



Warszawa 27.05.2009

Informacja prasowa

MBA inwestycją w rozwój? Nie zawsze i nie dla wszystkich. To jeden z licznych wniosków debaty eksperckiej pt.: „MBA – inwestycja w rozwój, czy studia dla snobów?”. Wydarzenie odbyło się 26 maja br. w Wyższej Szkole Handlu i Finansów Międzynarodowych im. F. Skarbka w Warszawie. Celem spotkania była dyskusja nad potrzebą i kondycją edukacji menedżerskiej w Polsce.

MBA jako ekskluzywna oferta edukacyjna

Ponieważ rynek studiów MBA w Polsce jest jednym z najmłodszych w Europie, dominuje przekonanie, że wciąż są one postrzegane jako niosące dużą wartość dodaną dla kariery pracowników. Eksperti zgromadzeni na debacie zgodnie przyznali, że o ile studiować może każdy, to studia MBA nie są przeznaczone dla wszystkich. Jak twierdzi Inga Tymińska z firmy EduBroker: „W Polsce MBA nie są studiami dla każdego, gdyż jest to głównie oferta dla osób posiadających już jakieś doświadczenie zawodowe, będących praktykami i mogących na tych studiach doskonalić swoje umiejętności menedżerskie, przywódcze, a także mieć szansę na to, aby stać się liderami”. Tezę potwierdza Marta Dorthefner – Wojtkiewicz, z Advisory Group TEST Human Resources: „Osoby, które poszły na studia MBA bez doświadczenia oceniają tę decyzję jako nie do końca trafną, wiedząc o tym, jak wiele mogłoby z tych studiów wynieść, gdyby poszli uczyć się, mając już jakiś багаż doświadczeń. Są to studia dla praktyków, z których można odpowiednio skorzystać wówczas, gdy ma się możliwość odniesienia pewnych konstruktów do tego co się dzieje w praktyce. To podejście do MBA jest najbardziej efektywne”.

MBA a własny biznes

Zdaniem reprezentanta sektora przedsiębiorców, Dariusza Żuka, prezesa AIP, podejmowanie studiów MBA na początku swojej drogi w biznesie nie jest wskazane. Wraz z rozwojem firmy mogą jednak pojawić się sytuacje, które będą wymagać bardziej specjalistycznej wiedzy. „MBA jest enklawą dobrego nauczania i dobrej edukacji, ale muszą być one podane w odpowiednim momencie. Tak jak lek, który nie pomoże profilaktycznie przed wystąpieniem choroby, tak też MBA powinny pomagać w rozwiązywaniu problemów, które pojawiają się dopiero na pewnym etapie rozwoju firmy”. Są jednak przedsiębiorcy, którzy wybierają się na te studia, by podzielić się wiedzą w danej dziedzinie, a także czerpać ją do swoich działań od innych. Potwierdzają to liczne przykłady polskich i amerykańskich absolwentów tego programu. „Chodzi o wymianę doświadczeń, nie tyle o zdobywanie wiedzy jak funkcjonują niektóre narzędzia z zakresu zarządzania np. oceny pracowników. Odbywa się to na zasadzie: ‘Ty prowadziłeś biznes, powiedz mi o tym, jak w różnych sytuacjach od strony praktycznej postępowałeś.’ To może być cenne źródło inspiracji dla uczestników programu MBA” – dodaje Marta Dorthefner - Wojtkiewicz.

Rozwój poprzez kryzys

Obecna sytuacja gospodarcza sprzyja podnoszeniu kompetencji pracowników, także za pomocą programów MBA. Jak twierdzi Laura Mays z Tiffin University (Ohio): „Pracownicy, którzy utracili prace, lub stają w obliczu ograniczenia czasu pracy, stwierdzają, że potrzeba im jakiejś przewagi konkurencyjnej nad innymi”. Marta Dorthefner – Wojtkiewicz dodaje, że podobne zjawisko występuje na polskim rynku pracy. „Można wykorzystać ten moment na rozwój poprzez kryzys. Jest chwila na to, by przyrzeć się rzeczom, na które nie było czasu”. Inga Tymińska – doradca szkoleniowy, Edubroker, konkluduje: „Obserwujemy większe zainteresowanie zarządzeniem strategicznym i zarządzaniem sytuacjami kryzysowymi oraz MBA. Sytuacja gospodarcza, z jaką mierzą się przedsiębiorcy zmusza do myślenia, że jeśli mamy doświadczonych menedżerów, to teraz właśnie możemy wysłać ich jeszcze na specjalistyczne studia, aby poziom ich wiedzy i umiejętności mógł w pewnym momencie wspomóc organizację.”

Wielość programów MBA powoduje, że kandydaci na te studia powinni zwracać szczególną uwagę na program, wykładowców i stosunek ich wartości do jakości. Warto przyrzeć się także zagranicznemu partnerstwu programu MBA oraz uzyskanym przez uczelnie akredytacjom. „MBA to produkt rynkowy, który możemy wybierać i oceniać” – twierdzi Dariusz Żuk i dodaje: „Wiedza powinna zatem być odpowiedzią na pewne potrzeby, które mamy. Nie powinniśmy jej gromadzić na zapas”.

W spotkaniu uczestniczyli: dr Laura Mays – Tiffin University, Inga Tymińska – doradca szkoleniowy, EduBroker, Dariusz Żuk – prezes Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości oraz Marta Dorheftner-Wojtkiewicz – dyrektor ds. rozwoju biznesu, agencja doradztwa personalnego Advisory Group TEST Human Resources. Debatę poprowadził Robert Stankiewicz – TVN CNBC Biznes.

Patronat merytoryczny nad debatą objęty: Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Kadrami, Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości oraz Advisory Group TEST Human Resources.

Patroni medialni: Personel Plus, Magazyn Kariera, edupracuj.pl, mbaevent.pl, mbaportal.pl, hrm.pl, hrportal.pl, pit.pl oraz vat.pl.

Szczegółowych informacji udziela:

Aneta Socha, WSHiFM, asocha@wshifm.edu.pl, 601 613 709.

Informacja o organizatorze:

Wyższa Szkoła Handlu i Finansów Międzynarodowych im. Fryderyka Skarbka prowadzi studia pierwszego i drugiego stopnia, podyplomowe, w tym Executive MBA z zakresu finansów, marketingu, innowacyjnej energetyki oraz IT. Partnerem WSHiFM jest Tiffin University. Wydziały WSHiFM w Warszawie: Ekonomii, Zarządzania i Finansów, Turystyki oraz Europeistyki. WSHiFM planuje otworzyć wydział bezpieczeństwa, pedagogiki, medycyny oraz informatyki we współpracy z firmą IBM. Od 2009 roku WSHiFM wraz z Wyższą Szkołą Mazowiecką będzie prowadziła studia z zakresu administracji, fizjoterapii, ratownictwa, pielęgniarstwa i zdrowia publicznego. WSHiFM posiada wydziały i instytuty w Lublinie, Radomiu i Zielonej Górze. Więcej informacji znajduje się na: www.eUczelnia.com