

FIRMA SZKOLENIOWA ROKU



Rozwijać swoje kompetencje w obszarze AI

Sztuczna inteligencja przekształca sposób, w jaki pracujemy, choć na razie mniejszość z nas widzi ten efekt. Tylko 13 proc. Polaków korzysta na co dzień z rozwiązań AI – wynika z badania zleconego przez Personnel Service. Nie zmienia to tego, że rewolucja dotknie każdej branży – od marketingu, przez finanse i medycynę, po sektor budowlany.

KRZYSZTOF INGLOT

założyciel Personnel Service, ekspert rynku pracy

Aby nadążyć za zmianami, pracownicy muszą rozwijać swoje kompetencje, np. wybierając odpowiednie kursy, które pomogą w adaptacji do nowej rzeczywistości. Eksperti podpowiadają, jakie szkolenia wybrać w poszczególnych sektorach gospodarki.

Automatyzacja, robotyzacja i AI będą miały ogromny wpływ na rynek pracy w nadchodzących latach. Jak podkreślają eksperci ze Światowego Forum Ekonomicznego, do 2030 r. AI nie tylko zrewolucjonizuje wiele branż, lecz także znacząco wpłynie na strukturę zatrudnienia. Szacuje się, że na całym świecie powstanie ok. 70 mln nowych miejsc pracy, a zlikwidowanych zostanie 20 mln. Oznacza to, że choć technologia zastąpi niektóre role, otworzy także nowe możliwości, które wymagają innych kompetencji. Pracownicy,

którzy zainwestują w rozwój umiejętności cyfrowych, analitycznych i technologicznych, zyskają na tej transformacji, stając się kluczowymi graczami w nowym, zautomatyzowanym środowisku pracy.

AI w finansach

Zaawansowane algorytmy analityczne, roboty do automatyzacji procesów (RPA), chatboty do obsługi klienta oraz systemy predykcji ryzyka to procesy, które zachodzą w branży finansowej w wyniku automatyzacji i AI. Aby sprostać tym zmianom, pracownicy muszą rozwijać kluczowe kompetencje, takie jak analiza danych z wykorzystaniem narzędzi Python, R, SQL. Do tych języków programowania można znaleźć w internecie darmowe oraz interaktywne samouczki.

Ważne są umiejętności zarządzania ryzykiem z użyciem AI oraz cyberbezpieczeństwo, które chroni dane finansowe przed zagrożeniami. Rekomendowane kursy to Data Science i Machine Learning, cyber-

bezpieczeństwo (CISSP, CEH) oraz szkolenia z RPA, takie jak UiPath Academy.

AI w branży TSL

W sektorze TSL (Transport, Spedycja, Logistyka) automatyzacja i AI wprowadzają rewolucyjne zmiany, takie jak zautomatyzowane procesy logistyczne, wykorzystanie dronów i robotów do dostaw oraz zaawansowane systemy zarządzania łańcuchem dostaw i optymalizacji tras. Aby nadążyć, pracownicy muszą rozwijać kluczowe kompetencje, w tym umiejętność korzystania z zaawansowanych systemów zarządzania łańcuchem dostaw, analizę dużych zbiorów danych logistycznych oraz znajomość i obsługę systemów autonomicznych, takich jak drony i roboty.

Rekomendowane szkolenia to kursy z zakresu zarządzania łańcuchem dostaw (Supply Chain Management), zarządzania flotą i logistyką (CILT) oraz kursy związane z AI i Big Data, takie jak AI for Everyone.

AI w medycynie

W branży medycznej rozwój telemedycyny, analiza danych pacjentów z pomocą AI, zautomatyzowane systemy diagnostyczne i roboty chirurgiczne zmieniają opiekę zdrowotną. Pracownicy muszą rozwijać kluczowe kompetencje, takie jak znajomość platform telemedycznych i systemów zdalnego monitorowania pacjentów, umiejętność interpretacji danych

medycznych generowanych przez nowoczesne systemy diagnostyczne oraz obsługa zaawansowanych systemów robotycznych, w tym robotów chirurgicznych.

Rekomendowane kursy to szkolenia z e-zdrowia i telemedycyny (WHO, EIT Health), Data Science w medycynie (AI for Healthcare) oraz robotyka medyczna, oferowane przez firmy, takie jak Intuitive Surgical.

AI w sektorze budowlanym

Zastosowanie AI w budownictwie nie ogranicza się tylko do automatyzacji powtarzalnych zadań. To także wykorzystanie dronów do inspekcji, robotów budowlanych oraz AI w projektowaniu i zarządzaniu projektami, które wprowadzają nowe standardy w realizacji inwestycji. Kluczowe kompetencje obejmują znajomość systemów BIM (Building Information Modeling) do efektywnego zarządzania projektami budowlanymi, obsługę dronów i robotów budowlanych oraz umiejętność optymalizacji procesów budowlanych przy użyciu AI. Aby nadążyć za tymi zmianami, warto zainwestować w szkolenia BIM (np. „BIM Essentials”), kursy z robotyki budowlanej oferowane przez uczelnie techniczne oraz szkolenia z zakresu AI w zarządzaniu projektami budowlanymi dostępne na platformach edukacyjnych.

AI w marketingu i PR

W branży marketingu i PR automatyzacja kampanii, analiza big

data do precyzyjnego targetowania, wykorzystanie AI do personalizacji treści oraz chatboty do obsługi klienta rewolucjonizują podejście do komunikacji z odbiorcami. Kluczowe kompetencje obejmują znajomość narzędzi marketingowych AI, takich jak HubSpot czy Marketo, umiejętność analizy wyników kampanii przy użyciu big data oraz tworzenie treści wspieranych przez AI z wykorzystaniem narzędzi do automatyzacji komunikacji.

Rekomendowane szkolenia to kursy z marketingu AI na Udemy i Coursera, analizy danych w marketingu, jak Marketing Analytics na Coursera, oraz content marketingu i automatyzacji, dostępne na HubSpot Academy. Dla osób rozpoczynających swoją przygodę z AI, robotyzacją oraz automatyzacją kluczowe jest to, aby zacząć od zaufanych źródeł informacji i edukacji. Warto przejrzeć choćby zakładkę o szkoleniach AI na stronie gov.pl, gdzie znajdują się aktualne inicjatywy oraz programy szkoleniowe. Dodatkowo w wyborze kursów pomocny będzie oficjalny portal Unii Europejskiej, EURES, który oferuje szczegółowe rekomendacje dotyczące platform do nauki online, społeczności wspierających wymianę wiedzy, a także umożliwia zapisanie się na wartościowe biuletyny, które mogą stanowić cenne źródło inspiracji i wsparcia w dalszym rozwoju kompetencji w tych dynamicznie rozwijających się obszarach.

integra

People Sharing Growth

Zadowoleni ludzie we wzrastających firmach

Szkolenia
menedżerskie

Lean
Audyt procesów

Szkolenia
z dofinansowaniem

Sprzedaż
i obsługa klienta

Rekrutacje
i Assessment Center

Coaching i wsparcie
psychologiczne



Wejdź na www.integra-consulting.pl
i zobacz jak możemy Ci pomóc w pozyskaniu
dofinansowania do szkoleń

Rozwijamy ludzi i organizacje. Postaw na kompetencje swojego zespołu!

Jesteśmy firmą, która poprzez kompleksowe podejście do podnoszenia kwalifikacji ludzi przyczynia się do wzrostu swoich klientów biznesowych. Pomagamy pozyskać dofinansowania na szkolenia. Szkolimy menedżerów i specjalistów, prowadzimy projekty wdrożeniowe lean, a także coaching, rekrutacje oraz Assessment Center.

Szukasz szkolenia
dla Twojego zespołu?

Napisz do nas!

Integra Consulting Poland
ul. Górki 7, 60-204 Poznań

tel: 61 661 30 80

biuro@integra-consulting.pl

www.integra-consulting.pl
www.integra-rekrutacje.pl

WYRÓŻNIENIA

FIRMA SZKOLENIOWA ROKU 2024

Dynamicznie zmieniający się rynek pracy oraz rosnące zapotrzebowanie na specjalistyczne kompetencje sprawiają, że branża szkoleniowa odgrywa kluczową rolę w rozwoju pracowników i firm. W ostatnich latach obserwujemy istotne zmiany, które kształtują nową rzeczywistość szkoleń – od digitalizacji i wdrażania innowacyjnych technologii, po rosnącą potrzebę elastyczności i spersonalizowanego podejścia do uczestników. W 2024 r. w Polsce dominują dwa kluczowe trendy w edukacji dorosłych: rozwój szkoleń online oraz integracja z narzędziami sztucznej inteligencji. Szkolenia zdalne, które stały się popularne podczas pandemii, na stałe wpisały się w ofertę najlepszych firm szkoleniowych, a ich zalety – elastyczność, dostępność z dowolnego miejsca na świecie i możliwość dostosowania

tempa nauki – przyciągają coraz większe grono odbiorców. Kolejnym ważnym elementem wyróżniającym liderów rynku jest wykorzystanie AI do tworzenia bardziej interaktywnych i spersonalizowanych programów nauczania. Firmy, które potrafią łączyć nowoczesne technologie z najwyższą jakością merytoryczną, stają się kluczowymi partnerami w rozwoju kapitału ludzkiego.

Nasz raport prezentuje firmy, które w 2024 r. szczególnie wyróżniają się na rynku szkoleń, dostarczając nowoczesne, efektywne rozwiązania i odpowiadając na potrzeby współczesnych przedsiębiorstw oraz ich pracowników. To te firmy wyznaczają kierunki rozwoju branży, kładąc nacisk na innowacyjność, elastyczność i doskonałość w dostarczaniu wiedzy.



Jedna z wiodących firm szkoleniowych w Polsce, która od 2007 r. dostarcza wysokiej jakości usługi edukacyjne. Posiada najszerszą ofertę szkoleń, konferencji i kursów z zakresu podatków, rachunkowości, finan-

sów, controllingu, kadr i płac, IT, a także praktycznych warsztatów z zarządzania strategicznego i rozwoju kompetencji biznesowych. Prowadzi edukację w formie stacjonarnej oraz zdalnej, wykorzystując nowoczesne technologie. Prze-

szkoliła już ponad 1 mln klientów, w tym pracowników na różnych szczeblach, zarówno w sektorze prywatnym, jak i publicznym.



