

УЧИТЬСЯ ИДЕЯМ

РУКОВОДИТЕЛИ, КАК И РАНЬШЕ, ЖДУТ ОТ ОБРАЗОВАНИЯ НОВЫХ ИДЕЙ И НОВЫХ РЕШЕНИЙ, НО ПРИ ЭТОМ ПРОЯВЛЯЮТ БОЛЬШУЮ РАЗБОРЧИВОСТЬ В ВЫБОРЕ КУРСОВ И ТРЕНЕРОВ.

ТАТЬЯНА ХРЫЛОВА

Инвестиции в собственное образование всегда считались самыми надежными: знания не отнимут, не купят с дисконтом, они не обесценятся, не девальвируются даже в самые сложные времена. Тем не менее в период (как теперь очевидно — продолжительный) минимизации издержек вопрос выбора образовательного курса для руководителя стоит особенно остро.

Вариантов, в принципе, не очень много: краткосрочные семинары, курсы MBA в российских или западных бизнес-школах (наиболее затратный, особенно с точки зрения инвестиций личного времени, вариант), корпоративные образовательные центры, которые, к счастью многих предприятий, успели развиться в докризисные времена. Правда, за редким исключением направленность корпоративных образовательных центров в большей степени была ориентирована на операционный персонал, мелкий и средний менеджмент — руководителю высшего звена так или иначе приходилось обращаться к внешним источникам получения необходимых знаний.

«В период кризиса возрос и интерес к программам Executive MBA. Особенно к тем из них, которые осуществляются совместно с иностранными партнерами и позволяют получить зарубежный диплом. В Международном банковском институте в этом году наблюдается рост спроса на программу EMBA International Business, которую мы

осуществляем совместно со Школой бизнеса Стокгольмского университета», — рассказывает Юрий Деревянко, ректор Международного банковского института.

ВРЕМЯ ПЕРЕОЦЕНКИ Одна из характерных черт образования для руководителей высшего звена (да и могло ли быть иначе) — непредсказуемость результата. И дело даже не в качестве предоставляемых услуг и не в том, что результат во многом зависит от мотивации самого обучаемого. В случае с руководителями высшего звена и собственниками проблем с мотивацией у обучаемых как раз не возникает. Просто это по определению намного более сложный процесс, чем «апгрейд» компьютера. Весь фокус, надо полагать, заключается в том, что при глубинном подходе к обучению (а поверхностный ведь на таком уровне уже и не актуален) на первый план выходят конкретные, даже личные цели и ценности обучаемого. Важно знать не только чему хочет научиться руководитель, но и зачем ему это нужно, и насколько комфортно он будет себя чувствовать, обогащенный новыми навыками. Речь идет уже не только про бизнес как таковой, а про бизнес как одну из граней комплексной, многомерной личности. Когда же, действительно, еще подумать о вечном, как не в прервавший бешеную гонку за результатом кризис?

Так, например, Глеб Архангельский, генеральный директор компании «Организа-

ция времени», автор многих книг по тайм-менеджменту, рассказывает, что к нему обращаются руководители, желающие научиться более эффективно управлять своим временем. При этом даже самые успешные менеджеры или бизнесмены порой ждут буквально — что их научат больше успевать в меньший период времени. Тут-то и начинаются сюрпризы: тренер призывает формулировать и анализировать цели, «родные» и навязанные ценности, и руководитель как-то сам приходит к мысли, что время надо распределять в соответствии с этими ценностями. Если не прямо пропорционально, то хотя бы с учетом этого. Поэтому в практике и московских, и петербургских тренеров нередки случаи, когда после хорошей, глубинной работы с клиентом тот окрыляется новыми идеями, пересматривает взгляды на мир, обретает душевную гармонию. И бизнес в результате может радикально переменить вектор развития, даже переродиться во что-то новое.

НЕ ПОВЕРИЛИ В КРИЗИС Вообще спекуляции на тему мирового финансового кризиса — одна из самых эксплуатируемых тем последнего года, и не только на рынке образования. По словам Константина Харского, бизнес-тренера, генерального директора компании «Ценностное управление для бизнеса», на волне кризиса некоторые образовательные компании пы-

тались «продать» тему выхода из кризиса как лейтмотив обучения. «Клиенты им не поверили, — констатирует эксперт. — Руководители ждут от обучения новых идей, потому что все, до чего они могли додуматься сами, они уже перепробовали. Поэтому сейчас я не вижу, чтобы менялась тематика обучения. Да, бюджеты были сокращены, но рынок понемногу возвращается к прежнему, докризисному состоянию». Константин Харский отмечает, что снова стали популярными встречи в формате «саммитов» — «послушать, как работают другие, и наматывать на ус».

«Саммиты», деловые конференции и прочие форматы совместной работы руководителей предприятий действительно получили широкое распространение, что, надо признать, в значительной степени девальвировало их ценность. Константин Харский отмечает, что наиболее востребованы сейчас не общие встречи, а отраслевые. То есть те, где можно обсудить конкретные проблемы и почерпнуть максимально приближенный к собственным потребностям опыт.

Реалии российского бизнеса пока таковы, что лучшим университетом для руководителей остается сама жизнь. И в этой реальности утверждение «наш бизнес успешно пережил 2008 и 2009 годы» еще долго будет выглядеть намного более убедительно и вызывать намного больше уважения, чем любой диплом MBA. ■

ПОЖАЛУЙ, ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ В РОССИИ!

ВСЕ АВТОМОБИЛИ В НАЛИЧИИ



ОЛИМП

официальный дилер
MERCEDES-BENZ

цены от 770 000 руб.

тел. 321-21-21

www.olimp-auto.ru



ОЛИМП ЦЕНТР

официальный дилер
HYUNDAI

цены от 299900 руб.

тел. 326-40-04

www.olimp-center.ru

Санкт-Петербург, ул. Исполкомская, 15