

# TRANSFER WIEDZY Z WYKORZYSTANIEM *WEBINARIUM*

*Katarzyna Tubielewicz*<sup>1)</sup>

## **Streszczenie**

W niniejszym artykule przedstawiono efekty związane z wykorzystaniem narzędzi informatycznych w procesie transferu wiedzy. Współcześnie obserwujemy coraz większe zastosowanie Internetu w transferze wiedzy, chociażby poprzez rozwój *e-learningu*. W opracowaniu skupiono się na zaprezentowaniu wykorzystania technologii internetowych i nowych rozwiązań w zakresie transferu wiedzy na podstawie zrealizowanego w ramach projektu *Best Ager – Using the knowledge and experience of professionals in their primes to foster business and skills development in the Baltic Sea Region seminarium on-line (webinarium)* pt. „Biznesplan”.

**Słowa kluczowe:** transfer wiedzy, szkolenia *on-line*, *webinaria*

## **Wstęp**

Zmiany zachodzące w gospodarkach oraz na globalnych rynkach w znacznym stopniu wpływają na zmiany we wzorcach zarządzania przedsiębiorstwami zwłaszcza w obszarach filozofii zarządzania, stosowanych narzędzi oraz sposobach edukacji. Postępujący rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych (ang. *information and communication technology – ICT*) wpływa na względne kurczenie się świata, oraz na ujednoczenie potrzeb klientów. Globalna konkurencja wymusza systematyczne wprowadzanie innowacji systemowych, procesowych, technologicznych czy też produktowych. Obecnie kluczowym zasobem organizacji nie jest kapitał, lecz ludzie oraz wiedza. Nowoczesne techniki informacyjne umożliwiają szeroki dostęp do zasobów wiedzy. Współcześnie obserwujemy coraz większe zastosowanie Internetu w transferze wiedzy, chociażby poprzez rozwój *e-learningu*. Treści niniejszego opracowania skoncentrowano na przedstawieniu skutecznego narzędzia informatycznego w postaci *webinarium* w procesie transferu wiedzy.

Celem artykułu jest przedstawienie efektów związanych z wykorzystaniem nowych rozwiązań – narzędzi informatycznych w procesie transferu wiedzy.

---

<sup>1)</sup> Politechnika Gdańska/Gdańsk University of Technology.

W treści niniejszego opracowania ograniczono się do zaprezentowania narzędzia informatycznego w postaci seminarium *on-line* (*webinarium*). W artykule przedstawiono również istotne kwestie związane z wiedzą w organizacji oraz możliwościami jej transferu. Skupiono się na analizie przeprowadzonego bezpłatnego *webinarium* dla młodych przedsiębiorców pt. „Businessplan”. Koncepcja seminarium *on-line* powstała w ramach projektu *Best Agers* ([www.best-agers-project.eu](http://www.best-agers-project.eu)), którego jednym z celów jest ułatwienie transferu wiedzy pomiędzy osobami z dużym doświadczeniem zawodowym (w „kwiecie wieku”) a osobami młodymi rozpoczynającymi karierę zawodową. Za merytoryczną i techniczną stronę *webinarium* o tematyce związanej z generowaniem idei biznesowych i tworzeniem biznesplanów odpowiedzialnymi byli niemieccy partnerzy projektu *Best Agers* – FMV *Forschungsverbund Mecklenburg – Vorpommere e.V.* ([www.fmvev.net](http://www.fmvev.net)) we współpracy z Wydziałem Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Podstawowe założenie polegało na tym, że podczas *webinariów* doświadczony ekspert w wieku 55+ będzie się dzielił swoją wiedzą i doświadczeniem ze studentami chcymi rozpocząć własną działalność gospodarczą.

Rozwój nauki w zakresie zarządzania wiedzą przygotowuje odbiorców do zrozumienia istoty i znaczenia wiedzy w organizacji jako głównego i najważniejszego zasobu we współczesnym świecie. Niniejsza praca koncentruje się na przedstawieniu najważniejszych zagadnień związanych z transferem wiedzy z wykorzystaniem Internetu, a konkretnie seminarium *on-line* w postaci *webinarium*.