Lider w obszarze transformacji cyfrowej, specjalizujący się w szkoleniach z zastosowania sztucznej inteligencji w biznesie. Firma wspiera organizacje w adaptacji nowoczesnych technologii, pomagając menedżerom, zespołom HR, sprzedaży i marketingu efektywnie wykorzystywać narzędzia AI w codziennej

pracy. Dzięki szerokiej ofercie szkoleń z obszaru AI dla biznesu, BUZZcenter dostarcza praktyczne rozwiązania, które umożliwiają automatyzację procesów, optymalizację decyzji biznesowych oraz poprawę efektywności operacyjnej. Główne szkolenia z tematu AI to: AI w marketingu, AI w sprzedaży, AI dla HR oraz

warsztaty dla zarządów. Celem firmy jest wspieranie przedsiębiorstw w skutecznej transformacji, dostarczając wiedzę i umiejętności niezbędne do konkurencyjnego funkcjonowania na rynku. BUZZcenter to partner strategiczny dla firm, które chcą zyskać przewagę dzięki sztucznej inteligencji i nowym technologiom.



Od 28 lat prowadzi w Polsce dwie komplementarne działalności. Oferuje szeroką gamę praktycznych szkoleń warsztatowych oraz świadczy usługi doradztwa strategicznego dla firm. Oferta adresowana jest do najwyższej kadry zarządzającej: właścicieli przedsiębiorstw, zarządów, dyrektorów oraz top menedżerów. Firma przepro-

wadziła ponad 1,5 tys. szkoleń w formule „otwartej” oraz ponad 1,2 tys. warsztatów „in company” dostosowanych do indywidualnych potrzeb klientów, w których uczestniczyło ponad 30 tys. menedżerów. Zrealizowała ponad 200 projektów doradczych, w tym projekty dla kilkunastu spółek giełdowych, głównie w zakresie budowy i wdrożenia strategii.

96 proc. badanych uczestników szkoleń potwierdza, że prezentowane w trakcie zajęć koncepcje zarządzania, narzędzia i rekomendowane rozwiązania wpłynęły na poprawę sprawności działania i wyników finansowych ich firm. Swoje usługi firma świadczy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.



People Sharing Growth

Firma Integra Consulting Poland wspiera przedsiębiorstwa w podnoszeniu kompetencji pracowników realizując szkolenia menedżerskie, handlowe, optymalizację procesów,

coaching, mentoring, a także rekrutację i doradztwo HR.

Prowadzi szkolenia z narzędzi Lean Management, projekty wdrożeniowe oraz sesje Lean Leadership wspiera-

jące firmy w drodze do podnoszenia efektywności biznesowej oraz wzmocnienia zaangażowania i odpowiedzialności w zespołach. Pomaga w pozyskaniu dofinansowań na szkolenia.



Firma z wieloletnim doświadczeniem w realizacji szkoleń biznesowych, współpracująca zarówno z korporacjami, jak i średnimi oraz lokalnymi przedsiębiorstwami. Oferuje szeroki wachlarz szkoleń wspierających przywództwo, zarządzanie, sprzedaż, rozwój kompetencji i procesów HR, a także specjalistyczne programy dedykowane branży Auto-

omotive. Inicjuje działania konsultingowe i coachingowe, prowadzi projekty badawcze oraz proponuje systemowe rozwiązania dla HR. Wspiera klientów na każdym etapie współpracy – od diagnozy potrzeb, przez realizację, aż po ocenę wyników. Firma wprowadza innowacyjne narzędzia EduTech, dostosowane do preferencji przedstawicieli wszystkich pokoleń. Dzięki

partnerstwu z Grupą Schouten&Nellisen, zapewnia dostęp do międzynarodowego know-how, wspierając rozwój firm na wszystkich poziomach. Nowe Motywacje wyróżnia stały zespół pełnoetatowych trenerów oraz doświadczonych koordynatorów projektów, zapewniających kompleksową obsługę i wysoką jakość oferowanych usług.

Przywódstwo – łatwiej powiedzieć niż zrobić

Centra biznesowe najczęściej kojarzone są z dużym biznesem, codziennym pędem i kwartalnymi, półrocznymi i rocznymi planami. Centra kojarzone są także z profesjonalistami, którzy w tych realiach muszą umieć doskonale się odnaleźć i realizować wyznaczone cele.

Liderzy zespołów odpowiadają za wyniki przedsiębiorstwa. To na nich spoczywa największa presja: z jednej strony przełożonych, z drugiej – podwładnych, którzy stanowią także bardzo zróżnicowane środowisko. Menedżer powinien posiadać kompetencje zarządzania tak różnorodnymi grupami pracowników.

Relacja z szefem ważna dla zdrowia psychicznego

Liderzy zespołów to najważniejsza grupa w każdej organizacji. To oni tworzą jej kulturę, to od nich zależy, jak pracują i jak się czują ci, którzy realnie wykonują zadania. Zgodnie z ostatnimi badaniami relacja z szefem jest ważniejsza dla zdrowia psychicznego niż relacja ze znajomymi.

Mimo to w wielu badaniach związanych ze zdrowiem psychicznym i nastrojami w miejscu pracy analizy koncentrują się na pracownikach, a znacznie mniej kadry menedżerskiej. Z dostępnych danych wynika, że bycie szefem znacznie wyczerpuje fizycznie i obciąża psychicznie. Zarządzanie ludźmi nierzadko przytłacza i bywa źródłem ogromnego stresu. Wniośki płynące z badań pokazują również, że aż 30 proc. osób rzuca pracę w ciągu trzech miesięcy od awansu.

Tymczasem szczęśliwi liderzy to warunek konieczny do budowania zespołów składających się ze szczęśliwych podwładnych. Oznacza to tylko jedno – liderom trzeba i warto poświęcić czas, warto ich rozwijać, szkolić i uświadamiać. Centra biznesowe, będąc swoistymi hubami skupiającymi nie tylko pracowników, ale i liczne kadry menedżerskie stanowią doskonałe środowisko do wymiany doświadczeń, umiejętności i współpracy na rzecz rozwoju obu grup zawodowych. Tak jak pracownicy na forach internetowych czy szkoleniach dzielą się spostrzeżeniami, doświadczeniami, pomysłami na to, jak radzić sobie z realiami pracy w korporacjach, tak i menedżerowie mogą pomyśleć o współpracy i wymieniać się wiedzą z zakresu kierowania zespołami

pracowników. To jednak ma miejsce znacznie rzadziej niż w przypadku pracowników.

W obliczu wyzwań

– Podobnie jak wiele obszarów życia, tak i zarządzanie zespołami przeszło w ostatnich latach gruntowne przeobrażenia – podkreśla Remigiusz Wojciechowski, Lider Enterprise Support Solutions w Bayer GBS. – Wynika to ze zmian modelu pracy ze stricte biurowej

na hybrydowy, a także w związku z wejściem na rynek pracy nowego pokolenia – Generacji Z, które zasadniczo inaczej podchodzi do pracy niż poprzednie pokolenia. To są wyzwania, którym menedżerowie muszą umieć sprostać, a do nich należy dołączyć także zmienność sytuacji gospodarczej oraz nowe wyzwania, z jakimi wcześniej nie mieliśmy do czynienia, jak choćby większe zastosowanie w pracy sztucznej inteligencji. Wyzwania

te wymagają od menedżerów stałego dopasowywania swoich zadań do zmieniającej się rzeczywistości i szkoleń pomagających rozwijać nowe kompetencje. Według mnie to bardzo ważne, aby własny rozwój oprzeć na ciekawych przykładach i na doświadczeniach innych menedżerów, także w czasie warsztatów, gdzie ramię w ramię można pracować wspólnie z liderami mierzącymi się z podobnymi wyzwaniami.

REKLAMA

Wyzwanie Rozwiązanie Efekt

Dostarczamy kompleksowe usługi szkoleniowe, których celem jest rozwój biznesu naszych Klientów.

Tematy naszych szkoleń

- 01 Kompetencje menedżerskie
- 02 Sprzedaż i negocjacje
- 03 Efektywność osobista i Wellbeing
- 04 Efektywność HR i rozwój trenerski
- 05 Szkolenia Specjalistyczne dla Automotive



Jak dbamy o efektywność szkoleń?



Ukierunkowanie programu szkolenia na zmianę nawyków / sposobu działania



Wykorzystanie narzędzi i nowych technologii, wspierających proces uczenia



Praktyczne doświadczenie trenera

Nowe Motywacje w liczbach

ok. 12 tys.
uczestników szkoleń rocznie

blisko 500
zrealizowanych projektów dla
klientów w ciągu roku

ok. 3500
prowadzonych szkoleń rocznie



Podobnie jak wiele obszarów życia, tak i zarządzanie zespołami przeszło w ostatnich latach gruntowne przeobrażenia



Umów bezpłatną konsultację

+48 12 626 76 50
biuro@nm.com.pl

NOWE
MOTYWACJE

www.nowemotywacje.pl

RANKING GŁÓWNY FIRM SZKOLENIOWYCH

	Nazwa firmy	Przychody po I półroczu 2024 r. (w tys. zł)/pkt	Dynamika przychodów/pkt	Liczba wykładowców w I półroczu 2024 r. (na dzień 30.6.2024)	Liczba klientów instytucjonalnych (liczba firm)	Liczba Klientów indywidualnych	Forma szkoleń	Zakres szkoleń	suma punktów
1	Certes	70	0	26	35	41	5	8	185
2	ADN Akademia	60	0	26	39	41	5	8	179
3	GRUPA ODITK	60	0	25	35	41	5	8	174
4	Integra Consulting Poland	60	1	23	33	39	5	8	169
5	Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	60	1	23	35	35	4	6	164
6	Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	50	0	25	37	33	4	6	155
7	Nowe Motywacje	60	1	19	25	29	5	7	146
8	Future Centre Language Solutions	40	1	26	25	25	3	8	128
9	Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	40	1	23	29	7	5	7	112
10	Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	10	1	19	33	25	5	7	100
11	Vademecum – Konferencje i Szkolenia	10	1	9	25	35	4	6	90
12	CoachWise	bd	bd	21	27	31	5	3	87
13	HILLWAY Training & Consulting	bd	bd	21	17	35	5	8	86
14	Francuski Instytut Gospodarki Polska	30	1	7	27	5	5	6	81
15	Warto Szkolić	20	0	23	21	5	4	7	80
16	BUZZcenter	10	1	3	13	35	5	4	71
17	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	10	1	5	11	11	5	6	49
18	Grupa Szkoleniowa SOLBERG	bd	bd	9	25	5	4	6	49
19	Develor Polska	30	1	23	25	0	4	2	85

