

# Dekady zmian na rynku szkoleń

Z Thomasem Walterem i Michaeliem Gabel'em, właścicielami firmy szkoleniowo-doradczej Business Training International rozmawia Honorata Krzyś.

*BTI Germany od wielu lat jest liderem europejskim na rynku produkcji gier edukacyjnych dla biznesu. Jakże zauważacie panowie trendy na globalnym rynku? Czym wyróżnia się rynek europejski?*

**Thomas Walter:** Na europejskim rynku jest tylko jeden aktywny producent gier szkoleniowych i planszowych symulacji biznesu. Większość firm szkoleniowych, które mają tego typu narzędzia działa jednak lokalnie, na krajowym rynku. Przeważnie też, te narzędzia oferowane są tylko w rodzimym języku lub w wersji angielskiej. Rynek europejski jest jednak mocno wymagający – firmy oczekują, aby gry szkoleniowe i symulacje biznesu były dostępne nie tylko w lokalnym języku, ale też dotyczyły konkretnych kontekstów rynkowych z danego obszaru. Takie wymagania sprawiają czasem, że mniejsze firmy napotykają barierę wejścia. Bardzo ważne zatem, aby w danych kraju znaleźć odpowiedniego partnera, który będzie znał uwarunkowania lokalne, aby zaofiarować szkolenia powiązane z grami szkoleniowymi i symulacjami biznesu. BTI GmbH realizuje taki model w Polsce już od 10 lat, współpracując z firmą SHTraining.

*Jak na przestrzeni czasu zmieniły się potrzeby przedsiębiorców? Co w chwili obecnej sprzedaje się najlepiej? Jednym słowem czego najbardziej w ostatnich latach szukają*



MICHAEL  
GABEL

*przedsiębiorcy, jakie braki edukacyjne menedżerów tym samym można zdiagnozować na podstawie tych potrzeb?*

**Michael Gabel:** W przeszłości wiele przedsiębiorstw zadawało się wiedzą teoretyczną o prowadzeniu firmy i jej wynikach ekonomicznych. Kadra zarządzająca jak i pracownicy byli systematycznie szkoleni z takich tematów jak przedsiębiorczość, zarządzanie procesami, zarządzanie projektami, czy też komunikacja. Dziś zamawiający szkolenia wolą widzieć konkretne korzyści w bieżącej pracy. Klienci zaczęli doceniać praktyczną wiedzę kadry kierowniczej i pra-

cowników, która bazuje na podstawach wiedzy o przedsiębiorczości. Kadra menedżerska powinna rozumieć logicznie następujący po sobie proces biznesowy, zależności wewnętrzne, zewnętrzne i wyniki w postaci danych liczbowych swoich działań, które składają się na końcowy wynik organizacji w przedziale czasu. Menedżerowie i pracownicy, którzy rozumieją ten proces, wiarygodniej podejmują decyzje, a tym samym są bardziej efektywni, zapewniając organizacji wzrost. W przypadku gier szkoleniowych i symulacji biznesu udaje się osiągnąć główny cel, który prowadzi do poprawy efektywności: wspólne myślenie, intuicyjne rozumienie przedsiębiorstwa, dążenie do zaplanowanego celu i jego osiągnięcie, poparte wynikami finansowymi.

*Jaki, wg panów, jest potencjał europejskiego rynku gier edukacyjnych dla biznesu? Pytam dlatego, że tego typu narzędzia edukacyjne, choć znane w Polsce, nie były u nas popularne. Dopiero od niedawna zaczynają się przebojem wdzierać na rynek szkoleń.*

**MG:** Potencjał gier szkoleniowych oraz symulacji biznesu oceniam wyjątkowo wysoko. W niektórych krajach EU to narzędzia wykorzystywane również w szkołach podstawowych, gimnazjach, szkołach średnich, zawodowych oraz przede wszystkim na wyższych uczelniach. Na przykład w Niemczech, Szwecji czy Szwajcarii mało kto nie uczestniczył w biznesowych grach szkoleniowych lub planszowych. Jednak ta metoda kształcenia nadal jest nieznaną lub mało popularną. Orienta-



THOMAS  
WALTER

cja w kształceniu kadr na przedsiębiorczość oraz rentowność przedsiębiorstwa powoduje, że dynamicznie rośnie zainteresowanie naszą ofertą. Jestem przekonany że ta metodyka kształcenia w najbliższych latach powszechnie zdobędzie polski rynek. To sytuacja podobna do tej z anegdoty – w latach 60. ubiegłego wieku dwaj sprzedawcy obuwia zostali wysłani do Afryki. Po powrocie, jeden mocno sfrustrowany, powiedział - tam nikt nie nosi butów, nikt ich nie kupuje. Z kolei drugi tak skomentował - tam nikt nie nosi butów. Co za rynek się otwiera – wszystkim mogą je sprzedać. Oczywiście, wiemy, że drugi miał rację.