## 1. Transfer wiedzy

Z punktu widzenia rozważań podjętych w artykule szczególnie istotne jest przybliżenie pojęcia „wiedza”. Analiza literatury przedmiotu wykazała, że nie ma jednej, ogólnie przyjętej definicji wiedzy. Najczęściej jest ona rozpatrywana w odniesieniu do źródeł jej powstania, celu, w jakim jest tworzona, oraz przejawów jej występowania. Mając na uwadze cel niniejszego opracowania, w dalszej części rozdziału skupiono się na przedstawieniu podziału wiedzy ze względu na jej typ i rodzaj transferu.

Ogólnie, najczęściej wskazywany i omawiany w literaturze przedmiotu jest podział wiedzy na jawną oraz niejawną (ukrytą). Charakter wiedzy wpływa na łatwość jej odbioru i poprawne zrozumienie. Wiedza jawna jest wiedzą dostępną dla wszystkich, łatwą do uzyskania i transferu. Wiedza ta poddaje się formalizacji, a do jej rozpowszechniania używa się powszechnie stosowanych narzędzi. Transfer może się odbywać poprzez osoby lub też przy wykorzystaniu sprzętu, bez utraty wartości wiedzy. Z kolei wiedza niejawna (ukryta) przejawia się we wspólnym niepisany kodeksie wartości, wizji, wzorców postępowania, postaw. Wiedza ukryta stanowi efekt kumulacji doświadczeń, stanowiąc zarazem wiedzę praktyczną (Grudzewski, Hejduk, 2004). Dodatkowo należy zwrócić uwagę na podział wiedzy w organizacji, przedstawiony w tabeli 1, który uwzględnia cztery podstawowe kategorie, a mianowicie: wiedzę świadomą (*conscious knowledge*), wiedzę

obiektywną (*objective knowledge*), wiedzę automatyczną (*automatic knowledge*) oraz wiedzę wspólną (*collective knowledge*).

**Tabela 1.** Typy wiedzy w organizacji ze względu na charakter oraz dostępność

	Jawna	Niejawna
Indywidualna	wiedza świadoma	wiedza automatyczna
Zbiorowa	wiedza obiektywna	wiedza wspólna

Źródło: D. Carolis, *The Role of Social Capital and Organizational Knowledge in Enhancing Entrepreneurial Opportunities in High Technology Environment*. W: Ch.W. Choo, N. Bontis (red.), *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*. Oxford University Press, s. 701.

Wiedza indywidualna stanowi efekt celowo przyswojonych informacji, jak również może być automatycznie generowana w postaci niejawnej. Z kolei wiedza zbiorowa może mieć formę obiektywną, to znaczy dostępną dla wszystkich, lub też może mieć charakter wspólny, ale nieuświadomiony, w sytuacji gdy dominują w niej elementy niejawne.

Jednocześnie należy podkreślić fakt, że transfer wiedzy stanowi interakcję pomiędzy jej dwoma rodzajami – ukrytą i jawną. Zaprezentowane rodzaje wiedzy stanowią podstawę do przedstawienia krótkiej charakterystyki rodzajów transferu wiedzy. Rodzaje transferu wiedzy zostały zaprezentowane w tabeli 2.