ZESTAWIENIE ALFABETYCZNE FIRM SZKOLENIOWYCH

Nazwa firmy	Osoba zarządzająca	Przychody po I półroczu 2024 r. (w tys. zł)	Przychody po I półroczu 2023 r. (w tys. zł)	Liczba wykładowców w I półroczu 2024 r. (na dzień 30.6.2024)	Liczba klientów w I półroczu 2024 r. (na dzień 30.06.2024)		Szkolenia:					Zakres prowadzonych szkoleń:							
					Liczba klientów instytucjonalnych (liczba firm)	Liczba klientów indywidualnych	zamknięte	otwarte	wykłady	webinary	e-learning	finanse	marketing	prawo	biznes	języki obce	interpersonalne, coaching	obsługa informacyjna	Inne (jakie?)
ADN Akademia	Adam Niedziółka	6 341,00	6 833,00	1000	10007	27720	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	Magdalena Operacz	3188,70	2384,00	117	332	13	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
BUZZcenter	Kamila Kierzek-Mechto	750,00	380,00	10	42	1200	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	-	+
Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	Kinga Szostak	907,00	780,00	90	810	110	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	Wojciech Czerepak	7014,00	5920,00	200	3410	1980	+	+	-	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+
Certes	Norbert Ogłaza	10 907	16230,60	552	4200	36000	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CoachWise	Paweł Sopkowski	bd	bd	93	209	410	+	+	+	+	+	-	-	-	+	-	+	-	+
Develor Polska	Bartłomiej Wrzosek	2104,00	1552,00	168	161	nie dotyczy	+	-	+	+	+	-	-	-	-	-	+	-	+
Francuski Instytut Gospodarki Polska	Tadeusz Woźniak	2569,00	2174,00	21	285	1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+
Future Centre Language Solutions	Bartłomiej Cebula	3507,00	3109,00	350	140	200	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	Joseph Wera	466,00	585,00	18	32	39	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+
Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	Jolanta Szydłowska	4154,00	4121,00	220	8808	792	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+	-	+
GRUPA ODITK	Piotr Grzechowiak	6362,00	8590,00	271	4070	20120	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Grupa Szkoleniowa SOLBERG	Marzena Mrukwa	bd	bd	35	135	10	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+	+	-
HILLWAY Training & Consulting	Marzena Sawicka, Ewa Drumlak	bd	bd	97	61	2928	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Integra Consulting Poland	Marek Małkiewicz	6900,00	5500,00	163	570	10620	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Nowe Motywacje	Grzegorz Jachna	7836,00	5836,00	85	123	313	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
Vademecum – Konferencje i Szkolenia	Natalia Rudolf-Niewójt	958,00	602,00	37	197	1602	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+	-	+
Warto Szkolić	Marcin Grzelak	1500,00	2240,00	130	90	9	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+	+	+

Europa w biegu o niezależność technologiczną

Deep tech opracowuje najbardziej innowacyjne i technologicznie zaawansowane rozwiązania, oparte na wiedzy z wielu dziedzin. To często projekty, które zmieniają rynek. Choć wymyka się jednoznacznym definicjom, to nikt nie ma wątpliwości, że jest przyszłością Europy w biegu o niezależność technologiczną.

Do 2025 r., kiedy zrealizowany zostanie jeden z celów EIT Deep Tech Talent Initiative, Stary Kontynent zyska 1 mln specjalistów z tego obszaru. W gronie tym znajdują się również Polacy.

Europa w globalnym wyścigu technologicznym

Najnowsze dane Eurostatu nie pozostawiają wątpliwości – Europa pozostaje w tyle w globalnym biegu o niezależność technologiczną. Aż 78 proc. firm w Polsce i UE zostało zakwalifikowanych do kategorii niskiego zaawansowania technologicznego. Sytuacja taka stwarza nie tylko ryzyko dla bezpieczeństwa, lecz także plasuje nasz kontynent w gorszej sytuacji ekonomicznej niż USA i Chiny. Tworzącą się lukę można wyjaśnić m.in. niewystarczającymi inwestycjami w nowe technologie. Doskonałym przykładem ilustrującym tę sytuację jest wykorzystanie generatywnej sztucznej inteligencji. ChatGPT

osiągnął 100 mln nowych użytkowników w ciągu zaledwie dwóch miesięcy, co czyni to rozwiązanie pierwszą technologią, która osiągnęła tak spektakularny wynik. Jednak w 2023 r. Europa zainwestowała 1,7 mld dol. w sztuczną inteligencję, podczas gdy amerykański kapitał wysokiego ryzyka i private equity, które trafiły do tych technologii, wyniosły 23 mld dol.¹. Inną przyczyną tej sytuacji są niskie wydatki na prace badawczo-rozwojowe. W tym obszarze prym również wiodą Stany Zjednoczone i Chiny, które – jak wynika z bazy danych MSTI (OECD Main Science and Technology Indicators) – mimo niekorzystnej sytuacji gospodarczej w ostatnich latach odnotowały szczególnie intensywny wzrost inwestycji w B+R².

Europa potrzebuje talentów

Receptę na nadążanie Europy za trendami współczesnej gospodarki podaje McKinsey. Wskazuje

m.in. na: podwojenie wydatków prywatnych i publicznych związanych z innowacjami w zakresach, takich jak sztuczna inteligencja, zwiększenie skali głównych europejskich championów gospodarczych na wzór amerykański, oraz przyspieszenie przekwalifikowania i przenoszenia pracowników, a także przyciąganie talentów³. Szybka zmiana kompetencji oraz doskonalenie nowych umiejętności zgodnych z ewolucją gospodarki ma kluczowe znaczenie w procesie przyspieszenia przyjęcia technologii. Doskonale ilustrują to badania OECD dotyczące wpływu sztucznej inteligencji na rynek pracy w sektorach finansów i produkcji w siedmiu krajach OECD⁴. Około połowa użytkowników AI deklaruje, że jej wdrożenie obniżyło wartość niektórych z ich umiejętności (51 proc. użytkowników AI w sektorze finansowym oraz 45 proc. w sektorze produkcyjnym). Odsetek ten był jeszcze wyższy wśród pracowników, którzy zgłosili, że niektóre z ich zadań zostały zautomatyzowane (56 proc. w sektorze finansowym i 51 proc. w produkcyjnym)⁵. Aby więc Europa mogła w pełni wykorzystać potencjał nowych technologii w zakresie zwiększania produktywności, konieczne są zmiany

w rolach i czynnościach zawodowych.

[1] <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/accelerating-europe-competitiveness-for-a-new-era>

[2] <https://www.oecd.org/en/data/datasets/main-science-and-technology-indicators.html>

[3] <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/accelerating-europe-competitiveness-for-a-new-era>

[4] Lane, Williams i Broecke, 2023

[5] <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/08785bba-en.pdf?expires=1727769241&id=id&accname=guest&checksum=417287B7A79EAB890794DFDA23920AE7>

PRZYCHODY 2024

	Spółka	Przychody po I półroczu 2024 r. (w tys. zł)	Liczba pkt
1	Certes	10 907,00	70
2	Nowe Motywacje	7 836,00	60
3	Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	7 014,00	60
4	Integra Consulting Poland	6 900,00	60
5	GRUPA ODITK	6 362,00	60
6	ADN Akademia	6 341,00	60
7	Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	4 154,00	50
8	Future Centre Language Solutions	3 507,00	40
8	Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	3 188,70	40
9	Francuski Instytut Gospodarki Polska	2 569,00	30
10	Develor Polska	2 104,00	30
11	Warto Szkolić	1 500,00	20
12	Vademecum – Konferencje i Szkolenia	958,00	10
13	Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	907,00	10
14	BUZZcenter	750,00	10
15	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	466,00	10

Punktacja

	1001 do 2000 – 20	5001 do 10000 – 60
Przychody za I półroczu 2024 r. (w tys. zł)	2001 do 3000 – 30	10001 do 20000 – 70
	3001 do 4000 – 40	20001 do 30000 – 80
	4001 do 5000 – 50	powyżej 30 000 – 90
	1 do 1000 – 10	

REKLAMA



LIDER RYNKU SZKOLEŃ

KONFERENCJE - SZKOLENIA - KURSY - STUDIA



Doświadczenie
od 2007 roku



Zaufanie ponad
1mln Klientów



98% najwyższych
ocen



Ponad 1 000
Ekspertów

Niezawodna oferta szkoleń i kursów dla wszystkich obszarów nowoczesnego biznesu!

ZAINWESTUJ W SWÓJ ROZWÓJ Z ADN AKADEMIA!

www.adnakademia.pl

biuro@adnakademia.pl

22 208 28 26



BARIERY UTRUDNIAJĄCE ROZWÓJ ZAWODOWY PRACOWNIKÓW

Dzisiaj nikogo nie trzeba przekonywać o wartości działań rozwojowych – są one postrzegane jako nieodzowny element kariery zawodowej i efektywności osobistej. Koncepcja „lifelong learning”, czyli uczenia się przez całe życie, stała się normą wśród pracowników różnych branż i poziomów doświadczenia. Czy zaspokojenie tak silnej potrzeby zarówno pracowników jak i pracodawców napotyka jakieś przeszkody?

AGNIESZKA BRONGIEL

dyrektor Merytoryczny,
Nowe Motywacje

Bariery rozwoju

Zgodnie z wynikami badania #LEARNINGEVOLUTION2024 przeprowadzonego przez firmę Nowe Motywacje, wśród 1926 respondentów, natłok obowiązków zawodowych jest najczęściej wskazywaną barierą, utrudniającą pracownikom udział w szkoleniach. Ten czynnik został wymieniony przez ponad 25 proc. respondentów. Jako druga najczęściej występująca przeszkoda został wskazany brak czasu (21 proc. wskazań). Ok. 20 proc. respondentów wskazało również na brak środków finansowych jako znaczące ograniczenie w uczestnictwie w szkoleniach. Wzmacnia tę barierę ok. 8 proc. respondentów, którzy wskazują, że przeszkodą jest wysoki koszt szkoleń. Wskazuje to na potrzebę udostępnienia bardziej przystępnych finansowo i elastycznych form dofinansowania kształcenia zawodo-

wego. Istotnym ograniczeniem, na które wskazywało ponad 15 proc. respondentów są formy wyjazdowe, stacjonarne lub weekendowe. Sugeruje to, że dłuższe, wyjazdowe formy rozwoju mogą być trudne do pogodzenia z innymi obowiązkami zawodowymi i osobistymi. Wśród innych barier, na które zwrócono uwagę, znalazły się niedostępność odpowiednich ofert szkoleniowych, a także brak wsparcia ze strony pracodawców i menedżerów. Znacznie mniejszy odsetek respondentów wskazał na brak motywacji oraz problemy logistyczne (przy obu czynnikach poniżej 5 proc.).

Bariery rozwoju a stanowisko

Z analizy grup zawodowych wynika, że natłok obowiązków jest najczęściej wskazywaną barierą utrudniającą udział w szkoleniach wśród pracowników biurowych. Brak czasu to druga najczęściej wymieniana przeszkoda, szczególnie dostrzegana wśród pracowników fizycznych. Ten czynnik został wskazany przez największy odsetek respondentów. Asystenci również w dużym stop

niu wskazują na ten problem. To może sugerować, że pracownicy na niższych szczeblach hierarchii mają mniejsze możliwości elastycznego zarządzania swoim czasem, co utrudnia im udział w szkoleniach. Wyniki badania pokazują niewielkie różnice w postrzeganiu barier w zależności od poziomu stanowiska. Z analizy wyłania się obraz szybkiego tempa pracy i wielu zadań, które w połączeniu z celami osobistymi, nie pomagają stawiać celów rozwojowych na pierwszym planie.

