



Merre tart a tréningpiac?

# NYOMOTT ÁRAK, éleződő verseny

A válság a tréningpiacot is megtépázta. Az utolsó „békeévben”, 2008-ban sokan könyveltek el csúcsbevételt, azonban a következő esztendő már elkésztő adatokat hoztak idehaza is. Egy elsőként a HR Pluszban publikált nemzetközi felmérésből, valamint a piaci szereplők tapasztalataiból kiderül, milyen képzésekre költik a szűkös forrásokat a cégek, és mennyire elégedettek a résztvevők.

**A** hazai tréningpiac a multinacionális vállalatok megjelenésével kezdett kialakulni, mivel azok hozták magukkal saját céges kultúrájukat, amelynek fontos része a dolgozók képzése, fejlesztése. Azóta is jellemző, hogy a nagyobb és többnyire külföldi tulajdonossal is bíró

vállalatok költenek is erre. Lefelé haladva minderre már nem jelentkezik akkora igény, a kkv-szektor pedig egyszerűen nem, vagy csak alig tudja kifizetni a tréningeket. Annak ellenére sem, hogy a szűkülő piacon szükségszerűen lejjebb mentek az árak, a verseny pedig nagyon kiéleződött.

## Fejlesztés: régi vagy új utakon?

2009-ben és 2010-ben a megrendelések számának csökkenését érzékelték a Cegos Kft. is, idén azonban már több érdeklődést, aktivitást tapasztalnak. Elmondásuk szerint elsősorban a nemzetközi vállalatoknál javul a helyzet. A megrendelések száma is nő, de arról a nyomott árszínvonalról, amit a válság okozott a tréningpiacon, nézetük szerint nem lesz könnyű elmozdulni.

Valamelyest a Flow Csoportot is érintette a recesszió, 2009-hez viszonyítva nyolc százalékkal csökkent az árbevételük. Zsikla Gábor, a cég ügyvezetője kifejtette, a kisebb tanácsadó cégek törik le az árakat, szerinte azonban a magas színvonalú, az ügyfél számára megtérülő szolgáltatásokat nem lehet nyomott áron biztosítani. A szakember valószínűnek tartja, hogy pár év múlva kevesebb tréningcég lesz jelen, amelyek „piaclefőző” áron kínálják a szolgáltatásaikat. Alacsonyán tartott árak mellett nem lehet a legjobb tanácsadó-trénereket megfizetni, illetve a továbbképzésüket finanszírozni – magyarázza.

A Concordia Kft. vezetője is megerősítette, hogy érezhető az árnyomás, de azoknál a speciális programoknál, amelyek segítik a szervezeti problémák leküzdését, nem történt jelentős elmozdulás. A „tucat”-tréningek piacán viszont jelentős visszaeséssel lehet találkozni – tette hozzá Lövey Imre, aki szerint ilyen változás elsősorban olyan esetekben fordul elő, amikor a beszerzéssel foglalkozó munkatársnak meghatározó szerepe van abban, melyik szolgáltató mellett döntenek. Úgy véli, a piacon hosszú idő alatt szakmai tekintélyt kivívó, magas minőséget garantáló szereplők jobban tudják tartani a magasabb árszintet.

