



«Сейчас к нам чаще обращаются управляющие еще не крупного, но уже среднего бизнеса, генеральные директора. Запрос пошел даже на личные тренинги, чего раньше не наблюдалось», — замечает Сергей Шабанов, генеральный директор Центра организационного консультирования EQUATOR.

ГОСЗАКАЗ Перераспределение средств в государственные или полугосударственные сектора экономики, а также в отдельные крупные компании заметно повышает их привлекательность для различных образовательных учреждений. Преимущество сейчас получили школы бизнеса, уже имеющие опыт работы с государственными компаниями и в условиях кризиса активно наращивающие сотрудничество с ними.

По словам Ольги Удовиченко, заместителя декана по программам для руководителей Высшей школы менеджмента СПбГУ, школа работает со многими из таких компаний, причем не только по линии студентов, но и по линии корпоративных программ. «Мы не сталкивались со случаями дурной траты денег. Это экономный, чуткий запрос на очень эффективные программы», — добавляет она.

«Спрос со стороны государственных компаний будет только расти. Такие компании, как „Газпром“, РЖД, Сбербанк имеют деньги и возможности для реализации крупных образовательных программ для своих сотрудников», — отмечает Сергей Федоров, исполнительный директор Открытой школы бизнеса.

СПОР ФОРМАТОВ Правильная политика компании-лидера на образовательном рынке — это не только адекватное восприятие сигналов, исходящих от клиентов, но и кропотливая внутренняя работа по выстраиванию содержательных и востребованных программ.

«Сейчас увеличился спрос на дорогие, специализированные языковые программы. В них мы учитываем специфику бизнеса, поэтому нашим преподавателям приходится изучать основы менеджмента, маркетинга, пивоварения или компьютерных технологий. Я согласна с тем, что акцент во многом сместился на обучение топ-менеджеров — это только повышает требования к качеству программ», — делится своими наблюдениями Анна Вознесенская, директор IQ Consultancy.

Татьяна Лебедева, декан факультета международных и магистерских программ MBA Международного банковского института, высказывается в пользу большей адаптивности подходов к обучению. «Нам предстоят непростые времена. Преимущество будут иметь те участники рынка, кто более гибок. Мы стараемся вводить

как можно больше курсов по выбору, чтобы учесть запросы людей разных специализаций из различных отраслей. На мой взгляд, не стоит также противопоставлять программу MBA и короткие программы — они просто дополняют друг друга», — поясняет она.

Отдельный дискуссионный вопрос — выбор между обучением сотрудников внутри своей компании (один из вариантов — создание «корпоративного университета») и обучением в бизнес-школе, где оно может вестись в формате открытой (предполагающей набор слушателей из разных компаний) или корпоративной программы. У всех подходов нашлись свои сторонники и критики.

Так, Надежда Боброва, директор отделения управления персоналом в Северо-Западном регионе холдинга «Атлант-М», полагает, что если у компании есть свой выработанный десятилетиями менталитет, отработанные бизнес-процессы, то человека, получившего образование вне этой системы, вероятно, придется переучивать.

По мнению Юлии Ручиной, генерального директора БизнесЛинк Персонал, наибольшим спросом в ближайшее время будут пользоваться программы, которые ориентированы не столько на глубокое знание предмета, сколько на решение конкретной проблемы предприятия. Такой подход близок западным компаниям. «Там человек проходит обучение под узкую задачу. В российском бизнесе престижно иметь диплом MBA и не важно, пригодятся ли полученные в процессе обучения знания. В западных компаниях все наоборот — важнее твои знания, навыки, как ты себя ведешь, как реагируешь на изменения обстановки», — говорит Наталья Скибинская, директор по персоналу группы компаний «СЗНК».

Встречаются ситуации и когда работодатель боится давать сотруднику востребованное на рынке труда образование. «У нас не так много корпоративных программ. Некоторые предприятия, с которыми мы ведем переговоры, ставили такую задачу: вы их научите, но не давайте диплом MBA, чтобы они не ушли», — рассказывает Марина Волкова, директор программы MBA, руководитель отдела международных образовательных программ Института международного бизнеса и коммуникации (ВОЕНМЕХ).

Ряд экспертов отмечают рост интереса к корпоративным программам со стороны бизнеса. «Корпоративные программы очень различаются. Раньше бывали случаи „коврового“ обучения, сейчас мало кто может позволить себе такие расходы. У компаний есть задача стать эффективными. Для этого надо точно учить ключевых работников, причем это должна быть

учеба в короткие сроки с максимальной отдачей. Интерес к таким программам растет, растут и требования к ним, в том числе по темам, кейсам. Востребован формат обучения, при котором группа должна выйти из программы с совершенно конкретными планами, программами, которые можно принести в компанию», — говорит Ольга Удовиченко, заместитель декана по программам для руководителей Высшей школы менеджмента СПбГУ.

Однако не все разделяют мнение о пользе корпоративных программ. Алексей Попов, директор программы Executive MBA Стокгольмской школы экономики в России, отстаивает классический открытый формат бизнес-образования, не привязанный к одной конкретной компании. «На мой взгляд, корпоративные программы в чем-то „ущербны“. Я сам пришел в бизнес-школу после того, как поработал в различных отраслях. Сейчас, когда наши слушатели учатся в группе, где собраны разные отрасли, после окончания обучения они признают, что как минимум поло-

вину полезности обучения дает общение с коллегами. Мне понятно желание компаний строить корпоративное обучение как консалтинг, как решение конкретных задач, но если необходим топ-менеджер, способный действовать нестандартно в сложных ситуациях, то здесь нужно владение фундаментальными инструментами и широкий кругозор, то есть знание различных сфер бизнеса — не случайно крупные западные компании часто привлекают менеджеров из других отраслей. Корпоративная программа в чем-то противоречит этой задаче. Она хорошо воспитывает или обучает сотрудников среднего звена определенным технологическим действиям, но для топов или для людей, которых вы собираетесь двигать вверх, это не подходит», — поясняет господин Попов.

Лучшим судьей для приверженцев различных моделей бизнес-образования становится кризис, который оставляет на рынке может не всегда лучшие, но совершенно точно наиболее востребованные форматы и программы. ■

Инвестируйте в свои знания!

Mini MBA

Возможно ли за пять дней обновить и систематизировать накопленные опыт и знания по пяти бизнес-дисциплинам: стратегия, маркетинг, финансы, повышение личной эффективности, управление эффективностью деятельности?

Да, конечно! «Mini MBA» от Академии бизнеса «Эрнст энд Янг» – Ваш выбор!

- Только практические знания – самые современные и эффективные методики управления бизнесом
- Интерактивная форма обучения
- Кейс-стади Harvard Business School, Ernst & Young
- MBTI® (Myers-Briggs Type Indicator)
- Опыт как мировых, так и национальных компаний
- Рост для вас и вашей компании - работа самостоятельно и в команде
- Впечатление на всю жизнь - новые друзья и деловые партнеры!

Ближайшие даты проведения: 6-10 апреля 2009 года
Время проведения: с 9:30 до 16:30

За дополнительной информацией обращайтесь, пожалуйста, к Галине Гапотченко по тел.: (812) 336 7122 или по электронной почте: Galina.Gapotchenko@ru.ey.com.

ey.com/cis/academy