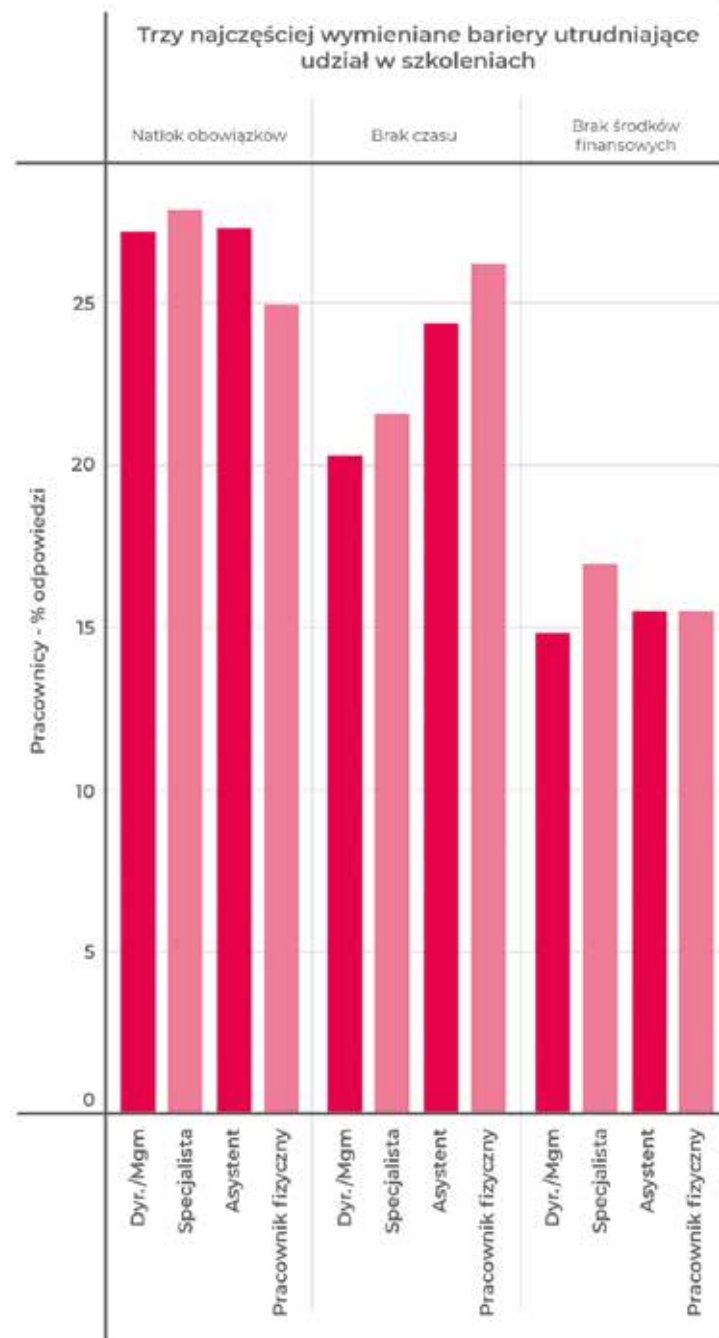
Jakiego wsparcia w podnoszeniu kwalifikacji oczekują od pracodawcy pracownicy

Najczęściej oczekiwanym rozwiązaniem wspierającym rozwój pracowników są indywidualne programy rozwojowe, które zostały wskazane przez prawie 25 proc. respondentów. Wynik ten sugeruje, że pracownicy cenią sobie spersonalizowane podejście do szkoleń i rozwoju, które uwzględnia ich specyficzne potrzeby i cele zawodowe.

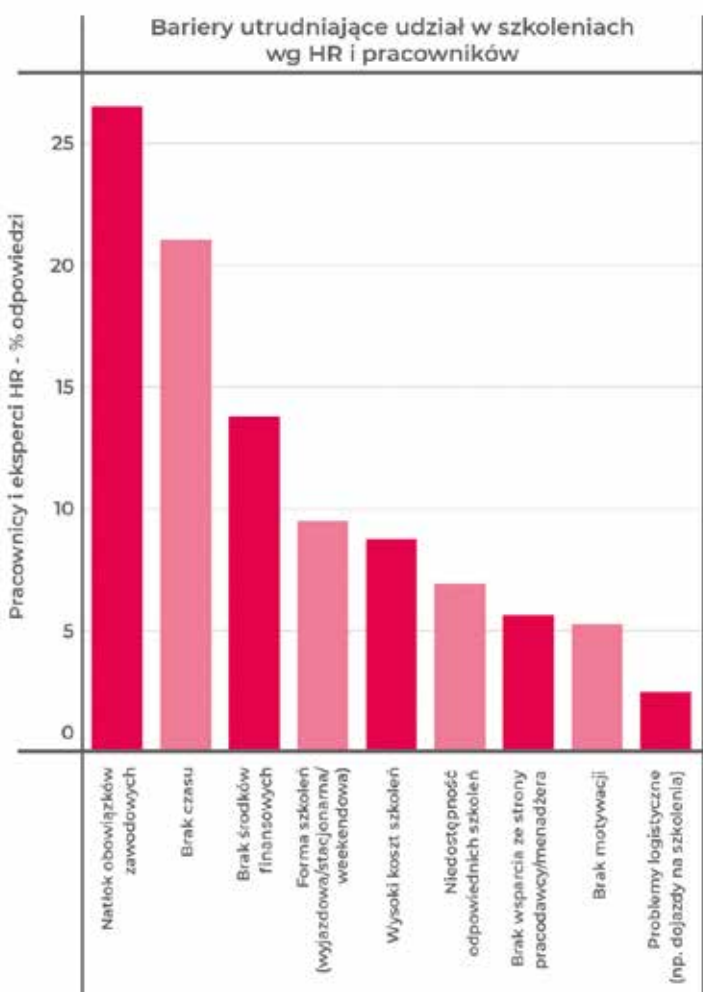
Drugim najbardziej pożądanym rozwiązaniem, wymienionym przez ok. 21 proc. respondentów, jest przyznanie dodatkowych dni wolnych na uczestnictwo w szkoleniach. Oczekiwanie to wskazuje na świadomość pracowników o potrzebie posiadania odpowiedniego czasu na rozwój zawodowy, który nie koliduje z codziennymi obowiązkami zawodowymi. Blisko 18 proc. respondentów wskazało na potrzebę dofinansowania zewnętrznych kursów i szkoleń, co pokazuje, że pracownicy oczekują większego wsparcia finansowego ze strony pracodawców w zakresie rozwoju. Oczekiwanie to koreluje z postrzeganiem barier przez respondentów – brak środków stanowi trzecią wskazywaną przeszkodę rozwojową. Znaczna część pracowników oczekuje większej elastyczności w zakresie czasu pracy, co zostało wskazane przez ok. 15 proc. badanych. W tym kontekście pracownicy liczą na możliwość dostosowania godzin pracy do potrzeb szkoleniowych. Ponadto ok. 10 proc. respondentów wyraziło potrzebę, aby szkolenia były organizowane w godzinach pracy, co wskazuje na oczekiwanie, że rozwój zawodowy będzie integralną częścią codziennych obowiązków.

Jakie wsparcie w rozwoju oferują pracodawcy

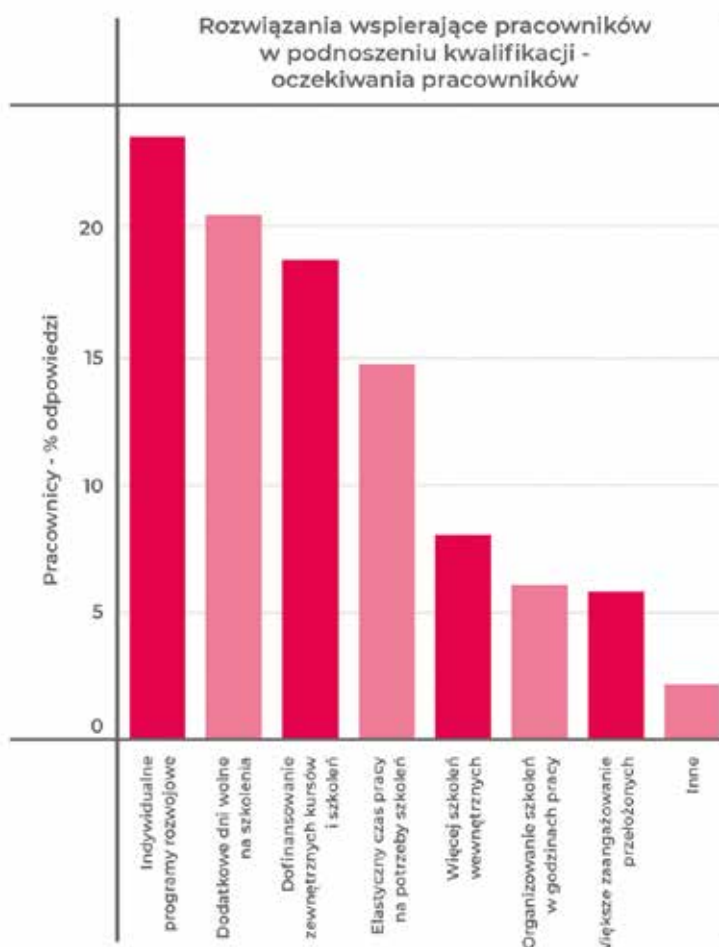
Największy odsetek respondentów (ok. 30 proc.) wskazał, że firmy oferują wsparcie poprzez wewnętrzne szkolenia. To sugeruje, że organizacje preferują rozwój swoich pracowników in-house, co może być bardziej opłacalnym i kontrolowanym sposobem podnoszenia kwalifikacji pracowników. Powyżej 20 proc. pracowników wskazało, że firmy umożliwiają im wybór szkoleń. Sugeruje to,



