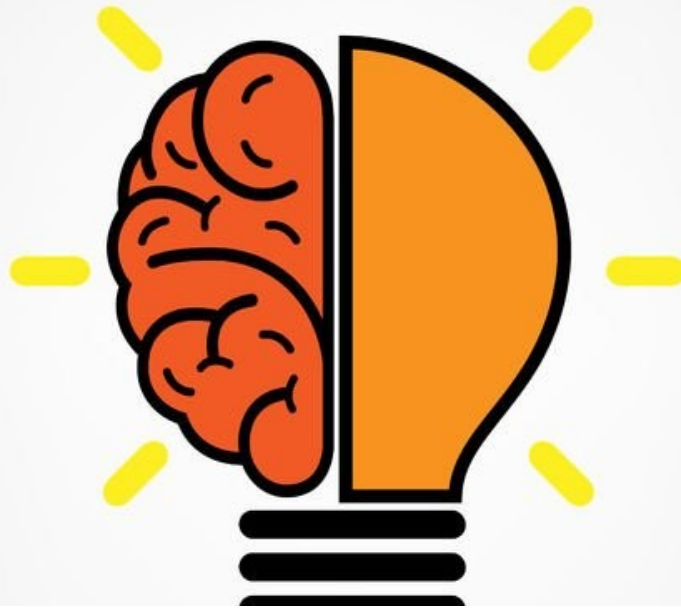




Zmiana zaczyna się w głowie - efektywność szkoleń na polskim rynku

Artykuł opublikowany 9 marca 2016



Katarzyna Gorhover

Partner & Business Consultant in FOR

11 artykułów

✓ Obserwujesz

W wielu dziedzinach życia doganiamy lub nawet przeganiamy Zachód. Każdy sukces polskich medyków, informatyków czy innych specjalistów natychmiast trafia do mediów i buduje nasze narodowe poczucie wartości - Polak potrafi.

W biznesie również zdarza nam się wdrażać w Polsce rozwiązania, które następnie są powielane w innych krajach. Jestem przekonana, że za każdym takim sukcesem stoi człowiek, który miał otwartą głowę, siłę przekonywania i cierpliwość w dążeniu do celu i podważaniu status quo. Każda zmiana zaczyna się w głowie.

Co to ma wspólnego z efektywnością szkoleń?

W listopadzie ubiegłego roku firma FOR przeprowadziła badanie wśród przedstawicieli działów szkoleń i HR w firmach mających swoje siedziby w Polsce.

Pierwsze pytanie jakie zadaliśmy dotyczyło tego jakich **głównie** efektów po szkoleniach oczekują nasi respondenci. Można było zaznaczyć max. dwie z czterech odpowiedzi. To pytanie de facto o to jakiej zmiany chce się dokonać w wyniku szkoleń.



Poleć

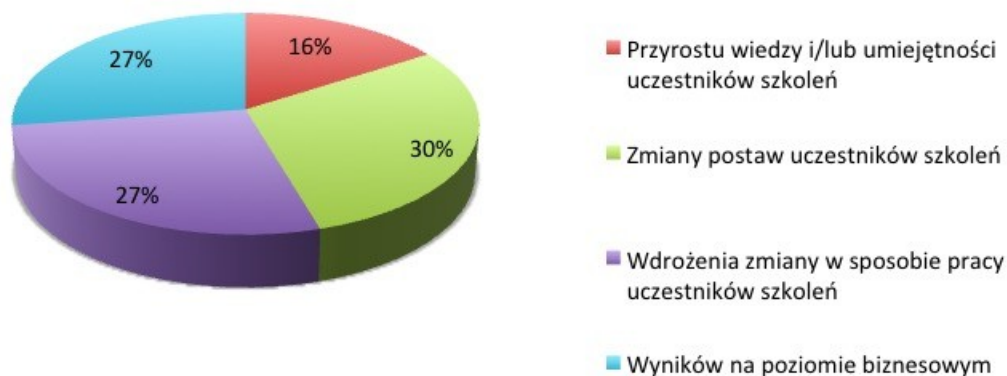


Skomentuj



Udostępnij

Jakich głównie efektów oczekujesz po szkoleniach?



