

Dobré MBA spájajú Prítomnosť a budúcnosť

O tom, že dobré MBA programy sú výsledkom vytvárania vlastných, inovatívnych spôsobov vzdelávania, ktoré zohľadňujú najnovšie úspechy a trendy v súčasnom hospodárstve, ako aj miestne aspekty, sa rozprávame s Prof. Ing. Pawlom Czarneckým, PhD, MBA, Dr h.c. rektorom Warsaw Management University vo Varšave.

🗨️ *Istý čas už počúvame hlasy o tom, že tradičné ponímanie MBA štúdiá už viac nie je aktuálne, že v súčasnom svete už neplní svoju funkciu. Majú autori týchto myšlienok pravdu a čo je dôvodom týchto názorov?*

🗨️ PAWEŁ CZARNECKI: Myslím si, že tieto názory vo veľkej miere vychádzajú z toho, že pokiaľ ide o tradičné metódy využívané v programe štúdiá MBA, teda tzv. case studies, tie sa týkali hlavne globálnych obchodných spoločností a ich globálneho pôsobenia na trhu. Aktuálne trendy na trhu však poukazujú na potrebu hlbokjej analýzy podnikania sústredeného na lokálnu úroveň. Je však ťažké súhlasiť s tvrdením, že tradičná metóda už viac neplní svoju funkciu, že je vyčerpaná. Podľa nás, prezentovanie pôsobenia nadnárodných spoločností je istým elementom budovania obrazu hlavných koncepcií riadenia.

Charakter štúdiá manažmentu v Poľsku, ktoré sa nachádza v centre Európy, medzi jej východom a západom, by mal budovať obchodnú identitu, prepájajúc lokálne podmienky so stratégiami najlepších podnikateľských subjektov na Západe.

Pokiaľ ide o spoločnosti pôsobiace na lokálnej úrovni, ich často nedostatočne vybudované štruktúry a procesy riadenia im nedovoľujú predstaviť úplné spektrum pôsobenia, nasmerované na úspešný biznis. Nie všetky spoločnosti lokálneho pôsobenia sú vhodné na zavádzanie komplikovaných obchodných modelov a stratégií rozvoja.

🗨️ *Hovori sa tiež o alternatíve klasického štúdiá manažmentu, v podobe získavania skúseností z podnikania v praxi, pod dohľadom skúseného mentora či mentorov...*

Vieme, že tak v Poľsku, ako aj vo svete jestvujú rôzne modely vedenia programov MBA. Program na našej škole sa sústreďuje na zohľadňovanie očakávaní jeho účastníkov a lokálneho dopytu. Toto sa odráža v ponuke MBA programov na zopár miestach v Poľsku – v najbližšom čase máme v plánoch rozšíriť ponuku vzdelávania v iných mestách, čo je reakcia na narastajúce potreby poslucháčov. Po druhé, naše kádre tvorí skupina didaktických pracovníkov s dlhoročnými skúsenosťami, ktorí majú významný podiel na budovaní vedeckého prostredia v Poľsku. Podporujú ich šikovní, mladí vedci, ktorí svoje teoretické aj praktické skúsenosti získali na rôznych prestížnych zahraničných inštitúciách. Toto nám poskytuje široký pohľad na moderný obchod a jeho medzinárodný rozmer, a často aj multikultúrny rozmer. Vďaka tomu naši študenti získajú široký teoretický základ, obohatený o praktické možnosti využívania poznatých teórií, čomu slúžia okrem iného aj workshopy, ktoré im ponúkame. Naši didaktickí pracovníci ich podporujú svojimi skúsenosťami a poznatkami, pričom to však nemá typicky mentorský charakter. Vidíme totiž, že tradičné spájanie poznatkov s praxou vedie k dosiahnutiu vyššej úrovne a efektivity vo vzdelávaní.

🗨️ *Ako sa to, čo ponúkate, odzrkadľuje na MBA programoch v Poľsku aj vo svete?*

Najlepšie akademické centrá vo svete, ktoré ponúkajú MBA štúdiá, ponúkajú rôzne, často autorské riešenia, zohľadňujú pritom formovanie sa dopytu v rozsahu vyučovania, na ktoré vplyvajú lokálne obchodné operácie a spôsoby konkurencie v podnikaní, spolu s trendami globálneho charakteru. Charakter štúdiá manažmentu v Poľsku, ktoré sa nachádza v centre Európy, medzi jej východom a západom, by mal budovať obchodnú identitu, prepájajúc lokálne podmienky so stratégiami najlepších podnikateľských subjektov na Západe. Vidíme to tiež v diskusiách počas vyučovania, keď študenti spolu so skúsenými manažermi poukazujú na to, že často známe a v teórii rozšírené stratégie riadenia nie sú prispôbené realite na našom trhu.



