

## **A MARKETING SZEREPE AZ IN-COMPANY-TRAINING MÓDSZERTANÁNAK ELTERJESZTÉSÉBEN**

### **BEVEZETÉS**

Évek óta foglalkozom azzal, hogyan motiválhatók a viszonylag hosszabb ideje végzetek arra, hogy ismét beüljenek az iskolapadba. Vajon a belső indíttatású cselekvés ingerküszöbe hogyan léphető át? Ez a kérdés annál is izgalmasabb, mivel a szakmai szint és a képzési szint állandóan fut egymás után, hol kisebb, hol nagyobb rést hagyva a kettő között. Vajon milyen módon lehet e helyzetet javítani?

### **A VIZSGÁLAT CÉLJA**

Vizsgáltuk, hogy a szakmai képzéssel, továbbképzéssel kapcsolatos motiváció hogyan fokozható a munkahelyeken évek óta alkalmazásban álló dolgozók esetében, különös tekintettel akkor, ha az illető viszonylag biztosnak érzi állását.

### **AZ IN-COMPANY-TRAINING, MINT LEHETŐSÉG**

A vállalaton belüli képzés külső intézmény közreműködésével (in-company-training) még viszonylag új, Magyarországon is csak néhány esetben találkozhatunk vele. Ekkor az iskola megy a vállalathoz (munkavállalókhoz, akik diákok lesznek), hogy tanítsa, továbbképezze őket. A vállalati stratégia, elvárásrendszer és a célok állnak a középpontban. A munkáltató fizet, ezért a legjobb eredményt szeretné kapni. Esetünkben a Delfin Rt. Szakképzési Csoportja, az IM Informatikai Magániskola Kft. és módszertani segítséget nyújtva a Gábor Dénes Főiskola Hódmezővásárhelyi Konzultációs Központja működnek együtt. Szeretnénk fejleszteni a vállalaton belüli továbbképzés területén, adaptálva és felhasználva a Szófiai Építészeti, Építőmérnöki és Geodéziai Egyetem Hidrotechnikai Tanszékének ebben a témakörben elért módszertani és működési eredményeit. Azok a szakmák, amelyekben eredményeket értek el, többségében, az OKJ alapján, nálunk is oktathatók iskolarendszeren kívüli képzésben különböző fokon. Projektünkben kiemelt hangsúlyt helyezünk a motiváció fokozására, amelynek egyik eredménye lehet a szakmai igényesség és munkaerő-piaci érték növekedése. Vállalkozások és különböző oktatási intézmények (iskola, tréning központ, főiskola) együttműködéseként bízunk abban, hogy elméleti és gyakorlati munkánk ezen a területen is eredményes lesz. Legfontosabb célunk, hogy megvalósítsuk a piac-orientált gyakorlati továbbképzést, amely megfelel a cégek igényeinek.

Partnerünk az IM Informatikai Magániskola Kft. (akkreditált felnőttoktatási képzőhely, lajstromszáma: 0179), amely szeretné tevékenységi körét kibővíteni többek között a munkaerő-piaci igényeket kielégítő át- és továbbképzésekkel (közép- és felsőfokú szakmát adó tanfolyamokkal). A Gábor Dénes Főiskola Konzultációs Központja eddig is nagyon sok hasznos módszertani, szakmai segítséget nyújtott a Delfin Rt. szakképzési tevékenységének fejlesztése érdekében, ebben az esetben is számítunk szakmai hozzáértésükre.

Bulgáriában tanulmányoztuk (cégeknél és intézményeknél is) hogyan érik el, hogy a munkavállalók tovább képezzék magukat újabb szakmákat megismerve, milyen motivációs elemek a jellemzőek.

---

<sup>146</sup> Dr. Gál József PhD, Szegedi Tudományegyetem Mezőgazdasági Főiskolai Kar, tudományos munkatárs.

## HELYZETKÉP

2002-ben végzett (nem reprezentatív) felmérésünk alapján szinte csak az egyetemi, főiskolai végzettséggel rendelkezők esetében fogalmazódott meg egyértelműen a továbbképzés, önképzés igénye. Kérdésként merült fel, hogy miért nem motiváltak a középfokú vagy alacsonyabb képzettségűek a továbbképzésre, önképzésre? A válaszokban találtunk néhány figyelemre méltó elemet, például: nincs időm munka után az iskolába menni (pl. másik településen van); a munkahelyem nem látja hatékonyságát (miért jó neki); nincs olyan képző intézmény, amely igényeinknek megfelel stb. (Gál J. 2005.A).