**Tabela 2.** Rodzaje transferu wiedzy

Rodzaj	Definicja	Zadanie i kontekst	Typ wiedzy	Wskazówki dotyczące projektowania
Transfer seryjny	wiedza zdobyta przez zespół w drodze wykonywania zadania w określonych warunkach jest transferowana i wykorzystywana przez zespół w trakcie wykonywania takiego zadania w innych warunkach	podobne zadanie, nowy kontekst	ukryta i dostępna	regularne, krótkie, zwięzłe spotkania
Transfer wierny/imitacja	wyartykułowana wiedza zdobyta przez określony zespół podczas wykonywania codziennych powtarzalnych zadań jest wykorzystywana przez inne zespoły wykonujące podobną pracę	podobne zadanie, podobny kontekst	dostępna	wiedza jest rozpowszechniana elektronicznie i uzupełniana w drodze personalnych interakcji

cd. tab. 2

Rodzaj	Definicja	Zadanie i kontekst	Typ wiedzy	Wskaźniki dotyczące projektowania
Transfer odległy /naśladowczy	wiedza ukryta, pozyskana przez zespół w trakcie wykonywania nie rutynowych zadań, jest udostępniana innym zespołom wykonującym podobną pracę w innych częściach organizacji np. filiach, oddziałach, departamentach itd.	podobne zadanie, inny kontekst	ukryta	wymiana wiedzy jest obustronna – wiedza jest transferowana przez ludzi w organizacji
Transfer strategiczny	kolektywna wiedza organizacji jest potrzebna do realizacji zadań strategicznych, kluczowych dla organizacji	krytyczne zadania, specyficzny kontekst	ukryta i dostępna	potrzebna wiedza jest identyfikowana przez menedżerów wyższego szczebla
Transfer ekspercki	zespół, napotykając techniczne problemy, wykraczające poza obszar własnej wiedzy, poszukuje ekspertyz innych członków organizacji	różne zadania, podobny kontekst	dostępna	promowane są elektroniczne fora dyskusyjne, podzielone według różnych zadań i poziomu partycypacji

Źródło: Dixon N.M.: *Common Knowledge. How Companies Thrive by Sharing What They Know*. Boston: Harvard Business Review School Press 2000, s. 144–145.

W przedstawionym zestawieniu należy zwrócić uwagę na możliwości wykorzystania wiedzy ze względu na rodzaj transferu. Rodzaj transferu wiedzy w postaci transferu wiernego oraz transferu eksperckiego, ściśle związany z rodzajem wiedzy w postaci jawnej i ukrytej, wykorzystywany w przekazie elektronicznym, stanowi podstawę dalszych rozważań.

## 2. Rynek szkoleń *on-line*

Powszechny rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) umożliwia w coraz szerszym zakresie stosowanie nowoczesnych technik uczenia na odległość (ang. *distance learning*), które nie wymagają osobistego kontaktu nauczyciela ze studentami. Warto podkreślić, że nauczanie na odległość nie jest zjawiskiem nowym. Zostało wynalezione ponad 100 lat temu i polegało na wymianie korespondencji pocztowej pomiędzy odbiorcą, uczniem a instytucją prowadzącą kurs. Rozwój Internetu oraz „społeczeństwa wiedzy”, trend „gospodarki uczącej się” oraz „era społeczeństwa informacyjnego” wzmocniły znaczenie nauczania na odległość (Orczy-

kowska, 2011). Wykorzystanie w edukacji na odległość technologii ICT, szczególnie narzędzi komunikacji internetowej oraz multimedialnych, tworzy nowy rynek edukacji – *e-learning* (e-nauczanie) (Hyla, 2005). Na podstawie literatury przedmiotu można wyróżnić podstawowe rodzaje szkoleń w zakresie e-learningu (Billewicz, 2007):

- samokształcenie z wykorzystaniem dostępnych materiałów edukacyjnych;
- wykłady internetowe, z wykorzystaniem technik prezentacyjnych;
- ćwiczenia i zadania wykonywane przez uczących się (samodzielnie lub zespołowo);
- wirtualne seminaria z równoczesnym udziałem prowadzącego i uczestników;
- wirtualne konsultacje w trybie bezpośrednim lub pośrednim.

Mając na uwadze treści artykułu, w dalszej części pracy skupiono się na wirtualnych rodzajach szkoleń, a dokładnie na *seminarium on-line* (*webinarium*).