Badanie przeprowadzone przez FOR Gorhover/Żukrowska sp.j., listopad 2015

Zaskoczył nas niski wynik jeśli chodzi o oczekiwanie zmiany w sposobie pracy uczestników i polepszenia wyników biznesowych (27 % odpowiedzi, 55% respondentów). Aż 59% respondentów (30% spośród wszystkich odpowiedzi) chce zmieniać poprzez szkolenia postawy ludzi. To interesujące zważywszy na fakt, że zmiana postaw w sposób trwały jest sprawą dość trudną w ogóle, a podczas szkoleń grupowych (na które przeznaczana jest większość budżetów) w szczególności. Kolejne zdziwienie to bardzo niska korelacja pomiędzy oczekiwaniem zmiany postaw i zmiany w dotychczasowym sposobie pracy uczestników. Ci z naszych respondentów, którzy chcą w wyniku szkoleń zmieniać postawy ludzi, niekoniecznie oczekują zmiany w sposobie realizacji zadań. Zatem czemu ma służyć zmiana postawy, jeśli w ogóle jest możliwa poprzez działania szkoleniowe?

Te dane są dla naszego rynku niekorzystne. Oznaczają bowiem, że jesteśmy dopiero na etapie budowania świadomości czemu głównie powinny służyć szkolenia realizowane przez organizacje komercyjne. Stanowisko naszej firmy jest jednoznaczne - szkolenia to narzędzie do budowania przewagi konkurencyjnej firmy, a w efekcie do lepszych wyników biznesowych. Wiadomo, że wszędzie na świecie szkolenia bywają sposobem motywowania pracowników, budowania ich zaangażowania i lojalności w stosunku do firmy, czyli nie są bezpośrednio powiązane z wynikami. Jednak w krajach o dłuższej historii gospodarki rynkowej dużo bardziej świadomie zarządza się budżetami myśląc o działaniach rozwojowych jak o inwestycji, która ma przynieść konkretny efekt - w liczbach. I ten efekt powinien być monitorowany nie tylko przez biznes, ale również przez dział szkoleń. Aby szkolenia były naprawdę efektywne, szkoleniowcy muszą zrozumieć, że pierwszy krok - to zmiana w ich głowach. Szkolenia służyć mają zmianie sposobu działania w miejscu pracy, a

A gdzie jest miejsce na humanistyczne podejście do rozwoju ludzi? No cóż, będę brutalna - jeśli pracownik jest super efektywny (m.in. w wyniku dobrze zaprojektowanych szkoleń biznesowych oraz motywacji własnej), to nie sądzę aby miał problem z wynegocjowaniem podwyżki, którą sam może przeznaczyć na dowolnie wybrany sposób samorozwoju. Na dzisiejszym rynku pracy takich ludzi się ceni i odpowiednio wynagradza.

Zapytaliśmy również o to jakiego typu działania mają największe przełożenie na efektywność szkoleń. Można było zaznaczyć max. 3 odpowiedzi ze zdefiniowanej z góry listy. Wyniki widoczne są na poniższym wykresie.



Badanie przeprowadzone przez FOR Gorhover/Żukrowska sp.j., listopad 2015

Wszyscy respondenci, bez wyjątku uznali, że zaangażowanie menedżerów w fazie przed szkoleniem i po nim jest kluczowe dla efektywności całego procesu. Pełna zgoda, jednak to tylko jedna z trzech odpowiedzi, którą można było wybrać.