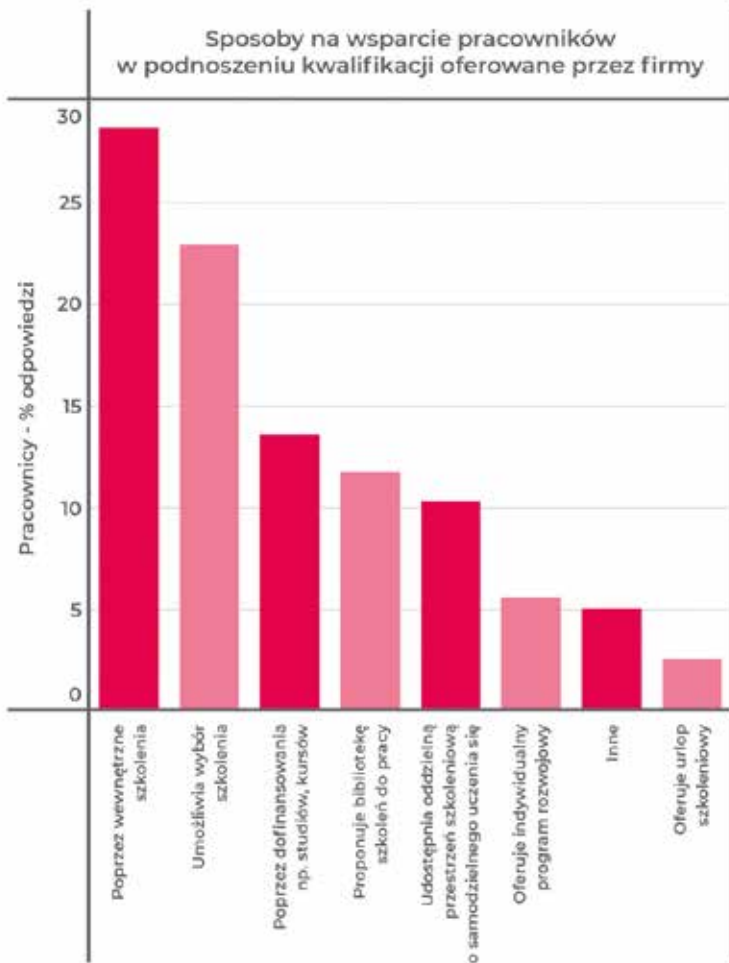
Badanie przeprowadzone w lipcu 2024 r. przez firmę Nowe Motywacje na grupie 1926 respondentów



Badanie przeprowadzone w lipcu 2024 r. przez firmę Nowe Motywacje na grupie 1926 respondentów



Badanie przeprowadzone w lipcu 2024 r. przez firmę Nowe Motywacje na grupie 1926 respondentów



Badanie przeprowadzone w lipcu 2024 r. przez firmę Nowe Motywacje na grupie 1926 respondentów

że organizacje zaczynają dostrzegać wartość w gwarantowaniu pracownikom autonomii w wyborze. Może to znacząco zwiększać motywację do uczestniczenia w odpowiednich dla nich programach szkoleniowych. Bli-

sko 15 proc. respondentów wskazało, że firmy wspierają pracowników poprzez dofinansowanie studiów i kursów zewnętrznych. Wynik ten pokazuje, że choć wewnętrzne szkolenia są preferowane, to firmy doceniają także

korzyści płynące z zewnętrznych źródeł edukacji, oferując pracownikom dostęp do szerokiej gamy opcji rozwoju zawodowego.

To, że organizacje inwestują w tworzenie warunków do samodzielnego doskonalenia się pracowników, potwierdza ok. 12 proc. odpowiedzi wskazujących na możliwość korzystania z biblioteki z materiałami szkoleniowymi oraz ok. 11 proc. na możliwość skorzystania z oddzielnej przestrzeni do samodzielnego uczenia się.

Chociaż indywidualne programy rozwojowe są cenione przez pracowników, jak wskazuje wykres (sposoby na wsparcie pracowników w podnoszeniu kwalifikacji oferowane przez firmy), to w rzeczywistości są one, zdaniem pracowników, oferowane przez firmy stosunkowo rzadko (nieco ponad 5 proc. odpowiedzi). Sugeruje to, że istnieje różnica między oczekiwaniami pracowników a oferowanymi przez pracodawców formami wsparcia. Może to jednak świadczyć również o tym, że pracownicy niewystarczająco chętnie uczestniczą w przygotowywaniu programów rozwojowych w firmie i nie czują, że są one szyte na miarę ich potrzeb.

Komentarz

Badanie rynku pracy ujawniło, że główną przeszkodą w uczestnictwie w szkoleniach, z jaką boryka się większość respondentów, jest zbyt duże obciążenie obowiązkami za-

NIKOGO NIE TRZEBA PRZEKONYWAĆ DO ROZWOJU

Stały rozwój jest dziś nieodzowny – 70 proc. pracowników uczestniczyło w działaniach rozwojowych, a 60 proc. poświęca na to co najmniej 2 godziny tygodniowo.

Uczenie się przez całe życie stało się normą, a inwestowanie w rozwój to klucz do sukcesu i konkurencyjności. Rozwój osobisty to również element motywowania i budowania lojalności pracowników.

wodowymi oraz brak dostatecznej ilości czasu. Problem ten jest ściśle powiązany z kulturą organizacyjną przedsiębiorstw i wskazuje na wyzwanie związane z zapewnieniem optymalnej organizacji systemu pracy, który umożliwiłby ciągłe kształcenie pracowników. Respondenci jako efektywne wsparcie ze strony pracodawców wskazują na możliwość skorzystania z indywidualnego programu rozwojowego oraz dni wolnych na edukację.

Analiza wykazała również, że najczęściej i najchętniej w procesy edukacyjne angażują się osoby na stanowiskach dyrektorskich oraz kadra menedżerska, w przeciwieństwie do pracowników fizycznych. Ta dysproporcja może sugerować większą świadomość i dostępność

zasobów edukacyjnych wśród kadry kierowniczej. Zarówno pracownicy, jak i menedżerowie deklarują preferencję dla indywidualnych programów rozwojowych jako formy edukacji, której oczekują od swoich pracodawców.

Dodatkowo dofinansowanie do szkoleń jest wskazywane jako konkretne wsparcie w podnoszeniu kwalifikacji. Ta obserwacja może wskazywać na potrzebę rewizji budżetów szkoleniowych i spojrzenie, jak rozkłada się struktura wydatków oraz indywidualne wsparcie dla wybranych osób. Z tym aspektem wiąże się również pytanie, w jaki sposób wiedza zdobyta przez uczestnika dofinansowanej aktywności może być wniesiona do organizacji.

REKLAMA

SZUKASZ SZKOLENIA DLA SIEBIE LUB ZESPOŁU?

ROZWIJAJ UMIEJĘTNOŚCI RAZEM Z NAMI!

- Ponad 100 autorskich programów szkoleniowych
- Doświadczenie firmy doradztwa strategicznego
- 70% czasu to ćwiczenia indywidualne
- Kameralne grono TOP Managementu
- Formuła otwarta i zamknięta
- Indywidualne ścieżki rozwojowe

 www.figpolska.pl

 biuro@figpolska.pl

FRANCUSKI
INSTYTUT
GOSPODARKI
POLSKA



RYZYKOWNA IGNORANCJA

81 proc. firm z sektora MŚP szkoli swoich pracowników z ochrony danych osobowych, ale niemal trzy piąte tylko raz – po przyjęciu do pracy. Wysoce alarmujące jest natomiast to, że aż 20 proc. przedsiębiorców nie robi tego wcale – wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie serwisu ChronPESEL.pl i Krajowego Rejestru Długów pod patronatem Urzędu Ochrony Danych Osobowych.



Człowiek najsłabszym ogniwem

Co może niepokoić, wyjątkowo lekceważące podejście ma aż 20 proc. respondentów, którzy wcale nie szkolą pracowników z ochrony danych osobowych. Spośród nich największy grzech popełniają mikrofirmy (20 proc.), a mniejszy małe (18 proc.) i średnie (14 proc.). Najczęściej tego przewinienia dopuszczają się przedstawiciele branży transportowej (32 proc.) oraz produkcyjnej i usługowej (po 20 proc.). Przeważają jednoosobowe działalności gospodarcze (25 proc.) niż spółki (15 proc.), które działają na rynku powyżej 10 lat (46 proc.).

– Wielu właścicieli firm z sektora MŚP lekceważy zagrożenie ze strony hakerów. Uważają, że nie są atrakcyjnym celem ataków. Często też nie wiedzą, że to człowiek jest najsłabszym ogniwem w starciu z cyberprzestępcami. W efekcie, jeśli nawet przedsiębiorcy stosują silne zabezpieczenia, to w wyniku jakiegokolwiek braku szkoleń zatrudnianego personelu znacznie zwiększa się ryzyko błędów ludzkiego, który może zakończyć się kradzieżą lub wyciekami danych. Nie tylko własnych pracowników, lecz także klientów i kontrahentów – ostrzega Bartłomiej Drozd, ekspert serwisu ChronPESEL.pl.

Co ósma firma na celowniku hakerów

Ryzyko jest bardzo realne. W Polsce działa 2,3 mln mikro-, małych i średnich firm. Tymczasem 12 proc. respondentów deklaruje, że doszło w nich do próby kradzieży danych osobowych. W rezultacie zagrożonych atakiem mogło być 281,5 tys. przedsiębiorstw z sektora MŚP. Z kolei co czwarty badany (3 proc.) twierdzi, że próba włamania zakończyła się sukcesem cyberprzestępców. W efekcie hakerzy mogli wy-

kraść dane z 70,4 tys. firm.

Należy jednak pamiętać, że mówimy tylko o wykrytych przypadkach. Niestety, wielu ankietowanych może nie być świadomych, że hakerzy skutecznie wykradli dane z ich firm. Włamania do komputerów nie pozostawiają śladów widocznych dla laików.

Spośród respondentów, którzy deklarują, że doszło u nich do próby kradzieży danych, odrobinę częściej ma to miejsce w średnich firmach (10 proc.) w porównaniu do mikro- (9 proc.) i małych (7 proc.). Wśród nich dwukrotnie więcej jest spółek (12 proc.) niż jednoosobowych działalności gospodarczych (6 proc.), które na rynku funkcjonują od pięciu do 10 lat.

Cyberprzestępcy szczególnie upodobali sobie przedsiębiorstwa z branży transportowej, do których zgodnie z deklaracjami respondentów zdecydowanie najczęściej usiłowali się włamać (32 proc.). Kradzież danych osobowych z kolei zakończyła się sukcesem w przypadku 19 proc. przedsiębiorstw z sektora produkcyjnego.

– Firmy transportowe i produkcyjne są łakomym kąskiem dla hakerów ze względu na dużą liczbę realizowanych zamówień. W związku z tym przetwarzają dane osobowe wielu klientów. Tym bardziej ich wyciek lub kradzież przez hakerów w wyniku błędów nieprzeszkolonego pracownika może być bardzo kosztowny. Skutkiem będzie nie tylko dotkliwa kara finansowa, lecz także utrata reputacji wśród partnerów biznesowych oznaczająca spadek zysków – mówi Bartłomiej Drozd. Dane osobowe wykradzione z firmy mogą być dla hakerów bezcenne. Zgodnie z deklaracjami respondentów, 86 proc. firm z sektora MŚP przetwarza imiona i nazwiska swo-

ych pracowników. Nieco rzadziej numery telefonu (80 proc.), adresy i numery PESEL (po 75 proc.). W dalszej kolejności adres e-mail (70 proc.), numer rachunku bankowego (68 proc.), numer dowodu osobistego (62 proc.) i dane zdrowotne (43 proc. – np. o absencjach lub przebytych chorobach).