Rozpoczynając rozważania dotyczące wykorzystania *webinarium*, w tym miejscu należy wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z prezentowanym w artykule narzędziem informatycznym (szeroki dostęp do Internetu umożliwia korzystanie z narzędzi informatycznych, których nazwy pochodzą z anglo- lub niemieckiego słownictwa). Jako pierwsze przedstawiono pojęcie **webcast**, które należy rozumieć jako transmisję materiału audio/wideo do dużej liczby użytkowników Internetu. *Webcast* realizowany na żywo do celów szkoleniowych jest określany mianem **webinarium** (ang. *Web + seminar*). *Webinar* jest realizowany poprzez dźwięk, obraz, czat oraz inne funkcje interaktywne, jak współdzielenie pulpitu, głosowanie, dzielenie się dokumentami. Kolejnym istotnym pojęciem jest **Video on Demand** (VoD). Jest to usługa pozwalająca na odtworzenie wydarzeń transmitowanych i zarejestrowanych wcześniej dzięki technologii *webcast* (Raport *Webinaria w Polsce*).

Rynek *webinarium* dopiero się rozwija, jednak zauważa się coraz większe zainteresowanie wykorzystaniem nowoczesnych technologii w transferze wiedzy. Obserwujemy stopniowe wyłanianie się tej formy przekazu z rynku niszowego na coraz bardziej rozwijający się i cieszący coraz większym zainteresowaniem rynek transferu wiedzy.

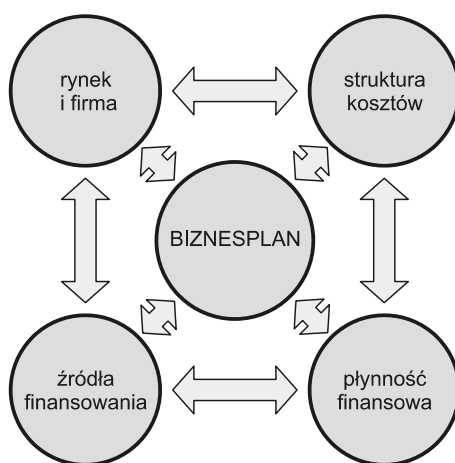
### 3. Koncepcja *webinarium*

Treść niniejszego rozdziału została poświęcona omówieniu koncepcji realizacji *webinarium* pt „Biznesplan”, które zostało zorganizowane z myślą o młodych osobach zainteresowanych założeniem własnego biznesu. i stanowiło bezpłatną formę szkolenia w zakresie uruchomienia oraz prowadzenia własnego biznesu. *Webinarium* było prowadzone przez doświadczonego praktyka międzynarodowego biznesu, który przy wsparciu moderatora realizował cykl spotkań *on-line* za pomocą platformy *edudip* (Platforma do kursów *on-line edudip*). Wymagania techniczne związane z uczestnictwem w *webinarium* były niewielkie, należało posiadać komputer wyposażony w mikrofon i słuchawki oraz dostęp do Internetu. Językiem wykładowym był język angielski.

Seminarium składało się z sześciu godzinnych spotkań *on-line*. Realizowane było w okresie od 1 marca do 5 kwietnia 2012 r. (w każdy czwartek w godz. od 15.30–16.30).

Na cykl spotkań składało się sześć modułów, w tym pięć merytorycznych. Pierwsze spotkanie, przewidziane jako zajęcia wprowadzające, było nieobowiązkowe i dotyczyło wyłącznie spraw organizacyjnych. Natomiast udział w kolejnych spotkaniach był obowiązkowy w celu uzyskania certyfikatu uczestnictwa w *webinarium*.

Zakres tematyczny poszczególnych modułów *webinarium* przedstawia rysunek 1.



**Rysunek 1.** Moduły *webinarium* „Biznesplan”

Źródło: Forkiewicz M., Tubielewicz K.: *Generowanie idei biznesowych z wykorzystaniem webinarium*, *Mechanik* 2012, nr 7, s. 232.