## AMIT TAPASZTALTUNK, A MARKETING SZEREPE

Első dolgunk volt az információszerzés az in-company-training módszertanáról, lehetőségeiről. A munkáltatók ismerik-e ezt a lehetőséget, illetve milyen módon tudnának együttműködni az oktatási-képzési szolgáltatást nyújtó szakképző intézményekkel? A vizsgálat az alábbi szakterületekre összpontosított (OKJ szerint):

- 31 5233 04 Géplakatos
- 31 5259 02 Kompresszor-, légtartály- és szivattyúkezelő
- 33 5237 02 Mechanikai műszerész
- 51 5223 01 Elektrotechnikai műszerész
- 51 5223 10 Számítástechnikai műszerész

Megállapítottuk, hogy e képzési forma nem igazán ismert, azonban jó ötletnek tartják és – bár az igények jellemző módon ad hoc jelentkeznek – keresik a definiálásukat. A motiváció növelés és az oktatási módszertan fejlesztése indokolt (Gál J. 2005.B).

A szolgáltatásmarketing területén az oktatás jelentős és egyben speciális terület is. A szakirodalom felsorolja, és megkülönbözteti a 7P idevonatkozó sajátosságait, a HIPI-elv tökéletesen illik megvalósítására (Veres Z. 1998). A heterogenitás, bizonyos aspektusból, előnnyé kovácsolható, bár minőségi kritériumok vonatkozásában a homogenitás kívánatos. A személyes jelenlét, kapcsolat a képzés fő eleme. Olyan tanár-diák együttműködést feltételez, amelyet megelőz egy (általában) munkáltató-oktatási intézmény kapcsolat, hiszen a képzés hatékonysága, gyakorlati alkalmazhatósága nagymértékben függ annak előkészítettségétől.

A közoktatás, illetve bizonyos értelemben a felsőoktatás kereteiből kilépve a terület üzleti jellege megerősödik. Klasszikusan igazzá válik a befektetés és a megtérülés pár mérlegre helyezése. A felnöttek szakmai képzésével foglalkozó intézmények, vállalkozások szembesülnek azzal az igénnyel, hogy személyre, vállalatra szabott, naprakész ismereteket közvetítő kurzusokkal lehetnek csak versenyképesek. A Delfin Rt. és az IM Kft. rövid (néhány napos) és jóval hosszabb (több hónapon át tartó) tanfolyamokat és tréningeket is szervez. Állandó dilemma és kérdés számukra, hogy megérik, megértik-e az üzleti szféra igényét? Vajon milyen mértékben lehet és szabad csak iskolai körülmények között tanítani, illetve mikor hatékonyabb a képzés vállalati, életközeli helyzetekben. Ezt további részleteiben szeretnék megvizsgálni, tevékenységüket ilyen területen bővíteni és a máshol dolgozó aktív munkavállalók továbbképzését is megvalósítani. A Gábor Dénes Főiskola Hódmezővásárhelyi Konzultációs központja a felmérés, kutatás koordinátora és szakmai segítője. Terveik közt szerepel a dolgozói motiváció növelése, melynek érdekében új képzési módszereket, formákat is szeretnének bevezetni. Ehhez nyújtana segítséget a Szófiai Építészeti, Építőmérnöki és Geodéziai Egyetem Hidrotechnikai Tanszéke (nem egyetemi képzési tevékenységéről van szó), akik a hidrotechnikához kapcsolódó vállalati képzés terén több évtizedes tapasztalattal rendelkeznek. Érdekes, hogy – bár jórészt történelmi okokból – szak- és továbbképzési együttműködések a rendszerváltás előtti időkből erednek, azokat innovatív elemekkel gazdagították, így ma is érdekesek számunkra.

Különösen érdekes a motiváció, ösztönzés, amely hatására hajtóerőt érez a diák, hogy újra beüljön az iskolapadba. Adottságaik miatt a kombinált továbbképzés jelentős eredményt ért el, melynek elméleti része távoktatásos formában történik és a gyakorlatok intenzív formában vállalati környezetben valósul meg. Az intézmény oktatói jól ismerik üzleti partnereiket, így vállalatra, személyre szabott tréningeket, gyakorlatokat iktatnak a képzési programba.