Niestety znowu jedynie 55% szkoleniowców uznało za ważne zdefiniowanie na początku projektu rezultatów biznesowych, które mają się poprawić w wyniku szkoleń. Jeszcze mniej, bo 45% uważa, że efektywność szkolenia zależy również od warunków organizacyjnych, które powinny zostać przygotowane aby uczestnicy szkoleń mieli szansę na wdrożenie zmiany w swoim sposobie działania.



Szukaj

3

4

15



1 miesiąc Premium
bezpłatnie

fesjonalistów

...nie ma...
szkolenie (n.p. dopasowane do oczekiwań uczestników, z doświadczonym biznesowo trenerem, z wykorzystaniem elementów grywalizacji (modne!) i innych atrakcyjnych form), to jego efekty po prostu same się pojawią (pod warunkiem, że menedżerowie się zaangażują). Ale jakie efekty? Nie wiadomo, bo aż 45% szkoleniowców nie uważa, aby ich definiowanie przed szkoleniem było istotne z punktu widzenia skuteczności (a przypominam, że do wyboru były aż 3 odpowiedzi).

Druga refleksja ociera się o spiskową teorię dziejów, ale taki mamy dziś trend, więc sobie na nią pozwolę. Może określanie z góry rezultatów do których dążymy, a na dodatek ich ewaluacja (zaplanowana jeszcze przed rozpoczęciem działań) po prostu nikomu nie służy - ani działom szkoleń, ani firmom szkoleniowym, ani tym bardziej uczestnikom, od których oczekiwaliby się jakiejś konkretnej zmiany i wzięcia za nią odpowiedzialności?

Jest jeszcze jeden możliwy powód - być może najbardziej prawdopodobny - brakuje nam umiejętności stawiania priorytetów i oddzielania spraw ważnych od ważniejszych. Gonimy, pędzimy, zaliczamy kolejne spotkania, realizujemy kolejne dni szkoleniowe i z czasem zapominamy o sensie naszej pracy. A sens z punktu widzenia organizacji - tj. właścicieli, udziałowców, akcjonariuszy jest taki, aby firma osiągała jak najlepsze wyniki w długim okresie.

Otwarta głowa, w której jest przestrzeń na podważanie status quo, na planowanie i wdrożenie przełomowej zmiany, potrzebuje czasu na refleksje. Każda zmiana zaczyna się w głowie. Dajmy głowie szansę!

Zgłoś to

Opublikowana przez:



Katarzyna Gorhover
Partner & Business Consultant in FOR
Opublikowano • 4 lata

11 artykułów

✓ Obserwujesz

Reakcje



0 komentarzy



Dodaj komentarz...





Szukaj

3

4

15



1 miesiąc Premium
bezpłatnie

✓ Obserwujesz

1 użytkownika Katarzyna Gorhover



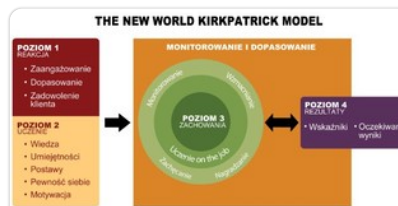
życie versus efektywność
k to pożenić?

gorhover na LinkedIn



Prezent dla Ciebie na Święto
Dziękczynienia

Katarzyna Gorhover na LinkedIn



Sprawdź czy znasz model
Kirkpatricka

Katarzyna Gorhover na LinkedIn



Czy liderzy rynku mogą się r
Katarzyna Gorhover na Linke

ystkie 11 artykułów



O nas

Dostępność

Talent Solutions

(rozwiązania rekrutacyjne)



Pytania?

Odwiedź nasze Centrum Pomocy.

Wybierz język

Polski

Wskazówki dotyczące
społeczności

Kariera

Marketing Solutions

(rozwiązania marketingowe)



Zarządzaj ustawieniami konta i
prywatności

Przejdź do ustawień.

Warunki

Wybór reklam

Reklama

Rozwiązania sprzedażowe

Aplikacja mobilna

Małe firmy

Centrum Zabezpieczeń

LinkedIn Corporation © 2021