Realizacja *webinarium* w układzie chronologicznym poszczególnych spotkań przedstawia się następująco (strona internetowa projektu *Best Agers*, strona internetowa *webinarium* „Biznesplan”):

1. Biznesplan: definicja, cele, struktura, źródła pozyskania informacji, strategia.
2. Rynek i firma: produkt, grupy docelowe, analiza rynku, konkurencyjność.
3. Struktura kosztów: przychody, koszty, relacje, budżet.
4. Planowanie płynności: składowe, planowanie wydatków i przychodów, wymagania.
5. Kapitał i finanse: opcje, wymagania, wiarygodność kredytowa, metody oceny.

Schemat realizacji przeprowadzonego *webinarium* „Biznesplan” składał się z kilku etapów, które zostały omówione w dalszej części artykułu.

Rozpoczęcie *webinarium* poprzedziła akcja promocyjno-informacyjna związana z możliwością wzięcia udziału w bezpłatnym szkoleniu *on-line* z zakresu przygotowywania biznesplanu. Rekrutację uczestników rozpoczęto ponad miesiąc przed terminem rejestracji. Proponowany zakres tematyczny związany z opracowaniem biznesplanu, dostęp do bezpłatnej wiedzy oraz forma realizacji seminarium zaowocowały dużym zainteresowaniem studentów.

Mierzalnym efektem zainteresowania udziałem w *webinarium* była rejestracja 213 osób przed pierwszym modułem, czyli przed 1 marca 2012 r. Podstawowym warunkiem uzyskania certyfikatu potwierdzającego udział w *webinarium* było uczestnictwo w pięciu merytorycznych spotkaniach, warunek ten spełniło ponad 100 uczestników.

Pierwszy etap polegał na rejestracji uczestników za pomocą strony internetowej. Adres strony organizatorów ([www.fmvev.net](http://www.fmvev.net)) można było znaleźć w informacjach zapowiadających *webinarium* oraz na oficjalnej stronie projektu *Best Agers* ([www.best-agers-project.eu](http://www.best-agers-project.eu)). Po „wejściu” na wskazaną stronę pojawiał się dokładny adres internetowy, umożliwiający dostęp do okna rejestracji warunkującej udział w *webinarium*. Rejestracja uczestników polegała na wypełnieniu kilku pól formularza internetowego związanym z podaniem podstawowych danych kandydata zainteresowanego udziałem w *webinarium*. Należało podać dane osobowe, takie jak: imię, nazwisko, wykształcenie oraz aktualny adres mailowy.

Drugi etap polegał na potwierdzeniu przez organizatorów prawidłowej rejestracji uczestnika. Na podany adres mailowy wysyłano informację potwierdzającą rejestrację. Podczas tego etapu miały miejsce weryfikacja zgłoszeń oraz kwalifikacja uczestników seminarium.

Trzeci etap realizacji *webinarium* polegał na wysłaniu do każdego z uczestników na podany adres mailowy, dzień przed rozpoczęciem spotkania, informacji zapowiadającej i przypominającej zaplanowane seminarium. Przed rozpoczęciem każdej sesji na adres mailowy użytkownika wysyłany był link, za pomocą którego uczestnik miał możliwość zalogowania się na *webinarium*. Logowanie obejmowało podanie przez użytkownika *loginu* oraz przyjętego w rejestracji *hasła*.

Czwarty etap był związany z realizacją samego spotkania. Przebieg spotkania wyglądał następująco: punktualnie o godz. 15.30 link ze stroną *webinarium* zostawał uaktywniony. Uczestnicy mogli zobaczyć pozostałych słuchaczy zalogowanych na dane spotkanie. W trakcie trwania *webinarium* wszyscy mieli dostęp do slajdów przygotowanej przez eksperta prezentacji multimedialnej w formacie Power Point. Uczestnicy słyszeli głos osoby prowadzącej oraz mogli zobaczyć jej małą lutki portret z kamery internetowej. Podczas całego spotkania widoczne było również okno z *czatem*, na którym można było zadawać pytania do prowadzącego. Przebieg spotkania koordynował moderator, reprezentujący partnera projektu *Best Agers* odpowiedzialnego za organizację *webinarium*. Po zakończeniu godzinnego spotkania uczestnicy wylogowywali się ze strony.