Gyakorlatban, a helyszínen, a Rodope hegységben olyan vízierőműveket látogattunk meg, amelyek kis létszámú munkavállalóval működnek, akik számára létkérdés, hogy több szakmához értsenek, hiszen magukra vannak utalva sok esetben. A földrajzi elzártság is speciálissá teszi életüket, hiszen a környéken nem sok a munkahely, tehát meg kell becsülni, ha valakit alkalmaz az energiaipar. Ezen, a jórészt üzemszerűen, viszonylagos állandóságban működő vízierőművek könnyen kényelmessé tehetik az embert. Közösen egyfajta karrierlétra programot dolgoztak ki, amely ösztönöz, a munkahelyen elöltött, sok esetben felügyeleti időt, pedig hasznosabbá teheti. A lokálisan elhelyezkedő erőművek egyfajta „minitelepülések”, az ott felmerülő feladatok a képzési szintek szerint nem mindig különíthetők el. Innen eljutni egy városi iskolába – közlekedési és egyéb nehézségek miatt – nem egyszerű, így a szakképzés, továbbképzés új formáinak alkalmazása indokolt. Két megoldás kínálkozik: az e-learning, amely Bulgáriában még nem igazán terjedt el, és az in-company-training, amelyben a célközönségre szabott programokkal a képző intézmény megy el a munkahelyre, és ez elméleti képzés mellett, direkt gyakorlattal áll rendelkezésre. Ez egy nagyon hatékony forma, bár jelentős felkészültséget, innovatív megoldásokat kíván a tanároktól, szakoktatóktól. A diákoktól is egyfajta partnerséget kíván, hiszen mégis ők vannak „otthon”, és a képzés e komparatív előny miatt kudarcba is fulladhat. Úgy érezzük, van létjogosultsága ennek a speciális (persze vitathatatlanul fajlagosan költségigényes) képzési formának abban az esetben, ha a célközönségek jól sikerül kiválasztani és a továbbtanulási, képzési igény is létező.

## ÖSSZEGRZÉS

Az információhiány az egyik alapvető probléma. A képző intézmények általában olyan kurzusokat hirdetnek meg, amelyek koncentráltan, a képző intézmény által megjelölt helyen kerülnek megszervezésre. Az oktatás részéről gyakran még mindig érezhető az a régivágású felfogás, hogy a diák találja meg őket, így marketingmunkára csak kis figyelmet fordítanak. Vizsgálatunk rámutatott arra, hogy a napilapokban elhelyezett, drága hirdetések nem hozzák meg a kívánt eredményt, a képzésnek e szegmensében a szakmai lapokat is kevesen olvassák, ezért az ott megjelent tájékoztató anyagok sem túlzottan sikeresek. A helyi és országos rádióadók műsorainál nagyon pontosan meg kell határozni az adás idejét, mert ha más célcsoport hallgatja, hatástalan hirdetésünk. A televízióval – költségessége miatt – általában nem lehet e képzéstípusnál számolni. Amennyiben internettel jól ellátott területről van szó, ez a médium egyre alkalmasabb az információk terjesztésére. A legtöbb diákot viszont a személyes ráhatás, az ismeretek forrásának közvetlen megismertetése hozza. Szintén hatékony módja a motiválásnak, ha a munkáltatót sikerül meggyőzni a képzés hasznosságáról, együttműködve kialakítani a képzési programot, egyes elemeit cégükhöz, intézményükhöz kihelyezni. Tapasztalataink alapján ez is számos nehézségbe ütközik, hiszen a képzésért felelős vezetők a kész munkaerő „megvásárlására” töreksenek, mondván náluk inkább csak dolgozzon, ne tanulással töltse idejét, használja energiáját. Van egyfajta diszharmonia is, főleg a felsőfokú képzettséggel rendelkezők esetén. Egyfajta félelem is tapasztalható, pozícióféltés, jobb, ha a beosztott nem tesz túl rajtunk. Sajnos a nemtörődömség is jelen lehet, csak a kötelező (jogszabályban előírt) képzésekre hajlandóak áldozni. Ezeket szükséges változtatni, amelynek egyik módja a közösen kialakított, igényekhez igazodó in-company-training.

## IRODALOM

- Gál József–Horváth József–Makra Lászlóné (2005.A): Bulgáriai mozaikok – víz, energia, kertészet, borászat, szakképzés – gondolatok egy tanulmányút kapcsán, Wellmann Oszkár Tudományos Tanácskozás, SZTE MFK, Hódmezővásárhely.
- Gál József–Gálné Horváth Ildikó–Knyur Géza (2005.B): Az élethosszig tartó szakképzés motivációs lehetőségei; a cégen belüli képzés (in-company-training) szerepe az oktatás különböző szintjein, L-A-EX435/2004 project záróbeszámolója.
- Veres Zoltán (1998): Szolgáltatásmarketing. Műszaki Könyvkiadó, Budapest.