

ность образования и системного подхода, признающих, что лучшая инвестиция – это инвестиция в собственное развитие, продолжает расти.

Несмотря на кризис, высоким остается спрос на программы международных профессиональных квалификаций. Во многих международных компаниях наличие такой сертификации у функциональных менеджеров является необходимым условием работы. Это воспринимается как паспорт, который подтверждает профессионализм и компетентность специалиста или руководителя.

Справедливости ради следует отметить, что в целом влияние бизнес-школ на общество и процессы, которые происходят в нем, незначительны. Пока в Украине нет критической массы выпускников программ MBA, способной влиять на экономику страны в целом.

Вызовы, которые стоят перед бизнесом в 21 веке, требуют

высококласных менеджеров, специалистов, предпринимателей. Поэтому роль бизнес-образования будет состоять в том, чтобы осуществлять профессиональную подготовку, открывать и развивать управленческие таланты. Особой задачей является развитие лидерского потенциала.

Одной из основных проблем украинских бизнес-школ является **отсутствие исследований**, проводимых преподавателями. Но она комплексная, ведь бизнес пока не выступает заказчиком таких услуг.

Еще одной проблемной зоной является **нехватка** высококвалифицированных, понимающих реальные проблемы бизнеса преподавателей. Одним академизмом или формальными степенями кандидатов наук здесь не обойтись. Нужна эффективная система подготовки преподавателей.

Финансовая стабильность и устойчивость – также под боль-

шим сомнением. В Украине пока нет меценатов или предпринимателей, которые вкладывали бы средства в развитие бизнес-образования, создавая соответственные фонды, как например, в США. Поэтому единственным источником доходов частных учреждений являются средства, полученные от слушателей программ.

Бизнес-школы не всегда умеют быстро реагировать на потребности компаний, хотя этот фактор – ключевой для их успеха. Поэтому представителям рынка обучения необходимо регулярно пересматривать содержание программ, проводить мониторинг качества учебного процесса среди клиентов, реагировать на замечания и проводить дискуссии с преподавателями и клиентами о целесообразности инноваций, прогнозировать то, как весь этот комплекс отразится на конечном результате – получении качественного и современного образования украинскими менеджерами и бизнесменами. 

Диагностика мотивации: о чем молчат кандидаты?



**Людмила
БОГУШ,**
управляющий партнер студии
BogushTime

На мой взгляд, мотивация соискателя (как и любого человека) определяется его действиями. Она отвечает на вопрос не «почему?», а «зачем?» Например, я пишу данную заметку не потому, что пообещала или договорилась об этом несколько месяцев назад. А для того, чтобы достигать своих целей – как в бизнесе, так и в жизни. Ведь если я напишу материал, интересный и полезный читателям, то в дальнейшем мне легче будет получить вашу поддержку.

Совет первый. Спросите у кандидата, зачем он претендует на предлагаемую позицию. Так вы сможете понять его планы относительно вашей компании.

Кстати, иногда соискатели не понимают задачу (что тоже является признаком), и начинают отвечать не на ваш вопрос «зачем?», а на свой внутренний – «почему?»

Поэтому будьте настойчивы. Мотивация – это взгляд в будущее: человек либо видит, либо не видит себя в вашей организации.

Совет второй, не относящийся к мотивации. Помните, что если человек отвечает не на ваши вопросы, а на свои, это, скорее всего, означает, что у него проблемы с коммуникациями. Если кандидат даже во время интервью, когда хочет произвести благоприятное впечатление,

чатление, не блещет сообразительностью, что же будет потом, когда вы возьмете его на работу?

Когда получите ответ на вопрос «зачем?», проанализируйте соответствие того, на что ориентирован человек, вашим требованиям. Это важно, чтобы понять перспективы его лояльности. Всех сотрудников можно условно разделить на три категории:

- **«Плюс-намерение»:** человек разделяет и поддерживает цели компании, потому что они совпадают с его личными. Например, сотрудник стремится построить карьеру на международном уровне. Поэтому готов способствовать выходу компании на интернациональный рынок – много работать, учиться (при необходимости – даже за свой счет), главное – двигаться вперед.

- **«Контр-намерение»:** человек утверждает, что желает компании успеха, но мешает его достижению. Например, не заканчивает работу в срок, обещивает достижения, критикует, открыто не подчиняется. Спрогнозировать такое поведение уже на собеседовании трудно – важно внимательно собирать рекомендации.

- **«Иное намерение»** на собеседовании выявить можно. Это когда человек с вами до тех пор, пока ему это выгодно. А как только начинаются сложности, не задумываясь расстается с работой, чтобы найти более привлекательную для себя. Каждый имеет право хотеть быть счастливым – и никто на него не претендует. Однако специалисту, отвечающему за найм сотрудников, стоит учитывать такие факторы и прогнозировать их влияние на совместное будущее работника и бизнеса.

Когда компания вынуждена отказаться от сотрудничества с частью работников, зачастую сначала расстанутся с людьми типа «контр-намерение», потом – «иное намерение». Поэтому иногда, если возможно, таких кандидатов лучше не принимать изначально, сделав выбор в пользу тех, с кем ваш бизнес «одной крови».

Совет третий. Загляните в будущее и определите, на какой срок ищете сотрудника. Для этого, естественно, нужно иметь стратегический план развития бизнеса, но я надеюсь, что он у вас все-таки есть.

Есть еще одна очень важная характеристика кандидата, кото-

Даже самый бывалый кандидат не способен продолжительно играть «правильную» роль – долго скрывать натуру невозможно.

рую тем не менее достаточно просто определить: на какой «поток» он ориентирован – «входящий» или «исходящий». «Входящий поток» – это зарплата, условия работы, соцпакет и т.д. «Исходящий» – это результат труда: контакты клиентов, подписанные договора, изготовленные детали, отправленные письма, совершенные закупки, доставленные товары и пр. (одним словом, то, за что вы готовы платить сотруднику деньги).


Каждый человек постоянно находится в «потоке» «входящий/исходящий», но развернут только в одном направлении. От этого зависит его мотивация. Если сотрудник ориентируется на «входящий поток», то при возникновении сложностей прибежит к вам с просьбой решить его проблему, повысит зарплату, дать служебный автомобиль... Если человек сфокусирован на

«исходящем потоке», то, когда ему не хватает денег, он просит у вас дополнительную работу. Ценность любого работника определяется только объемом и качеством его «исходящего потока».

Совет четвертый. Внимательно слушайте человека: о чем он говорит больше? О том, что вы ему отдадите, или о том, что вы от него получите?

Вы можете тестировать людей, применяя новейшие методики, полагаться на свой опыт и интуицию. Думаю, все это в комплексе сработает, особенно если вы имеете дело не с опытным «продавцом» себя,

заранее изучившим все тесты и каверзные вопросы. Хотя даже самый бывалый кандидат не сможет продолжительно играть «правильную» роль – долго скрывать натуру нельзя. Поэтому, если возможно, запаситесь терпением, временем и наблюдайте, наблюдайте, наблюдайте!

Совет пятый, бонусный. При оценке кандидата полезно предложить ему тестовую неделю, во время которой он не будет получать зарплату, выполняя простые задачи. Реакция соискателя на такую пропозицию о многом вам расскажет. 

(044) 599–1950, 599–0424
info@bogushtime.com
www.bogushtime.com

BogushTime
БИЗНЕС КАК ЧАСЫ