Kosztowna niewiedza

Pozornie wydaje się, że przedsiębiorcy wiedzą, jakie kroki należy podjąć w razie próby ataku hakerów lub po jego dokonaniu, kradzieży, wycieku, utraty bądź wyłudzenia

danych osobowych. Niestety, jest ich za mało. 59 proc. respondentów zgłosiłoby ten fakt organom ścigania. 57 proc. ankietowanych natomiast poinformowałoby o tym poszkodowane osoby oraz zmieniłoby hasła dostępu na komputerach. 52 proc. z kolei zwiększyłoby poziom zabezpieczeń. Niestety, ale oznacza to, że aż ponad 40 proc. właścicieli firm z sektora MŚP nie wie, jak prawidłowo zachować się w przypadku cyberataku.

Niepokojące jest również to, że zaledwie 42 proc. respondentów deklaruje, że w razie kradzieży danych zgłosiłoby ten fakt do Urzędu Ochrony Danych Osobowych. Pomimo że zgodnie z przepisami przedsiębiorcy jako administratorzy mają taki obowiązek, jeżeli istnieje prawdopodobieństwo (wyższe niż małe) szkodliwego wpływu na osoby, których dane dotyczą. Jeśli go nie dotrzymają, a istnieje ryzyko np. tzw. kradzieży tożsamości dla osób, których dane wykradziono, to administratorzy narażają się na wysokie kary ze strony prezesa UODO. Może to oznaczać, że niemal co druga firma raczej będzie starała się zbagatelizować skutki utraty lub ukryć kradzież danych.

– Zgłoszone naruszenie może stanowić dla prezesa UODO impuls do zbadania, jak administrator przestrzega przepisów RODO i dopiero gdy postępowanie wykaże nieprawidłowości, może zostać wydana decyzja karowa – dodaje Jacek Młotkiewicz.

Natomiast 41 proc. respondentów w razie kradzieży lub wycieku danych udzieliłoby pomocy poszkodowanym poprzez włączenie im na koszt firmy usługi monitorowania

DYNAMIKA PRZYCHODÓW

	Nazwa firmy	Przychody po I półroczu 2024 r. (w tys. zł)	Przychody po I półroczu 2023 r. (w tys. zł)	zmiana proc.	liczba pkt
1	BUZZcenter	750,00	380,00	97,37	1
2	Vademecum – Konferencje i Szkolenia	958,00	602,00	59,14	1
3	Develor Polska	2104,00	1552,00	35,57	1
4	Nowe Motywacje	7836,00	5836,00	34,27	1
5	Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	3188,70	2384,00	33,75	1
6	Integra Consulting Poland	6900,00	5500,00	24,45	1
7	Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	7014,00	5920,00	18,48	1
8	Francuski Instytut Gospodarki Polska	2569,00	2174,00	18,17	1
9	Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	907,00	780,00	16,28	1
10	Future Centre Language Solutions	3507,00	3109,00	12,80	1
11	Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	4154,00	4121,00	0,80	1
12	ADN Akademia	6 341,00	6 833,00	-7,20	0
13	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	466,00	585,00	-20,34	0
14	GRUPA ODITK	6362,00	8590,00	-25,94	0
15	Certes	10907,00	16230,60	-32,80	0
16	Warto Szkolić	1500,00	2240,00	-33,04	0

Potrzeba doświadczonych i dopasowanych liderów

Kandydatów na stanowiska menedżerskie do polskich spółek właścicielskich przyciąga przede wszystkim system bonusowy. Jest to nie tylko premia roczna czy długoterminowe programy motywacyjne (LTI), lecz także możliwość posiadania własnych udziałów w firmie. Osoby te cenią sobie również elastyczność, stopień odpowiedzialności i dostosowaną rolę lidera.

MARTA GROCHAL

Senior Partner & Head of, Page Executive Poland & Baltics

W minionym roku to właśnie tego rodzaju firmy wyróżniły się w skutecznym pozyskiwaniu talentów do organizacji – wynika z badania Page Executive, firmy rekrutującej kadrę kierowniczą. Czy każdy doświadczony menedżer sprawdzi się w roli lidera w spółce właścicielskiej? Jakie cechy powinien mieć taki przywódca?

Na polskim rynku funkcjonuje wiele firm właścicielskich, zróżnicowanych pod kątem formy własności danej spółki. Mogą to być przedsiębiorstwa, posiadające jednego lub kilku inwestorów – instytucjonalnych i prywatnych, z różną koncentracją udziałów. Tak bywa często w firmach rodzinnych lub takich, które zaczynały w ten sposób. Warto przy tym zwrócić szczególną uwagę na charakter pracy w tego typu organizacjach.

Współpraca i dopasowanie

W rekrutacjach do zarządu spółek właścicielskich brany jest pod uwa-



gę określony zestaw cech osobowych lidera, co często odbiega od podejścia stosowanego przez działy HR w innego rodzaju firmach. Punktem wyjścia jest dopasowanie w kontekście budowania zaufania między pracodawcą a podwładnymi. Hierarchiczność, wynikająca ze struktur korporacyjnych, w pewnym stopniu narzuca taką relację, ale w przypadku rodzinnej spółki właścicielskiej zarządzanie pracownikami nie jest tak zero-jedynkowe.

Ponieważ występują w niej zarówno formalne, jak i prywatne współzależności, np. między dyrektorem generalnym a prezesem zarządu czy radą nadzorczą, rola menedżera polega w istocie na umiejętnym budowaniu relacji i współpracy. W większości przypadków dotyczy również wspierania rozwoju, wykorzystywania i budowania potencjału, a także zwiększenia efek-

tywności działania.

W sytuacji rozwoju czy sukcesji zachodzącej w spółce celem każdego świadomego właściciela jest zatrudnienie tzw. menedżerów najemnych, doświadczonych pod kątem merytorycznym i przywódczym. Elementem ich pracy jest kształtowanie potencjalnej osoby, która jest wpisana w plan sukcesji – przeważnie potomka właściciela. Rola tych menedżerów jest więc nie tylko probiznesowa, lecz także mentoringowa czy wspierająca. Kandydat musi spełniać oczekiwania właścicieli co do umiejętności twardych i miękkich, co przełoży się na dopasowanie do kultury pracy całej organizacji.

Spółka właścicielska vs. korporacja

Istotne jest również, że organizacje rodzinne szukają liderów, którzy mieli już wcześniejsze doświadczenie z firmami właścicielskimi. Praca w takiej spółce jest bardziej dynamiczna i zmienna niż w przypadku korporacji. Od menedżera wymaga się więc dużej elastyczności oraz umiejętności dostosowania i dopasowania się, nie tylko biznesowego, lecz także emocjonalnego. Dlatego osoby, które nie mają doświadczenia z takimi miejscami zatrudnienia, są rzadziej rekrutowane.

Jeśli do przeprowadzenia jest dany projekt biznesowy, który ma kilku interesariuszy i założymy, że dwaj z nich to osoby mające zdanie odbiegające w pewnym stopniu od wizji ogólnej tego projektu – przedsięwzięcie może zostać opóźnione lub, w najgorszym wypadku, nie dojść do skutku. Menedżer czy lider musi mieć więc świadomość, że jeżeli chce zrealizować daną

KLIENCI INDYWIDUALNI

	spółka	Liczba klientów indywidualnych	liczba pkt
1	Certes	36000	41
2	ADN Akademia	27720	41
3	GRUPA ODITK	20120	41
4	Integra Consulting Poland	10620	39
5	HILLWAY Training & Consulting	2928	35
6	Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	1980	35
7	Vademecum – Konferencje i Szkolenia	1602	35
8	BUZZcenter	1200	35
9	Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	792	33
10	CoachWise	410	31
11	Nowe Motywacje	313	29
12	Future Centre Language Solutions	200	25
13	Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	110	25
14	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	39	11
15	Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	13	7
16	Grupa Szkoleniowa SOLBERG	10	5
17	Warto Szkolić	9	5
18	Francuski Instytut Gospodarki Polska	1	5

Punktacja: Liczba klientów indywidualnych	81 do 90 – 21 91 do 100 – 23 101 do 200 – 25 201 do 300 – 27 301 do 400 – 29 401 do 500 – 31	501 do 1000 – 33 1001 do 5000 – 35 5001 do 10000 – 37 10001 do 20000 – 39 powyżej 20000 – 41
1 do 10 – 5	41 do 50 – 13	101 do 200 – 25
11 do 20 – 7	51 do 60 – 15	201 do 300 – 27
21 do 30 – 9	61 do 70 – 17	301 do 400 – 29
31 do 40 – 11	71 do 80 – 19	401 do 500 – 31

KLIENCI INSTYTUCJONALNI

	spółka	Liczba klientów instytucjonalnych (liczba firm)	liczba pkt
1	ADN Akademia	10007	39
2	Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	8808	37
3	Certes	4200	35
4	GRUPA ODITK	4070	35
5	Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	3410	35
6	Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	810	33
7	Integra Consulting Poland	570	33
8	Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	332	29
9	Francuski Instytut Gospodarki Polska	285	27
10	CoachWise	209	27
11	Vademecum – Konferencje i Szkolenia	197	25
12	Develor Polska	161	25
13	Future Centre Language Solutions	140	25
14	Grupa Szkoleniowa SOLBERG	135	25
15	Nowe Motywacje	123	25
16	Warto Szkolić	90	21
17	HILLWAY Training & Consulting	61	17
18	BUZZcenter	42	13
19	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	32	11

Punktacja: Liczba klientów instytucjonalnych	81 do 90 – 21 91 do 100 – 23 101 do 200 – 25 201 do 300 – 27 301 do 400 – 29 401 do 500 – 31	501 do 1000 – 33 1001 do 5000 – 35 5001 do 10000 – 37 10001 do 20000 – 39 powyżej 20000 – 41
1 do 10 – 5	41 do 50 – 13	101 do 200 – 25
11 do 20 – 7	51 do 60 – 15	201 do 300 – 27
21 do 30 – 9	61 do 70 – 17	301 do 400 – 29
31 do 40 – 11	71 do 80 – 19	401 do 500 – 31

inicjatywę, w pierwszej kolejności powinien zrozumieć interesariuszy. Musi też zbudować przestrzeń, zaufanie i autorytet po swojej stronie. Dopiero później realizować przedsięwzięcie.