Etap piąty, pośredni, dotyczył realizacji zadań domowych podawanych w trakcie poszczególnych modułów.

Ostatni, szósty etap polegał na wysłaniu na adres mailowy uczestnika *webinarium* certyfikatu potwierdzającego udział w pięciu merytorycznych spotkaniach.

Cykl *webinariów* został zakończony nieobowiązkowym, dodatkowym spotkaniem warsztatowym na Wydziale Zarządzania i Ekonomii PG. Podczas spotkania przedstawiono i przedyskutowano najważniejsze kwestie związane z realizacją *webinarium*. Wyniki badania przedstawiono w dalszej części opracowania.

#### 4. Ocena przeprowadzonego *webinarium* „Biznesplan”

Treści niniejszego rozdziału dotyczą analizy przeprowadzonego *webinarium* pod kątem merytorycznych, organizacyjnych i technicznych aspektów realizacji i przebiegu zakończonego przedsięwzięcia. Najważniejsze wnioski z przeprowadzonej badań w postaci mocnych i słabych stron zrealizowanego cyklu szkoleń zestawiono w tabelach 3 i 4.

**Tabela 3.** Analiza merytorycznych aspektów realizacji *webinarium* „Biznesplan”

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dostęp do fachowej literatury przedmiotowej</li> <li>– Dostęp do wielu aktualnych materiałów związanych z prowadzeniem biznesu</li> <li>– Precyzyjne przygotowane materiały prezentowane podczas seminarium (uporządkowany układ chronologiczny, wzór biznesplanu zawierający wszystkie najważniejsze elementy, z dobrym stopniem szczegółowości oraz edytowalnej formie)</li> <li>– Przedstawiane przykłady wynikały z wieloletniego doświadczenia w prowadzeniu biznesu w skali międzynarodowej</li> <li>– Przykłady autentycznych sytuacji problemowych i trudności związanych np. z niedoszacowaniem kosztów, nieprzewidywalnymi sytuacjami rynkowymi itp.</li> <li>– Szczegółowa analiza prezentowanych przykładów z zakresu przygotowania i prowadzenia własnego biznesu</li> <li>– Cenne wskazówki i przydatne rozwiązania wynikające z wiedzy eksperckiej mentora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nieprecyzyjna informacja dotycząca możliwości dostępu do materiałów prezentowanych podczas <i>webinarium</i></li> <li>– Niedoskonałości językowe – trudności w zrozumieniu fachowego słownictwa stosowanego przez eksperta podczas omawiania poszczególnych zakresów tworzenia biznesplanu (ze względu na niemiecki akcent)</li> <li>– Nadmierne rozbudowanie przedstawionego przykładowego arkusza biznesplanu dla początkującego przedsiębiorcy</li> <li>– Subiektywna ocena przygotowywanych koncepcji biznesplanu – odmienne postrzeganie warunków rynkowych wynikające z nieco innej specyfiki rynków krajowych</li> <li>– Przykłady prezentowane podczas poszczególnych sesji trudno odnieść do polskich realiów prowadzenia biznesu</li> <li>– W większości stosowano podejście opisowe, dużo ogólnych stwierdzeń bez odwołania do wartości liczbowych</li> </ul>

*Źródło:* Opracowanie własne na podstawie oceny przebiegu *webinarium* „Biznesplan”.

