

Июнь 2025 года

Бизнес-игры: тренды и предпочтения



Результаты исследования Академии бизнеса БИ
в сотрудничестве с GAME & LEARN



Введение (1)

Представляем вам результаты совместного исследования Академии бизнеса Б1 и компании GAME & LEARN



Наталья Сокова

Директор по инновациям и развитию в образовании, Академия бизнеса Б1

Последние 2-3 года мы наблюдаем мощнейшую трансформацию бизнеса. Стремительное распространение технологий и их демократизация, рост ожиданий сотрудников в отношении качества корпоративной культуры, кадровая незащищенность, высокая неопределенность на рынке труда, «реанимация» проектов по развитию кадрового резерва – всё это не просто усложняет работу компаний, но и требует от руководства принципиально новых подходов к управлению командами и их развитию.

Эксперты Академии бизнеса Б1 понимают, что классических форматов обучения уже недостаточно. Научить сотрудников масштабно мыслить, чувствовать себя готовыми к оправданному риску, быть предприимчивыми и владеющими «мышлением предпринимателя» практически невозможно без формирования развивающего опыта другого уровня и качества.

Мы убеждены: бизнес-игры – это не просто модный инструмент, а одна из эффективных обучающих стратегий, благодаря которой можно безопасно моделировать сложные ситуации, развивать нестандартное мышление, сотрудничество и лидерские качества. Важнейшим элементом такой стратегии становится обязательная рефлексия

полученного игрового опыта, помогающая команде и каждому ее участнику лично расти, сохраняя фокус на бизнес-контексте и бизнес-результатах.

Корпоративные университеты, предлагающие бизнес-игры среди прочих форматов обучения, уже сейчас создают более выгодное ценностное предложение для сотрудников. Они также способствуют повышению лояльности специалистов нового поколения, так как учитывают их предпочтение «мозаичного» восприятия информации, обусловленного клиповым мышлением.

В этом исследовании мы расскажем, как использовать игровые форматы для подготовки лидеров будущего, готовых не только к стандартным управленческим задачам, но и к работе в условиях, где выживают сильнейшие, а побеждают способные к саморазвитию, рефлексии, и непрерывному обучению.

В каких корпоративных проектах применяются бизнес-игры?



Комментарий эксперта



Альфия Ярмухаметова

Старший консультант
Академии бизнеса Б1
Бизнес-тренер
Игропрактик

Большинство респондентов отмечают, что бизнес-игры уже стали устойчивым инструментом для обучения и развития сотрудников. Дело в том, что игра дает возможность прожить ситуации, которые очень похожи на реальные рабочие, – с эмоциями, рисками, решениями и последствиями. Люди включаются, потому что это близко к их повседневной практике. Также игровой формат помогает снять напряжение, добавить динамики и вовлеченности, особенно там, где обычные тренинги не работают. Он понятен, безопасен и при этом показывает реальные модели поведения. Поэтому сотрудники быстрее и с меньшим сопротивлением включаются в процесс.