## SH Training

Firmę SHtraining – Symulacje i gry szkoleniowe założyli w 1997 roku trenerzy - praktycy biznesowi, którzy swoje sukcesy i pozytywne doświadczenia wdrażają w innych organizacjach. Przez wiele lat działalności szkoleniowej i doradczej wypracowali własne, skuteczne metody szkoleniowe. Misją SHtraining jest zmiana postaw i dostarczanie systemowych rozwiązań. SHtraining nie oferuje rozwiązań szablonowych - szkolenia są dostosowane do potrzeb klienta i opierają się na praktyce biznesowej. Wg firmy rozwój personelu to proces, który rozpoczyna się od określenia potrzeb, zdefiniowania celów, i przebiega poprzez realizację zaplanowanych działań, aż do skutecznego zastosowania nowo nabytej wiedzy i umiejętności w praktyce. Szkolenia są prowadzone w oparciu o symulacje i gry w formie planszowej i komputerowej, ale również wg metody tradycyjnej. W konstrukcji gier na zamówienie firma posługuje się sprawdzoną metodologią projektowania gier szkoleniowych, testowaną wielokrotnie, która gwarantuje unikatowy charakter i maksymalne przystosowanie gry do potrzeb zamawiającego, przy jednoczesnym bardzo krótkim czasie realizacji i bezpieczeństwie wykorzystania sprawdzonych metod szkoleniowych. Metodologia treningowa dla symulacji i gier strategicznych została stworzona przez międzynarodowy zespół ekspertów z firmy BTI – Business Tools for Innovations Management Consulting GmbH. Gry szkoleniowe natomiast, tworzone są przez zespół polskich naukowców działających w ramach Pracowni Gier i Symulacji. Od 2007 roku firma SHtraining jest partnerem wyłącznym BTI/Germany w Polsce.

*Gdybyście mieli panowie rekomendować biznesowi gry edukacyjne, w jakich obszarach się sprawdzają, w jakich przynoszą najlepsze efekty? W sprzedaży, marketingu, zarządzaniu projektami?*

**TW:** Wszędzie, pod warunkiem, że wszyscy uczestnicy są mocno zaangażowani. Właśnie nauka oparta o gry i symulacje sprawia, że można osiągnąć najwyższy poziom motywacji, a uczestnicy są w stanie lepiej przyswoić wiedzę, utożsamić się z celami i sposobem działania firmy.

*Jak długo trzeba się bawić, żeby wyrobić w praktyce pożądane nawyki? Czy jednorazowe „przejście” przez całą grę wystarczy?*

**TW:** Trudno powiedzieć, zależy to od celów, jakie sobie stawiamy. Generalnie chodzi o to, aby wszelkie zależności zobrazować, aby w ciągu 4-8 godzin uczestnik szkolenia dostał możliwie maksymalną praktyczną wiedzę i rozwijał kompetencje w bardzo konkretnych kierunkach. Są też narzędzia, które wymagają więcej czasu: np. gra strategiczna Global

Factory rozwija złożone kompetencje menedżerskie, ale trwa 2-3 dni. Im więcej tematów podczas szkolenia i więc pożądanych kompetencji do nauki, tym więcej potrzeba czasu. Dlatego nasze gry szkoleniowe są tak skonstruowane, aby mogły trwać od 3 godzin nawet do 3 dni.

*Czego tak naprawdę jesteście w stanie się nauczyć, zarządzając wirtualnym przedsiębiorstwem? Czy ktoś prowadził badania na temat skuteczności gier szkoleniowych w edukacji biznesowej?*

**MG:** Gry i symulacje pozwalają przede wszystkim na naukę złożonych, praktycznych kompetencji (planowania, myślenia strategicznego, zarządzania różnymi obszarami firmy), które przekazywane w formie czysto teoretycznej, najczęściej nie dają oczekiwanego efektu. Gry budują też lepszą motywację do udziału w szkoleniu, skutecznie zmieniając zachowania uczestników, co w klasycznym warsztacie osiąga się z większym trudem.

*Dziękuję.*