Oceny *webinarium* dokonano na podstawie obserwacji oraz rozmów z uczestnikami seminarium. W spotkaniu wzięło udział 50 uczestników *webinarium*, którzy sukcesywnie realizowali proces zdobywania wiedzy. Warunkiem uprawniającym do udziału w spotkaniu było otrzymanie potwierdzonych przez FMV certyfikatów uczestnictwa (wydawanych na podstawie pełnego uczestnictwa – ciągłej obecności *on-line* we wszystkich pięciu modułach merytorycznych).



Jak wykazano w zaprezentowanym zestawieniu, realizacja seminarium w formie *on-line* wymaga solidnego przygotowania merytorycznego. Duże znaczenie ma dostęp do materiałów szkoleniowych, transfer wiedzy eksperckiej popartej interesującymi przykładami dobrych i złych praktyk. Bardzo ważną rolę odgrywa również możliwość adaptacji omawianych sytuacji i przykładów do panujących realiów.

**Tabela 4.** Analiza aspektów technicznych i organizacyjnych *webinarium* „Biznesplan”

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Możliwość korzystania ze szkolenia bez konieczności wychodzenia z domu</li> <li>– Bezpłatny dostęp do wiedzy</li> <li>– Możliwość zadawania pytań przez <i>e-mail</i> (niestety, ze względu na dużą liczbę uczestników, nie wszyscy uzyskali odpowiedź)</li> <li>– Materiały szkoleniowe dostępne w systemie <i>screen</i> (bezpłatne udostępnienie zrzutów na ekran, edycja zrzutów ekranu <i>on-line</i>)</li> <li>– Możliwość zadawania na <i>czacie</i> pytań podczas spotkań</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Problemy techniczne <i>edudip</i> (zwłaszcza z transmisją dźwięku oraz z rozpoczęciem szkolenia)</li> <li>– Problemy z weryfikacją uczestników, którzy odbyli 5 merytorycznych spotkań – w efekcie brak płynności w przyznawaniu certyfikatów</li> <li>– Porozumiewanie się osoby prowadzącej z moderatorem w języku niemieckim (co wprowadzało dezorientację wśród uczestników seminarium)</li> <li>– Opóźnienia z rozpoczęciem seminarium spowodowane problemami z połączeniem się mentora z systemem <i>edudip</i></li> <li>– Brak możliwości bezpośredniego zadawania pytań ekspertowi podczas trwania seminarium</li> <li>– Brak możliwości bezpośredniej interakcji z prowadzącym ze względu na dużą liczbę uczestników</li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie oceny przebiegu *webinarium* „Biznesplan”.

Realizacja seminarium w formie *on-line* wymaga solidnego przygotowania technicznego. Organizatorzy w celu osiągnięcia sprawnego przebiegu spotkań powinni przede wszystkim zwrócić uwagę na określenie maksymalnej liczby uczestników, którą można weryfikować przykładowo na podstawie kolejności zgłoszeń lub przyjętych kryteriów kompetencyjnych (np. wykształcenia).

Kolejnym ważnym aspektem jest zwrócenie uwagi na możliwość pełnej interakcji podczas spotkań *on-line*, gdyż częściowa tylko w niewielkim stopniu satysfakcjonuje uczestników. Podczas realizacji przedsięwzięcia w skali międzynarodowej bardzo ważnym elementem jest stosowany przez organizatorów język.

## 5. Podsumowanie

W podsumowaniu treści niniejszego artykułu dotyczącego oceny realizacji i przebiegu seminarium *on-line* należy podkreślić liczne pozytywne aspekty wynikające z udziału w *webinarium*.