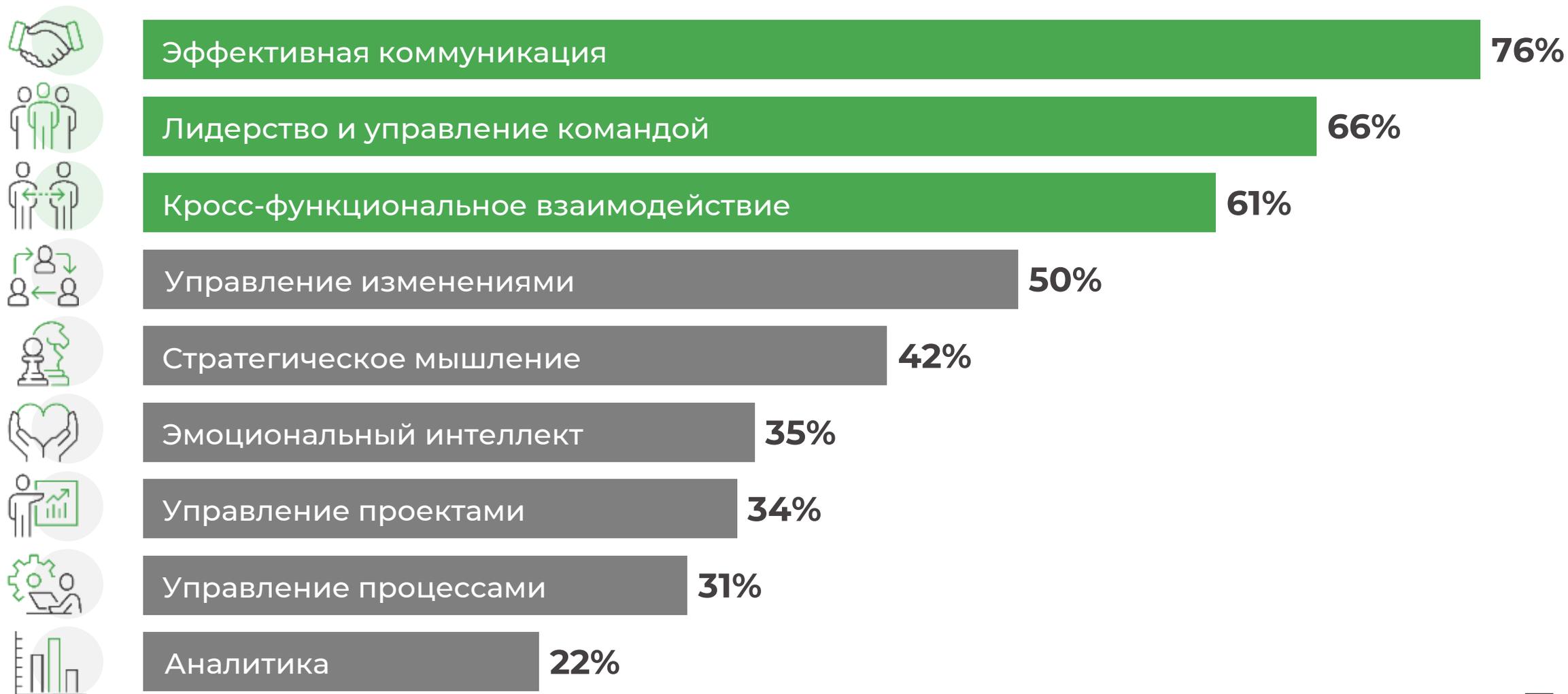
Результаты опроса говорят сами за себя: 46% компаний используют игры для развития лидерства, еще 35% — для подготовки кадрового резерва. В сумме это более 80%.

То есть компании осознанно применяют игры для работы с будущими руководителями. Через такие форматы проще увидеть, как человек мыслит, взаимодействует с другими, как принимает решения не в теории, а на практике.

Кроме того, 45% используют игры на стратегических сессиях, чтобы моделировать ситуации, находить точки роста и вырабатывать общее видение. Хочу отметить, что это уже не просто обучение, а часть управления бизнесом.

А вот в таких направлениях, как адаптация, управление изменениями, оценка и формирование культуры, игры пока применяются реже. Но именно здесь лежит нераскрытый потенциал. Эти процессы часто воспринимаются сотрудниками как сложные и «формальные», а игра может сделать их ближе, понятнее и «живее».

Какие компетенции компании развивают через бизнес-игры?



Комментарий эксперта



Альфия Ярмухаметова

Старший консультант
Академии бизнеса Б1
Бизнес-тренер
Игропрактик

Мы видим фокус на развитие soft skills: компании в первую очередь стремятся развивать эффективную коммуникацию (76%) и лидерство (66%). Также высокую значимость имеет кросс-функциональное взаимодействие (61%).

Ответы респондентов коррелируют с результатами [исследования «Трансформация функции обучения и развития в новых реалиях»](#) (июль 2024 г.), проведенным Академией бизнеса Б1 и «Эксперт РА», которые демонстрируют, что именно эти soft skills будут востребованы в ближайшие пару лет.

Вместе с тем респонденты отметили, что хотят развивать навыки управления изменениями через бизнес-игры. Это один из наиболее интересных трендов, так как работа с изменениями требует адаптивности, быстрого принятия решений в условиях сопротивления и неопределенности. В игре можно смоделировать кризисные

и переходные периоды, помогая участникам безопасно испытывать на себе последствия разных управленческих решений.

Стоит отметить, что компании существенно реже используют бизнес-игры для развития аналитических и проектных компетенций.

Эти результаты указывают на **два возможных объяснения:**

1. игровые механики традиционно ориентированы на динамику взаимодействия людей, а не на структурированные аналитические задачи;
2. компании не видят очевидных игровых решений для развития аналитических и процессных компетенций.



Альфия Ярмухаметова

Старший
консультант
Академии
бизнеса Б1

Бизнес-тренер
Игропрактик

Какую продолжительность бизнес-игр вы считаете наиболее оптимальной?