” Vieme oceniť programy ponúkané vynikajúcimi školami. Nekopírujeme však ich riešenia, len vytvárame vlastné inovatívne cesty vzdelávania

Polsko je dosť charakteristické tým, že pokiaľ ide o ponuku MBA štúdií, tento trh je tu až presýtený. Vo väčšine prípadov sa tieto programy sústreďujú na uspokojenie dopytu vytvoreného týmto trhom, chápaného ako jasne definovanú potrebu študentov, ktorá ich motivovala k MBA štúdiu. Je to štandardná schéma pôsobenia – akademické centrá (tak ako podnikateľské subjekty v danom sektore) si navzájom konkurujú, bojujú o študenta v určitom uzavretom segmente. Naša filozofia vzdelávania spôsobuje, že sa koncentrujeme na hľadanie a uspokojovanie potrieb trhových segmentov, teda skupín ľudí. Sústreďujeme sa na vytváranie a pestovanie nového dopytu, čo spočíva hlavne v hľadaní ho tam, kde ešte nebol vytvorený: snažíme sa získať takú skupinu študentov, ktorá bude vďaka nášmu pôsobeniu pociťovať potrebu zvyšovania svojej kvalifikácie a kompetencií. V tom spočíva vytváranie inovatívnej hodnoty – hľadajúc pritom optimálne náklady, ako aj ponúknutie vyššej úrovne vzdelávania..

Náš program MBA štúdií vovádza študentov do hlavných oblastí riadenia obchodu. Dokáže ich vybaviť plnými kompetenciami nevyhnutnými pre plnenie riadiacich a vedúcich funkcií. Dostávajú prepojenie tvrdej kvalifikácie, ktorá dáva pevný teoretický základ, spolu s mäkkou kvalifikáciou, ktorá sa týka otázok riadenia a budovania správne a efektívne fungujúcich organizačných štruktúr. Vnímame tiež narastajúcu potrebu prípravy manažérov na ťažké časy v hospodárstve, preto kladieme dôraz na prvky spojené s riadením v kríze alebo tiež s riadením v časoch prebiehajúcich zmien.

📌 Inými slovami, jednoduché kopírovanie riešení, ktoré dnes renomované svetové školy MBA zavádzajú ako odpoveď na výzvy trhu, nemajú žiaden zmysel?

Zaiste, vieme oceniť programy ponúkané vynikajúcimi školami, ako Harvard, INSEAD alebo Wharton. Nekopírujeme však ich riešenia, len vytvárame – v spolupráci s najlepšimi vedcami a ľuďmi z obchodnej praxe, využívajúc intelektuálny potenciál našich kádrov – vlastné inovatívne cesty vzdelávania, ktoré zohľadňujú najnovšie úspechy a trendy súčasného hospodárstva. Naše riešenia v oblasti vzdelávania preto považujem za významné a porovnateľné so štandardmi zahraničných vysokých škôl.

📌 Ako sa to všetko odzrkadľuje v záujme o vašu ponuku?

Neprestajne pozorujeme intenzívny nárast počtu poslucháčov programu MBA. Je to dôsledok už spomínanej inovácie hodnôt ponúkaných poslucháčom, ako aj vysokého hodnotenia tohto programu absolventmi.

Samotný nápad spustenia tohto programu umocnil novátorský a vyplýval z prispôsobenia sa okolitej konkurencii. Avšak vznik autorského programu, v ktorom sme prepojili teoretické poznatky s praxou, pričom sme časť vyučovania ponúkli v angličtine a vytvorili sme aktívne lokálne skupiny poslucháčov v nerezidentných centrách, nám dovolilo získať značnú konkurenčnú prevahu. Svedčí o tom podiel našich štúdií MBA na poľskom trhu, ktorý sa meria počtom ich poslucháčov.

Ak sa zas hlbšie pozrieme na príčiny tohto úspechu, poukázal by som predovšetkým na prispôsobenie vyučovania okolitému prostrediu a na využívanie najaktuálnejších materiálov a vedeckých poznatkov. Tieto elementy spôsobujú, že naše inovácie v oblasti vzdelávania sú skutočne odpoveďou na potreby rýchlo sa meniaceho sveta. A práve toto držanie kroku s narastajúcimi nárokmi na čas umožňuje získanie konkurenčnej prevahy. Spolupráca s najlepšimi vedcami nám pritom dáva efekt synergie, ktorý podporuje udržanie tejto prevahy vo veľmi dlhom období.

