

CENA TO NIE WSZYSTKO

Z JOANNĄ PAULY, CZŁONKIEM ZARZĄDU
POLSKIEJ IZBY FIRM SZKOLENIOWYCH ROZMAWIA
BARBARA WARPECHOWSKA.

Jakie są potrzeby rynku szkoleń?

Rynek szkoleniowy zmienia się wraz ze zmieniającym się światem i zapotrzebowaniem klientów. Jest zbieżny z dwoma głównymi trendami. Pierwszy z nich to fakt, że aktualnie na rynku pracy mamy cztery generacje (nieliczni jeszcze seniorzy w roli najczęściej szefów i właścicieli firm, wyżu demograficznego, pokolenie X, pokolenie Y i wchodzącą na rynek generację Z). Dwie pierwsze to świat sprzed rewolucji technologicznej. Pokolenie X z trudem radzi sobie z wykluczeniem cyfrowym oraz pokolenie Y i Z, dla których świat bez technologii nie istnieje. Pokolenie Z to generacja, która nie wie, jak wygląda świat bez Google i smartfonów.

Ma to ogromne znaczenie dla rynku, ponieważ te generacje mają inne systemy wartości, inne zasady życiowe, inne sposoby pojmowania świata, co ma wpływ na różne sposoby uczenia się. Powszechna digitalizacja życia i szybkość, z jaką możemy znaleźć potrzebne nam informacje, zmusza również rynek szkoleniowy do podążania w tym kierunku i znalezienia takich form komunikowania się oraz sprzedaży usług i budowania relacji z uczestnikami, aby szybciej reagować na popyt.

A drugi trend?

Starzenie się społeczeństwa. Popatrzmy na niego w kontekście rynku pracownika, a nie polityki społecznej. Już w tej chwili firmy mają poważny problem ze znalezieniem pracowników. Za około 10-15 lat pracujących będzie jeszcze mniej o ok. 3 mln. To ograniczy czas, który będzie można przeznaczyć na szkolenia.

Już teraz dobrze poprowadzony godzinny webinar zastępuje całonienne szkolenie. Dla firmy i uczestnika jest to korzyść, ponieważ nie musi opuszczać stanowiska pracy na cały dzień, a niezbędne informacje otrzymuje w ciągu kilkunastu, kilkudziesięciu minut. Tak się dzieje w szkoleniach prawnych, finansowych, doskonalących i uzupełniających wiedzę. Szkolenia kwalifikacyjne, zawodowe nadal prowadzone są według ściśle określonych reguł.

**Dojrzałe organizacje
budują swoją przewagę
konkurencyjną,
inwestując przede
wszystkim w ludzi
i know-how.**

To duże wyzwanie dla firm szkoleniowych.

Pracodawcy oczekują indywidualnego podejścia. Wprawdzie nie lubię określenia szkolenia „szyte na miarę”, wolę raczej mówić o projekcie rozwojowym, który ma określony cel biznesowy (korzyści), ale jest to wyraźna zmiana na rynku. Taki projekt może zostać zrealizowany nie tylko poprzez szkolenia, ale różnego rodzaju usługi rozwojowe, takie jak coaching, mentoring, training on the job, doradztwo. Pamiętajmy również, że samo szkolenie przybiera inne postaci – poza tradycyjną formą mamy szereg form e-learningowych, które zaczynają w pełni rozkwitać dopiero teraz, np. webi-

nary, webcasty, podcasty, social learning, mobile learning, blogi, internetowe telewizje, słuchowiska, pracę poprzez komunikatory, wirtualne klasy, grywalizacja i wszelkie połączone formy. Standardem są szkolenia, w których mamy zapewnioną opiekę doradcy we wdrożeniu treści szkoleniowych w praktyce biznesowej.

Firmy zaczynają bardziej doceniać szkolenia wewnętrzne (niż zewnętrzne), widząc w tym lepszą możliwość dopasowania do specyfiki i potrzeb firmy. Zmienia się zatem pojęcie i rola działów HR, które stają się „wewnętrznymi firmami szkoleniowymi”, dostawcami usług rozwojowych, doraźnie korzystając z ekspertów zewnętrznych. Kończy się również czas szkoleń ogólnych, są one traktowane raczej jako formy integracyjne niż rozwojowe.

Na jakie szkolenia istnieje największe zapotrzebowanie?

Badania rynku wskazują, że zarządzanie jakością jest na pierwszym miejscu, dalej obsługa klienta, przywództwo, zarządzanie zespołem, sprzedaż, wiedza o produktach, szkolenia IT i rozwój osobisty.

Jakich szkoleń brakuje?

Polska Izba Firm Szkoleniowych nie monitoruje rynku w tym zakresie. Każde szkolenie jest potrzebne, jeśli jest na nie zapotrzebowanie. Aktualnie na rynku edukacji istnieje nierówność w tym znaczeniu, że podaż nie dorównuje popytowi. Firmy zmieniają się tak szybko, że rynek szkoleniowy i edukacja formalna nie nadążają za zmianami, aby sprostać oczekiwaniom pracodawców. Zawsze są w tyle za potrzebami rynku. Należałoby raczej mówić o barie-

rach finansowych czy wynikających z postaw i niechęci do podnoszenia kwalifikacji. Na rynku brakuje usług kompleksowych. Niewiele firm potrafi zaoferować zarówno formy tradycyjne, jak również takie, które są zaawansowane technologicznie i innowacyjne, a jednocześnie opiekę coacha w tym samym zakresie.