20%

1-2 часа

48%

3-4 часа

22%

4-6 часов

10%

6+ часов



Комментарий эксперта

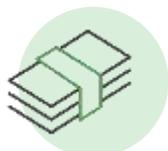
Почти половина опрошенных (48%) считает, что оптимальный формат деловой игры составляет около 3–4 часов. Такой тайминг позволяет глубоко погрузиться в сценарий, не перегружая участников. Судя по результатам, именно такой промежуток времени обеспечивает наилучший баланс между вовлеченностью, практической пользой и возможностями рабочего графика.

Игры продолжительностью 4–6 часов выбирают реже. Они особенно актуальны, когда важно не просто разобрать кейс, а провести полноценный разбор последствий решений и выстроить стратегию на будущее. Игры на полдня подходят для стратегических сессий, моделирования процессов, командной работы над управленческими задачами.

Они помогают прокачать критическое мышление, умение управлять изменениями, анализировать риски и выстраивать взаимодействие между подразделениями.

За счёт длительности игры появляется время на более глубокую проработку и полноценную обратную связь — участники уносят с собой не только опыт, но и конкретные инструменты для работы.

Барьеры при внедрении бизнес-игр как способа обучения



БЮДЖЕТ

ограниченные финансовые ресурсы для закупки или разработки бизнес-игр, а также для оплаты услуг тренеров



ВРЕМЯ

недостаток времени для подготовки, проведения и последующего анализа эффективности бизнес-игр



ИНФОРМАЦИЯ

недостаток данных о лучших практиках и примерах успешного внедрения бизнес-игр



ЭКСПЕРТНОСТЬ

нехватка квалифицированных специалистов или тренеров, обладающих опытом в проведении/создании бизнес-игр



ИНФРАСТРУКТУРА

нехватка физического пространства для проведения игр или технологий для онлайн-форматов



Комментарий эксперта



Альфия Ярмухаметова

Старший консультант
Академии бизнеса БІ
Бизнес-тренер
Игропрактик

Главное препятствие на пути к внедрению бизнес-игр – бюджет. Более половины опрошенных (58%) сталкиваются с нехваткой средств: не хватает денег на покупку готовых решений, разработку собственных сценариев или привлечение внешних фасилитаторов. Даже при высоком интересе к игровым форматам не все компании готовы вкладываться в них. В таких условиях HR- и L&D-специалисты нередко ищут альтернативы: адаптируют уже имеющиеся игры или создают собственные форматы внутри команды.

Время – второй серьезный барьер. Половина респондентов (51%) указывает, что бизнес-игры требуют значительных усилий: нужно время на подготовку, проведение и последующий разбор. И это не только трудозатраты со стороны организаторов: столько же (51%) бизнес-заказчиков просят сократить длительность игр, чтобы сотрудники как можно меньше выпадали из рабочего ритма.

Получается двустороннее ограничение: для HR- и L&D-специалистов это вопрос ресурсов и организации, для заказчиков – эффективности и влияния на бизнес-процессы.

Однако здесь кроется и решение. **Подробный анализ результатов и качественная обратная связь** от участников помогают показать бизнесу конкретную пользу: прокачку командных навыков, развитие компетенций, ускорение принятия решений.

Заключение



Альфия Ярмухаметова

Старший консультант
Академии бизнеса Б1
Бизнес-тренер
Игропрактик

Результаты опроса показывают, что взгляды HR и бизнеса на формат игр расходятся. Специалисты по обучению считают, что оптимальная продолжительность составляет 3–4 часа: этого хватает, чтобы участники погрузились в процесс, разобрали сценарии и получили реальные навыки. Так думают 47% респондентов. Однако заказчики всё чаще просят сократить тайминг игры (51%) и при этом хотят видеть конкретные и быстрые результаты от такого обучения (69%). Получается, что от игр ждут эффективности, но не дают им необходимого пространства для работы.

Большая часть компаний рассчитывает на то, что игры помогут развить вовлеченность (55%) и прокачать коммуникацию (58%). Между тем эти навыки требуют времени: настоящее включение, доверие, командная динамика не возникают за полчаса. Если игру проводить в рамках минимального тайминга, только чтобы заполнить паузу между встречами, нужного эффекта не получится достичь.

Но если цель не просто развлечь, а реально повлиять на поведение и командные процессы, игра должна быть полноценной – ее не подменить короткой сессией. Компетенции не вырастают в таких условиях, особенно те, которые строятся на взаимодействии и обратной связи. И если бизнес действительно ждет результата, нужно дать для этого подходящее время.



Ожидания высокие, а времени всё меньше



Невозможно развить вовлеченность за час



Игру нельзя сжать до формата чек-листа