Do najważniejszych i najczęściej podkreślanych szans i korzyści można zaliczyć (Forkiewicz, Tubielewicz, 2012):

- pogłębienie wiedzy o merytorycznych aspektach tworzenia biznesplanu;
- dobre wyjaśnienie (krok po kroku) zasad rozpoczęcia własnej działalności;
- praktyczne wskazówki dokonania odpowiedniego wyboru działalności (typu, miejsca, wielkości);
- praktyczne podejście do finansowania inwestycji – popierające zasadę szukania finansowania wokół siebie, np. wśród rodziny, przyjaciół, w źródłach własnych;
- pozyskanie dodatkowych materiałów szkoleniowych dostępnych w Internecie;
- zadania domowe weryfikowane i oceniane indywidualnie przez eksperta, praktyka biznesu, dotyczące np. koncepcji biznesplanu czy propozycji finansowania;
- wymiana doświadczeń na polu międzynarodowym;
- możliwość konsultacji z ekspertem;
- sporządzenie biznesplanu w języku angielskim pozwoliło na rozwinięcie zdolności językowych oraz na przygotowanie do współpracy z zagranicznymi kontrahentami.

Ogólnie, można stwierdzić, że osoby korzystające ze szkoleń *on-line* wysoko cenią sobie rozwój ustawiczny oraz zdobywanie szeroko rozumianej wiedzy. Potwierdzają to badania udostępnione w raporcie pt. „*Webinaria w Polsce*” w których pokazano, że 25% użytkowników najczęściej korzystających z *webinariów* to osoby z doświadczeniem zawodowym, które dbają o rozwój własnych umiejętności i kwalifikacji.

## Bibliografia

1. Billewicz A.: *Szkolenia elektroniczne*. W: Olszak C.M., Zięba E. (red. nauk.) *Strategie i modele gospodarki elektronicznej*. Warszawa: PWN 2007, s. 180–199.
2. Carolis D.: *The Role of Social Capital and Organizational Knowledge in Enhancing Entrepreneurial Opportunities in High Technology Environment*, (w:) Ch.W. Choo, N. Bontis (red.), *The Strategic management of Intellectual Capital and organizational Knowledge*, Oxford University Press 2002, s. 701.
3. Dixon N.M.: *Common Knowledge. How Companies Thrive by Sharing What They Know*, Boston, Massachusetts: Harvard Business Review School press 2000, s. 144–145.
4. Forkiewicz M., Tubielewicz K.: *Generowanie idei biznesowych z wykorzystaniem webinarium*. *Mechanik* 2012, nr 7, s. 229–236.
5. Grudzewski W., Hejduk I.: *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Diffin 2004, s. 78–79.
6. Hyla M.: *Przewodnik po e-learningu*. Kraków: Oficyna Wydawnicza 2005.

7. Orczykowska A. *Proces budowy treści szkoleń e-learningowych*, opracowanie z dn. 7.04.2011, [www.e-learning.pl](http://www.e-learning.pl) [dostęp 26.09.2012].
8. Platforma do kursów *on-line edudip* (Platform for live Online Courses), [www.edudip.com](http://www.edudip.com) [dostęp 26.09.2012].
9. Raport „*Webinaria w Polsce*”, [www.z.nf.pl/img\\_obserwatorium/Raport\\_Webinary\\_w\\_Polsce\\_2012.pdf](http://www.z.nf.pl/img_obserwatorium/Raport_Webinary_w_Polsce_2012.pdf) [dostęp 26.09.2012].
10. Strona internetowa FMV Forschungsverbund Mecklenburg – Vorpommern e.V.: [www.fmvev.net](http://www.fmvev.net) [dostęp 26.09.2012].
11. Strona internetowa projektu *Best Agers*: [www.best-agers-project.eu](http://www.best-agers-project.eu) (dostęp 26.09.2012).
12. Strona internetowa *webinarium* „*Biznesplan*”, [www.fmvev.net/projekte/best-agers/webinarinformation.html](http://www.fmvev.net/projekte/best-agers/webinarinformation.html) [dostęp 26.09.2012].

### **WEBINAR AS A TOOL OF KNOWLEDGE TRANSFER**

The article presents the effects related to usage of new solutions-tools in the process of knowledge transfer. Today we can see the increasing use of the Internet in the transfer of knowledge, such as e-learning. The article attempts to demonstrate the use of Internet technologies on the example of seminar “Business plan” realized in on-line (webinar) version.