W korporacji proces ten wygląda zgoła inaczej. Członkowie danego projektu zazwyczaj znają opisany procedurami sposób postępowania. W przypadku prywatnych spółek właścicielskich ta droga może być dłuższa i za każdym razem inna. Wynika to z tego, że najpierw trzeba nakierować interesariuszy na najlepsze w danej sytuacji rozwiązanie oraz wypracować kompromis, a to może być bardziej czasochłonne i powodować większy wydatek emocjonalny. Z drugiej

strony, w przeciwieństwie do korporacji, ostateczne decyzje są podejmowane zazwyczaj szybciej.

To sprowadza nas do podstawowej kwestii – menedżerowie, którzy odnajdują się i są najlepiej dopasowani do spółek właścicielskich, to osoby pracujące i będące z ludźmi na co dzień. Polscy właściciele mają coraz większą odwagę i są bardziej otwarci, by zachęcić odpowiednie osoby do zaangażowania się w spółkę, co również pokazuje najnowszy Przegląd Wynagrodzeń Page Executive. Jako benefit pozapłacowy oferują im możliwość realnego wpływu na rozwój biznesu i podkreślają poczucie sprawczości. Sukces całej organizacji jest więc też własnym sukcesem menedżera.

LICZBA WYKŁADOWCÓW

	Nazwa firmy	Liczba wykładowców w roku 2024:(na dzień 30.6.2024)	liczba pkt
1	ADN Akademia	1000	26
2	Certes	552	26
3	Future Centre Language Solutions	350	26
4	GRUPA ODITK	271	25
5	Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów	220	25
6	Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne Comarch	200	23
7	Develor Polska	168	23
8	Integra Consulting Poland	163	23
9	Warto Szkolić	130	23
10	Bankowy Ośrodek Doradztwa i Edukacji	117	23
11	HILLWAY Training & Consulting	97	21
12	CoachWise	93	21
13	Centrum Doskonalenia Kompetencji Progressio	90	19
14	Nowe Motywacje	85	19
15	Vademecum – Konferencje i Szkolenia	37	9
16	Grupa Szkoleniowa SOLBERG	35	9
17	Francuski Instytut Gospodarki Polska	21	7
18	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	18	5
19	BUZZcenter	10	3

Punktacja: Liczba wykładowców	61 do 70 – 15 71 do 80 – 17 81 do 90 – 19 91 do 100 – 21 101 do 200 – 23	201 do 300 – 25 Powyżej 300 – 26
1 do 10 – 3	31 do 40 – 9	81 do 90 – 19
11 do 20 – 5	41 do 50 – 11	91 do 100 – 21
21 do 30 – 7	51 do 60 – 13	101 do 200 – 23

Pracownicy chcą się rozwijać

Na polskim rynku pracy nastąpiła wyraźna zmiana w zakresie powodów rotacji. Po raz pierwszy kwestia wynagrodzenia spadła na trzecie miejsce (38 proc. wskazań), wyprzedzona przez takie czynniki jak chęć rozwoju zawodowego i niezadowolony z obecnego pracodawcy (po 40 proc.).

Także samo zjawisko rotacji notuje niewielką tendencję spadkową – takie wnioski przynosi 56. edycja badania Monitor Rynku Pracy przeprowadzanego przez Instytut Badawczy Randstad i Instytut Badań Pollster.

Jednocześnie z badania wyłania się lista benefitów i świadczeń socjalnych oferowanych przez firmy, które wpływać mogą na zatrzymanie pracowników w organizacji.

Przy zmianie pracy wynagrodzenie już nie jest kluczowe

W ubiegłym kwartale motywacje pracowników zdecydowanie podążyły w kierunkach pozafinansowych. Najczęściej wskazywanymi powodami zmiany pracy były chęć rozwoju zawodowego oraz niezadowolony z obecnego pracodawcy (po 40 proc.).

Znaczenie tego pierwszego zauważalnie jednak zmalało w odniesieniu do poprzedniego kwartału (spadek o 8 p.p.), natomiast niezadowolony z firmy było wskazywane częściej niż w poprzedniej fali badania (wzrost o 4 p.p.).

Dopiero trzecie na liście wynagrodzenie uzyskało 38 proc. wskazań (spadek o 8 p.p.). Na czwartym miejscu znalazła się korzystniejsza forma zatrudnienia w nowej firmie – 34 proc. (wzrost o 4 p.p.). Wskaźnik rotacji pracowników między przedsiębiorstwami jest obecnie najniższy od dwóch lat. 18 proc. – tyle osób zmieniło miejsce pracy w ciągu ostatnich sześciu miesięcy (w ubiegłym kwartale

było to 19 proc.) Spadł również odsetek osób, które zmieniły stanowisko w obrębie aktualnego miejsca pracy – z 21 do 20 proc.

Patrząc przez pryzmat stanowisk, między firmami rotowali najczęściej kierowcy (24 proc.) oraz inżynierowie (22 proc.), a w obrębie tych samych firm, stanowiska zmieniali kierownicy średniego szczebla (43 proc.).

Satysfakcja z pracy wciąż niższa niż zazwyczaj

Poziom satysfakcji z pracy, choć nie zmienił się od ubiegłego kwartału i wciąż obiektywnie jest wysoki (73 proc.), to jednak utrzymuje się na niższym poziomie niż we wcześniejszych edycjach badania. Najbardziej zadowoleni ze swojej pracy są obecnie przedstawiciele branży telekomunikacji i IT (85 proc.) oraz finansów i ubezpieczeń (83 proc.), a najmniej pozytywnych wskazań było wśród sprzedawców i kasjerów: 58 proc. oraz pracowników fizycznych niewykwalifikowanych (68 proc.) i wykwalifikowanych (69 proc.).

Względem ubiegłego kwartału wydłużył się czas poszukiwania nowego zatrudnienia: z 2,8 do 3,1 miesiąca i tym samym wrócił do poziomu z końca 2023 r. Nieco przybyło osób, które w ogóle nie szukają pracy (44 proc.) – wzrost o 2 p.p. Większość jednak (46 proc.), choć nie szuka aktywnie, to rozgląda się za ofertami. Co dziesiąty Polak szuka pracy intensywnie i najczęściej są to sprzedawcy i kasjerzy oraz pracownicy fizyczni niewykwalifiko-

wani (po 14 proc. odpowiedzi).

– Od blisko dwóch lat wakaty nie stanowią nawet 1 proc. wszystkich miejsc pracy w gospodarce. Nie inaczej było w I kwartale bieżącego roku (0,89 proc., najnowsze dostępne dane). Obserwujemy również wyraźny spadek liczby ofert na portalach pośrednictwa pracy. Nic więc dziwnego, że maleje odsetek pracowników, którzy w ostatnim półroczu zmienili pracodawcę oraz że wydłuża się okres poszukiwania pracy. Sytuacja na rynku pracy nie zmieni się znacząco, dopóki pracodawcy nie doświadczą ożywienia gospodarczego i nie wrócą do rozszerzania swojej aktywności, za czym iść będzie tworzenie większej liczby nowych miejsc pracy. Oczywiście to pogłębi problemy ze znalezieniem odpowiednich kandydatów, na które cały czas narzeka część przedsiębiorców. Ale w naszej sytuacji demograficznej musimy się chyba do tych niedostatków przyzwyczaić, a pracodawcy skazani są na poszukiwanie właściwego mixu satysfakcjonujących wynagrodzeń oraz ścieżki szkoleń i awansu zaspokajającej u pracowników ambicje rozwoju zawodowego – ocenia Łukasz Komuda, ekspert rynku pracy Fundacji Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych i współautor podcastu „Ekonomia i cała reszta”.



Mniej wierzymy w znalezienie pracy na lepszych warunkach

Poczucie bezpieczeństwa zawodowego utrzymuje się na stabilnym poziomie – tylko 10 proc. ankietowanych w znaczącym stopniu obawia się utraty pracy. Umiarkowane obawy dotyczą mniej niż co piątego badanego (17 proc.) – tu spadek o 2 p.p.

Jednak znów mniej optymistycznie niż przed kwartałem patrzymy na szanse na nową pracę. 86 proc. respondentów twierdzi, że gdyby zaszła taka konieczność, znaleźliby jakiegokolwiek zatrudnienie – spadek o 2 p.p. Mniej też ocenia, że mogłaby to być praca lepsza od aktualnej 64 proc. – tu również spadek o 2 p.p. Pomijając nieznaczne wahania, to już trzeci kwartał z kolei, gdy te oceny są bardziej krytyczne. Najlepiej swoje szanse na lepsze zatrudnienie oceniają kierowcy (79 proc.) oraz inżynierowie (78 proc.), a na znalezienie jakiegokolwiek innego zatrudnienia kierownicy średniego szczebla (92 proc.).

– Zestawiając ze sobą poszczególne aspekty badania, widać, że odczuwany poziom satysfakcji zawodowej, który jest wskaźnikiem dość subiektywnym, przekłada się na realne decyzje pracowników. Przedstawiciele tych zawodów, którzy deklarowali najniższą satysfakcję z pracy – sprzedawcy i kasjerzy oraz

robotnicy niewykwalifikowani – znaleźli się jednocześnie w grupie tych, którzy najczęściej wskazywali, że aktywnie rozglądają się już za nowym miejscem zatrudnienia: w obu grupach odsetek ten wyniósł 14 proc. Jednocześnie fakt, że w ujęciu ogólnym, rotacja na rynku pracy nieznacznie wyhamowała, może być też sygnałem, że jeszcze wciąż mierzymy się ze spowolnieniem gospodarczym: firmy nieco rzadziej rekrutują, pojawia się więc mniej ofert, a zmiana pracy, szczególnie na taką na lepszych warunkach, jest bardziej czasochłonna – mówi Monika Hryniszyn, Regional HR leader Northern Europe & Global Talent w Randstad.

Benefity i świadczenia socjalne: perspektywa pracownika i pracodawcy

Badanie przynosi też ciekawe wnioski na temat benefitów, których oczekiwali pracownicy, i tych, które faktycznie oferują pracodawcy.

Wśród najbardziej pożądanых bonusów są kolejno: prywatna opieka zdrowotna (48 proc. wskazań), ubezpieczenie na życie (38 proc.) i samochód służbowy (27 proc.). Na czwartym miejscu, z taką samą liczbą wskazań, znalazły się szkolenia oraz ubezpieczenie na wypadek utraty pracy (po 26 proc.).

Jednocześnie można zauważyć, że rzeczywistość mocno różni się z oczekiwaniami zatrudnionych. Prywatną opiekę zdrowotną ma zapewnioną aktualnie równo co czwarty ankietowany (25 proc.), ubezpieczenie na życie – 34 proc., samochód służbowy – 15 proc., a szkolenia są dostępne dla 35 proc. pracowników.

Względem fali badania z 2022 r. najwięcej przybyło pracodawców, którzy listę benefitów wzbogacili o szkolenia oraz możliwość korzystania z samochodu służbowego (wzrosty o 5 p.p.).

