主义者的大实用主义

独特的办学理念使长江金融 MBA 成为亚洲商学院的中国现象,资本与实业在这里碰撞出火花,升华成引领商业前沿的积极动力。

2009 年,长江在职金融 MBA 项目由一群真正理解金融的真意并决心将之运用于中国实践的开明世界级大师创立。创立者们知道,中国经济腾飞需要深刻理解资本的商业精英。在这样的商业大环境下,长江在职金融 MBA 应运而生。

具有理想色彩的实用主义精神使得他们在编撰案例和课程时,尤为注重与实践相结合。金融 MBA 的经典案例囊括商业世界近年来几乎所有重要公司和重要领域,公司案例如中航油、中信泰富、中投、黑石、摩根大通等,重要领域则包括次级贷、互联网金融和艺术品投资等。

在师资优异开明、师道教学相长之外,学员学习之道也独具特色。每年,学员均亲历世界金融中心伦敦和纽约,多纬度考察全球金融发展大“势”,领悟不同资本市场运作之“道”,研习跨国企业金融之“术”,以全球视野实现中国与世界的无缝对接。

商学院 MBA 人士直言,MBA 的特性决定了它本应该根据市场化需求灵活调整办学目标、学费与录取标准、招生规模、培养方案、课程体系等,但当前的管理体制却有很多束缚。

例如统一规定必修课程,各院校只能在选修课上做文章,严重制约了商学院自身特色;统一招生标准和考试时间,使得商学院在选取生源方面很被动。至于中欧国际工商学院此次大胆变革推出一年制 MBA,该负责人则表示因为它属于“体制外”。

“由于 MBA 是由教育部门统一授予学位的,有时候也异化为许多人并不是为学习,而是为了获取学位,招生门槛又通常把一部分真正有需求者挡在门外。”熊丙奇认为,MBA 市场化改革首先需要打破背后的统一学位限制,“并不是说让 MBA 完全变成一种非学历教育,而应该由各学校自主办学、自授学位”。

MBA 教育存在4个“不适合” 市场决定含金量

■ 中教

攻读 MBA 一向被视为晋升管理层的垫脚石。但近年来,随着国内开设 MBA 院校的增多、入学者门槛的降低,MBA 学子的“精英”光环正在逐渐褪去。从上世纪 90 年代初试水“合作办学”,到如今 36 所院校遍地开花,可以说中国的 MBA 教育正在经历功利化、盲目性带来的阵痛。

4 个“不适合”： MBA 不是谁都能往里钻的“筐”

MBA 是迈向管理层的阶梯,但并不是说,MBA 是个筐,谁都可以往里钻。

按照课程类型区分,MBA 通常分为三类,即针对任职公司高管的课程,毕业后为高阶工商管理硕士(Executive MBA,简称 EMBA);供现职管理者或大学毕业生的课程,此为工商管理硕士的原型;供现职从业或具备两年以上工作经验者的课程,毕业后为特设工商管理硕士(Special Master of Business Administration,简称 SMBA)。入学前,总有人被所谓的 MBA“高回报”蒙住了眼睛。

小齐是北京某“211 工程”高校的 MBA 毕业生。回想起昔日同学的 MBA 入学选择之时,他认为存在着 4 个“不适合”。

第一个“不适合”的是年龄较小、工作经验不足以学习 MBA 的考生。“这体现在社会地位上,有些人是老板,有些人是小职员,后者盲目地认为学 MBA 好,可能连学费都要家里人掏。”

而小齐直言自己属于第二种“不适合”人群,所指的是刚刚工作的普通员工,“我深有体会,自己在时间上都难以支配,经常因出差旷课”。

第三个“不适合”则有一定迷惑性,他们是企业的老板、高层,看似与 MBA 招生定位最吻合,但由于高校的教学规划不明、宣传含糊,导致考生所知的招生信息不对称。“他们进来后发现北大、长江商学院的 EMBA 才是自己心目中的 MBA。他们一般不上课,写作业由秘书代劳。”

此外,由于同学间收入不同,产生了第四个“不适合”。小齐说,有些人成天以交流的名义组织活动,而有些人刚工作囊中羞涩出不起份子钱,“想扩充人脉的目的自然没有那么顺畅”。

事实上,小齐大部分同学入学动机并不单纯。在当年该校的一项 MBA 入学调查中,95%的学生承认是出于结交社会资源的目的报考,2%的人纯粹是为了混文凭,只有 3%的人愿意认真学习。就连小齐也承认,自己是混文凭一族。

最终决定含金量的是市场

诚然,MBA 教育不能舍本逐末,开成“附加值”的名利场,那么含金量高的 MBA 教育应该如何推动?又亟待从哪方面入手?

在读期间,小齐不只一次看见来自企业的学生与来自本科生、硕士生课堂的老师当堂论战,最后有三四个老师被陆续换走。“如果只是单纯授课,是讲不好 MBA 课程的。”

同样,秘书代替老板上课不但反映了高校管理不严格,更加根本的问题在于“师资经验不足,无法真正满足学生获取知识的目的”。罗玫告诉记者,师资经验不足是开设 MBA 院校的一大通病,即便国内顶尖大学也在不断加以改进。

何平表示,解决师资问题比较现实的做法是,通过增加学费等方式,用更高的薪酬招揽更多优秀的人才加入师资队伍。同时,加强 MBA 教师的培训,比如案例教学的培训,给他们创造更多的机会与企业接触。

然而,“解决师资难题会是一个漫长的过程,不可能一蹴而就。”罗玫说。

尽管读 MBA 的回报已不如当年,MBA 教育中也存在师资不足等问题,但是近年来选择在职攻读 MBA 已成为一种趋势,开设 MBA 的院校也如雨后者春笋。

何平表示,根据逆向选择的理论,愿意花 2 年时间攻读全职 MBA 者,本身也许意味着其希望寻找更好的工作机会;愿意花 3 年时间攻读在职 MBA 者,很可能表明其当前自身工作较好。“各式各样的情况将给 MBA 的定位带来前所未有的复杂性。”

“最终,各学校 MBA 的含金量会在人才市场上充分体现。”罗玫解释,如果 MBA 提供优质的学生,市场会给予相应的价码来吸引人才;如果 MBA 办学质量一般,相应的市场价码必然不高。当市场饱和后,质量低下的 MBA 院校就会因丧失生源而无法开办。因此,最终决定 MBA 含金量的将是市场。

“这就要求高校赋予 MBA 新的价值,以保持它原来的含金量,而未来提高品质的路要如何走,这才是当前最需要思考的。”何平补充。

▼ 相关链接

长江在职金融 MBA 项目(FMBA)

启动于 2009 年,致力于培养一批具有全球视野、通晓国际金融理论、实战经验丰富、同时具有社会责任感的高精尖金融与管理通才和未来领导者。长江在职金融 MBA 项目依托长江商学院世界一流的金融学教授团队对于西方金融理论、体系与实践等全面、独到、深厚的理解;同时高度关注中国金融市场的发展,完美实现中国与世界、金融与管理、理论与实践的无缝对接,为金融专业人士输入管理血液,为管理界精英注入金融基因,搭建全球化的学习平台。从创立至今,长江 FMBA 项目已经为大中华地区培养和输送了 500 多名高端金融资本管理人才。