

Manažérske hry

» Základným a prvým kľúčovým krokom firemnej – manažérskej – hry je presné definovanie cieľovej skupiny a cieľov hry. Z neho následne vychádza zostavovanie obsahu hry, ako program a programové prostriedky, ciele a napokon zostavovanie výstupov – rozbor, spätná väzba a meranie úspešnosti.



dreamstime.com

» Manažérska hra nie je teambuilding

Manažérske hry sú viac formálne ako teambuilding, hráči sú zväčša z rôznych firiem a hra má jasne stanovené ciele. Môžu byť ciele napríklad na rozvoj obchodných zručností, komunikačných schopností, vyjednávacích techník, vedenie ľudí a podobne, a to všetko prostredníctvom zážitku – konkrétnej hry, praktickej a reálnej skúsenosti. Počas hry musia, alebo môžu hráči kooperovať, tvoriť tímy, stratégie, stanovovať medzi sebou lídrov, riešiť zadané úlohy, prekonávať prekážky – to všetko podľa vopred stanovených pravidiel.

Hry majú kontrolovaný priebeh a sú vedené odborníkmi, ktorí počas hry pôsobia ako pozorovatelia, hodnotitelia a následní osobní tréneri účastníkov. Manažérske hry sa často organizujú v inom ako firemnom prostredí a môžu sa využívať ako hodnotiace nástroje. Využívajú sa, aj keď zriedka, aj pri výbere zamestnancov. Teambuilding je na rozdiel od manažérskej hry menej formálny a hoci má jasný cieľ –

stmeliť tím (jedna spoločnosť, jedna firma), cesty na jeho dosiahnutie nie sú vždy tvrdo nalinkované. „Tu treba poznamenať, že na Slovensku sa pod týmto pojmom chápajú aj spoločenské aktivity typu – ísť po práci s kolegami na pivo, čo však nie je úplne správne. Hoci teambuilding by mal byť vždy voľnejšou, oddychovo-relaxačnou aktivitou, mal by v sebe niesť nejaké posolstvo a jeho účastníci by si z neho mali niečo odniesť,“ hovorí **Lukáš Zajac**, konzultant poradenskej spoločnosti AMROP HEVER Slovakia.

Bohatší o skúsenosti

Každý účastník má odísť z manažérskej hry s dobrým pocitom. Taktiež by sa mal niečo dozvedieť o sebe a vlastných manažérskych zručnostiach a schopnostiach, na ktoré bola hra zameraná. A, samozrejme, nemožno zabudnúť na fakt, že by mal zistiť, ako sa mu podarilo zvládnuť často netradičné výzvy a ako môže svoje zručnosti a schopnosti zlepšiť. Ďalším žiaducim efektom je spoznanie ostatných účastníkov – kolegov, ktorí sa do firemnej hry zapojili –

a následné zlepšenie pracovnej atmosféry, tímovej spolupráce a podobne.

Zaujatí hrou

Pre úspech v hre je nutné vydať maximum, hľadať vhodnú stratégiu, prijímať zodpovednosť za svoje rozhodnutia a niesť dôsledky. Aby hra ako výchovný a vzdelávací



Lukáš Zajac

« nástroj fungovala, musia byť účastníci „vtiahnutí“, (emocionálne alebo pragmaticky) dokonale motivovaní, „ponorení“ do sveta hry. Hoci je scenár hry stanovený, lektori s ním musia pracovať a modifikovať ho podľa potrieb skupiny. Práca s hrou vo vzdelávaní dospelých je tak jednou z najnáročnejších lektorských schopností.

Juraj Púchlo

*Zdroj: AMROP HEVER Slovakia
SVATOŠ, V.; LEBEDA, P.: Outdoor tréning
pro manažery a firemní týmy,
Praha: Grada Publishing, 2005, 1.
vydanie, s. 57–64*

foto: ilustračné