Transformacja cyfrowa z AI to konieczność

Polskich firm nie stać na ignorowanie sztucznej inteligencji. To ostatni moment na cyfrową transformację polskiego biznesu.



RADOSŁAW MECHŁO
Head of AI, BUZZcenter

Transformacja cyfrowa jest kluczowym elementem, który pozwala zwiększyć konkurencyjność, innowacyjność i efektywność w dynamicznie zmieniającym się

środowisku biznesowym. Obecnie stanowi jeden z najważniejszych trendów w globalnej gospodarce, niezbędny do utrzymania przewagi konkurencyjnej, optymalizacji kosztów i podniesienia wydajności operacyjnej.

Gotowi do zmian

Dane z raportu „Power of AI”, który przeprowadziliśmy w tym roku, potwierdzają, że 77 proc. firm dostrzega pozytywny wpływ AI na rozwój biznesu. Szczególnie widoczne jest to w obszarach analizy danych (40 proc.), automatyzacji procesów (29 proc.), tłumaczeń (26 proc.) oraz tworzenia chatbotów (25 proc.).

Aby w pełni wykorzystać potencjał sztucznej inteligencji, firmy muszą wykazać się odwagą i gotowością do zmian, zwłaszcza w zakresie

analizy danych i edukacji swoich zespołów. Kluczowe jest zrozumienie możliwości zastosowania tej technologii. Im szybciej to nastąpi, tym większe korzyści osiągnie organizacja. Podobnie jak internet na początku swojej rewolucji, AI ma potencjał całkowicie odmienić zasady gry w biznesie. Organizacje wdrażające te technologie zyskują przewagę konkurencyjną i lepiej adaptują się do dynamicznie zmieniającego się rynku.

Choć generatywna sztuczna inteligencja nie zastąpi ludzi, stanie się ich nieocenionym partnerem, wspierając codzienne procesy i umożliwiając bardziej efektywne zarządzanie zasobami. Inwestowanie w AI to nie tylko decyzja technologiczna, lecz także strategiczny krok w kierunku przyszłości biznesu.

Krok w stronę rewolucji

Narzędzia AI mają potencjał zrewolucjonizować sposób działania firm, umożliwiając automatyzację procesów, poprawę efektywności oraz szybsze i trafniejsze podejmowanie decyzji. Wdrażanie AI to jednak nie tylko kwestia zakupu odpowiednich rozwiązań, lecz także przede wszystkim zapewnienia, że pracownicy są odpowiednio przeszkoleni do efektywnego ich wykorzystania. Bez zrozumienia, jak AI może wspierać codzienne zadania i strategię organizacji, istnieje ryzyko, że inwestycja w technologię nie przyniesie oczekiwanych rezultatów. Szkolenia z zakresu AI pozwalają zespołom lepiej zrozumieć technologię i wykorzystać ją do automatyzacji monotonicznych zadań, szybkiej analizy dużych zbiorów

danych oraz optymalizacji procesów. Dzięki temu pracownicy mogą skupić się na bardziej kreatywnych i strategicznych działaniach, a firma zyskuje na elastyczności i innowacyjności.

Firmy inwestujące w rozwój kompetencji swoich zespołów w zakresie AI są w stanie szybciej dostosowywać się do zmieniających się warunków rynkowych i lepiej odpowiadać na potrzeby klientów. Warto podkreślić, że AI nie zastępuje ludzi, ale wspiera ich w wykonywaniu pracy, co prowadzi do wzrostu efektywności i satysfakcji pracowników.

Wdrażanie sztucznej inteligencji jest zatem kluczowym krokiem w rozwoju organizacji – to nie tylko trend, lecz także strategiczna konieczność w obliczu współczesnych wyzwań biznesowych.

Cyfrowa rewolucja zmienia rolę menedżerów

Rewolucja technologiczna dzieje się na naszych oczach, nieustannie kształtując i redefiniując sposób, w jaki funkcjonują organizacje. Jak stwierdzono w raporcie Światowego Forum Ekonomicznego „Future of Jobs”, technologia rozwija się szybciej, niż przedsiębiorstwa są w stanie zaprojektować i rozszerzyć swoje programy szkoleniowe.

To stawia menedżerów przed kluczowym wyzwaniem – jak wyprzedzić konkurencję i dostosować się do zmieniającego się krajobrazu rynku pracy? Odpowiedź jest bardziej złożona niż kiedykolwiek wcześniej, ponieważ era uniwersalnych rozwiązań zarządczych już dawno minęła.

Co więc trzeba zrobić, aby w ciągu nadchodzących lat odnieść sukces jako menedżer? Na te pytania postaramy się odpowiedzieć, analizując pojawiające się technologie, które kształtują przyszłość pracy oraz rolę menedżerów w adaptacji tych technologii do codziennych operacji biznesowych, aby skutecznie rozwijać firmy, którymi zarządzają.

Nowe technologie w rękach menedżerów

Z danych zawartych w „Business Digital Transformation Monitor – Edition 2024” wynika, że jedna trzecia polskich przedsiębiorstw planuje zwiększyć wydatki na transformację cyfrową w przyszłym roku. 18 proc. organizacji zamierza zatrudnić nowych specjalistów, aby wspierać ten obszar wzrostu. Te statystyki są wyraźnym dowodem na to, że polskie firmy coraz bardziej świadomie podchodzą do wyzwań cyfryzacji i aktywnie poszukują skutecznych rozwiązań technologicznych.

Najważniejsze kompetencje menedżera przyszłości

Z szacunków wynika, że do 2030 r. liczba miejsc pracy w sektorze cyfrowym globalnie wzrośnie do ok. 92 mln. Współczesny menedżer, by odnaleźć się w tej rzeczywistości, musi posiadać wiele kluczowych kompetencji, które pozwolą mu prowadzić organizację w erze cyfrowej i dynamicznych zmian rynkowych. Jakże to kompetencje?

Umiejętności cyfrowe – zrozumienie nowych technologii i ich zastosowań w biznesie będzie kluczowe w podejmowaniu decyzji w zakresie transformacji cyfrowej.

Przykład: sklep internetowy Tchibo, korzystając z infrastruktury Google Cloud, zwiększył wydajność, skracając czas wyszukiwania produktów o 75 proc. Takie decyzje, podejmowane na bazie innowacyjnych technologii, mają bezpośredni wpływ na poprawę jakości obsługi klientów.

Umiejętność korzystania z danych – umiejętność analizy i interpretacji danych daje menedżerom przewagę w podejmowaniu decyzji opartych na faktach, co sprzyja efektywnemu planowaniu strategicznemu.

Przykład: algorytm Amazonu, Collaborative Filtering Engine (CFE), analizuje preferencje zakupowe klientów, tworząc personalizowa-



ne rekomendacje. Tego typu wykorzystanie danych jest dziś standardem w e-commerce.

Zdolność adaptacji i zarządzanie zmianą – wraz z szybkim postępem technologicznym menedżerowie muszą umiejętnie dostosowywać się do nowych realiów i prowadzić organizację przez procesy zmian.

Przykład: CD Projekt z powodzeniem zarządzał kryzysem związanym z premierą gry „Cyberpunk 2077”, co pokazuje, jak kluczowa jest zdolność do szybkiej adaptacji w trudnych sytuacjach.

Inteligencja emocjonalna – skuteczne przywództwo wymaga empatii i samoświadomości. Menedżerowie przyszłości będą musieli umieć budować zaufanie i motywować swoje zespoły.

Przykład: Google inwestuje w rozwój inteligencji emocjonalnej swoich menedżerów, organizując programy szkoleniowe, takie jak „Search Inside Yourself”, które poprawiają komunikację i budują empatię w zespole.

Kompetencje międzykulturowe – zrozumienie różnorodności kul-

turowej staje się nieodzowną cechą menedżerów, którzy pracują w globalnych zespołach.

Przykład: Asseco Poland zarządza wielokulturowymi zespołami, co wymaga skutecznej komunikacji między różnymi kulturami i podejściami.

Myślenie strategiczne – zrozumienie rynku, konkurencji i długoterminowych celów organizacji jest kluczowe dla efektywnego zarządzania.

Przykład: Żabka Polska wdrożyła aplikację Żappka, która umożliwiła zakupy online, zapewniając ciągłość operacyjną w czasie pandemii.

Innowacyjność i kreatywność – kultura innowacyjności stanie się podstawą do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Przykład: Tesla zarządzana przez Elona Muska to doskonały przykład firmy, która stawia na kreatywność i innowacje, wykraczając poza tradycyjne rozwiązania w branży motoryzacyjnej.

Odporność i zarządzanie stresem – w obliczu wyzwań menedżero-

wie będą musieli wykazać się odpornością na stres, a także promować zdrowie psychiczne swoich zespołów.

Przykład: Microsoft wprowadził inicjatywę Microsoft Cares, wspierającą pracowników poprzez programy zdrowia psychicznego.

– Menedżerowie powinni rozwijać swoje umiejętności technologiczne oraz promować kulturę innowacji w swoich organizacjach. Przyczyniają się one do zwiększenia efektywności operacyjnej i budowania silniejszych relacji z klientami – mówi Piotr Zieliński, dyrektor Akademickiego Centrum Technologii i Innowacji na Uczelni Łazarskiego.

Wykształcenie menedżera przyszłości

Rozwój zawodowy nigdy nie był ważniejszy niż dziś. W dobie cyfryzacji i automatyzacji cykle nauki przyspieszają, co sprawia, że przyszli menedżerowie muszą stale aktualizować swoje umiejętności. Według danych ze Światowego Forum Ekonomicznego, 65 proc. dzisiejszych studentów będzie pracować w zawodach, które jeszcze nie istnieją.

– Transformacja cyfrowa to proces ciągły. W związku z tym nasza uczelnia oferuje programy edukacyjne dostosowane do zmieniających się potrzeb rynkowych. Praktyczne podejście do nauki oraz współpraca z biznesem stają się kluczem do sukcesu – podkreśla Piotr Zieliński.

Menedżerowie, którzy chcą odnieść sukces w ciągu nadchodzących lat, muszą być gotowi na nowe wyzwania. Tylko ci, którzy rozwijają kompetencje technologiczne, adaptacyjne i przywódcze, będą w stanie prowadzić swoje zespoły do sukcesem.

REKLAMA



Biznesowy wzrost z AI

Zyskaj przewagę i wprowadź swoją firmę na wyższy poziom

Szkolimy i doradzamy z obszaru AI dla biznesu.
Poznaj najczęściej wybierane programy szkoleniowe:

WARSZTATY AI
DLA ZARZĄDÓW

AI
DLA FIRM

TAJNIKI AI
W MARKETINGU

MOC AI
W SPRZEDAŻY

AI W PRACY
DZIAŁÓW HR

POWER SPEECH
O TECHNOLOGII I AI

www.buzzcenter.pl | kontakt@buzzcenter.pl | tel. +48 515 275 443