Pracowników z jakimi umiejętnościami szukają pracodawcy?

Oczywiście nie można przecenić kompetencji zawodowych i językowych oraz obsługi komputera, które są warunkiem podjęcia pracy w ogóle. Badania pokazują, że najważniejsze dla pracodawców stają się kompetencje interpersonalne i samoorganizacyjne. Dotyczy to głównie specjalistów i managerów, ale nabierają one coraz większego znaczenia również w grupie pracowników na niższych szczeblach. Pracodawcy poszukują ludzi otwartych i podejmujących wyzwania, z wysoką kulturą osobistą i prawidłową samooceną – ludzie, którzy biorą odpowiedzialność we wszystkich aspektach funkcjonowania – w życiu prywatnym i w życiu zawodowym. Same umiejętności to za mało. Ważne są również wiedza i postawa. Wszystkie te elementy – wiedza, umiejętności i postawa – składają się na kompetencje pracowników.

Coraz częściej mówi się o lukach kompetencyjnych?

Luka kompetencyjna to zidentyfikowane elementy takie jak niedostateczna wiedza, umiejętności i postawy. W dzisiejszej szybko zmieniającej się rzeczywistości wyzwaniem dla firm staje się stałe zarządzanie zmianą. Dojrzałe organizacje budują swoją przewagę konkurencyjną, inwestując przede wszystkim w ludzi i know-how. Stawiając nowe cele biznesowe, liderzy stają każdorazowo przed decyzją, czy pracownicy są w stanie te cele osiągnąć? W taki sposób określa się deficyty w obszarze wiedzy, umiejętności i postawy. Najłatwiej wyrównać je w dwóch pierwszym obszarach - wiedza i umiejętności. Najtrudniejszym elementem w zarządzaniu zmianą i ograniczaniu luki kompetencyjnej jest postawa, dlatego świadomi liderzy starają się ten element budować najszybciej. Opór przed zmianą jest zrozumiały, pragnienie stabilności również, dlatego niepewność, jaką niesie za sobą zmiana, może spowodować, że przyjęcie postawy negatywnej przez organizację, o której sile stanowią ludzie, wpłynie na osiąganie celów biznesowych. Należy zwrócić uwagę, że współgra to z trendami na rynku, zapotrzebowaniem na zwiększone kompetencje w obszarze przywództwa, coachingu, rozwoju osobistego czy zarządzania zespołem, o czym rozmawialiśmy wcześniej.

Te obszary usług rozwojowych są nierozdzielnie związane z różnorodnością generacji na rynku pracy, digitalizacją społeczeństwa, szybkością zmian, zarządzaniem zmianą i luką kompetencyjną.

Czy istnieje jakaś specyfika szkoleń ze względu na wsparcie w ramach RPO WSL (Działania 8.2)?

To działanie i system oparty na Bazie Usług Rozwojowych. Ma tę zaletę, że jest systemem popytowym i o to chodzi, aby tę inwestycję planował i realizował pracodawca.

Na co zwrócić uwagę przy wyborze firmy szkoleniowej?

Na wysoką jakość składa się zarówno dobór trenera, opracowanie prawidłowego celu szkoleniowego, programu i materiałów, ale również ocena tego szkolenia, obsługa procesu rozwojowego. Jedynym kryterium nie może być cena, ale np. wdrożony system jakości, faktyczne doświadczenie merytoryczne prowadzących, sposób świadczenia usług. Jako Polska Izba Firm Szkoleniowych polecamy Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej tzw. SUS 2.0, który wprowadza jakość zarówno w usługach szkoleniowych, jak i doradczych. Ten system jest dostępny zarówno dla dużych, jak i dla mikrofirm szkoleniowych (większość firm szkoleniowych do 1-2 – osobowe działalności).



JOANNA PAULY

od 2015 r. jest w zarządzie Polskiej Izby Firm Szkoleniowych, w której pełni również funkcję eksperta ds. Europejskiego Funduszu Społecznego. Jest prezesem Apauly Group sp. z o.o i dyrektorem generalnym Szkoły Project Managerów, pierwszej w Polsce placówki kształcenia zawodowego project managerów. Jako jedna z dwóch firm w województwie śląskim posiada wdrożony i certyfikowany Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej SUS 2.0. Posiada ponad 15-letnie doświadczenie zawodowe w zarządzaniu projektami z klientami korporacyjnymi, administracją, edukacją, sektorem badawczo-rozwojowym, menedżerami, przedsiębiorcami oraz 20 tys. godzin przeprowadzonych szkoleń, doradztwa i coachingu. Umiejętności project managera, coacha i trenera wykorzystuje w prowadzeniu własnego biznesu. Jej doświadczenie to ponad 6,5 tys. osób w projektach, 100 mln zł pozyskanych środków unijnych, udział w projektach o sumarycznym budżecie blisko 1 mld zł. Jest członkiem Business Centre Club, a także International Project Management Association. Zasiada w jury konkursów np. Dobre Praktyki EFS czy Polish Project Excellence Award, gdzie w 2016 r. była asesorem wiodącym. Uczestniczy w działaniach samorządu gospodarczego i zawodowego, promuje społeczną odpowiedzialność biznesu, dobre praktyki projektowe i jakość usług rozwojowych. Jest twórcą Festiwalu Innowacji w Gliwicach.