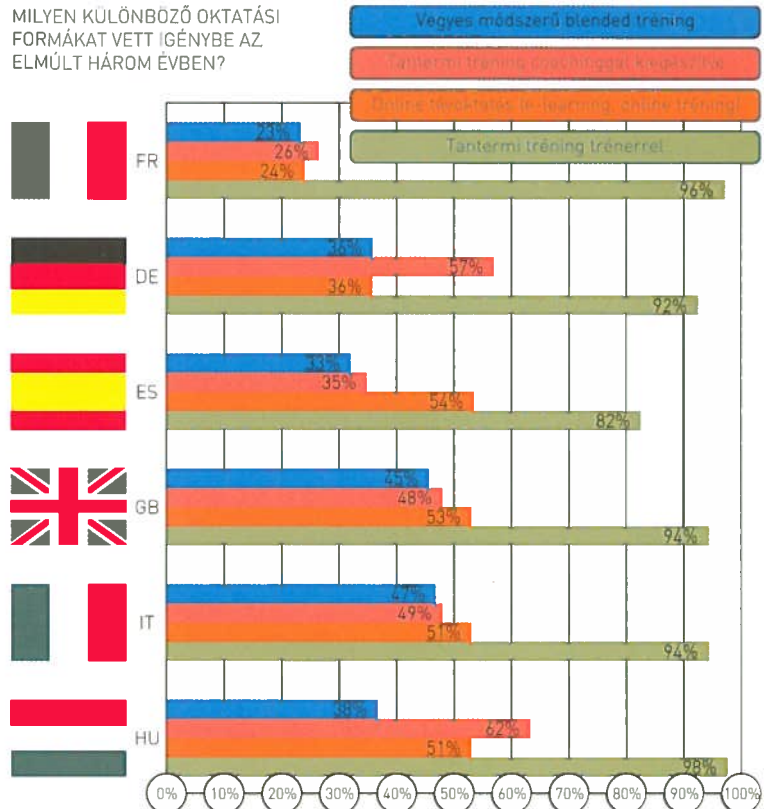
A vállalatok által fizetett képzések, fejlesztések adatai segíthetnek megvilágítani, miként gondolkodnak a cégek ebben a helyzetben. A nemzetközi Cegos-csoport legfrissebb felmérése szerint még mindig a hagyományos, tréner vezette képzések a legnépszerűbbek a kutatásban szereplő országokban, így Magyarországon is. A nemzetközi trendeket elemezve ugyanakkor feltűnő a növekedés a mobil eszközökön keresztüli tanulás és az oktatási célú játékok terén. Összesen 2759 munkavállalót kérdeztek meg az

Egyesült Királyságban, Franciaországban, Németországban, Olaszországban, Spanyolországban és idén először Magyarországon is. A nem reprezentatív kutatás online kérdőív segítségével készült, amelyet itthon 217 fő töltött ki. Az eredmények szerint hazánkban a válaszadók 90 százaléka vett részt valamilyen képzésen az elmúlt három évben. A tréninglehetőségeket, a hatékonyságot, az új ismeretekhez való hozzájárulást, a cégek elkötelezettségét a továbbképzés mellett mind-mind pozitívumként nevezték meg a válaszadók.

## Új módszertanok a tanulásban

A felmérés eredményei szerint a hagyományos, tréner vezette tantermi tréningek maradtak az élen, amelyen a magyar válaszadók 98 százaléka vett részt, és ezzel arányait tekintve az ország a képzeletbeli első helyen végzett csakúgy, mint a coachinggal kiegészített tréning esetében is. Ennek legfőbb oka: a helyzetet jó alkalomnak tartják a résztvevők a tapasztalatcserére. Fontos szempont, hogy a csoportos és egyéni feladatok végrehajtása közös térben a leghatékonyabb. A blen-

MILYEN KÜLÖNBÖZŐ OKTATÁSI FORMÁKAT VETT IGÉNYBE AZ ELMÚLT HÁROM ÉVBEN?



## JÁRT UTAT JÁRATLANÉRT?

„Az e-learning és a vegyes módszertanú tréningtípusokra kapott magyar eredményeknél fontos kiemelni, hogy a válaszadók között nagy arányban képviseltették magukat az ezer főnél több munkavállalót foglalkoztató cégek alkalmazottai, akiknek sok esetben a nemzetközi vállalat saját online tananyagaihoz van hozzáférésük” – mondta el a kiadványunknak Boros István, a Cegos ügyvezetője. A szakember sokszor találkozik azzal a kérdéssel Magyarországon, hogy ki mit ért „e-learning” alatt. Egyes források például az e-mailen átküldött pdf formátumú tananyagot is idesorolják, amelyek valóban online formátumúak, de nézetei szerint nem felelnek meg a tréning módszertanának. Ezeket nehéz egy fogalmi körben említeni azokkal az interaktív és felhasználóbarát e-learning tananyagokkal, amelyek megkönnyítik a tanulás folyamatát, segítik a tanultak memorizálását és az ismeretek elmélyítését.

ded, tehát vegyes módszertanú és online tréningeket tekintve a magyarok részvétele megfelel a nemzetközi átlagnak, sőt az előbbi képzéseknél megelőzi a franciákat, a németeket és a spanyolokat is. A Flow Csoport ügyvezetője arról számolt be, hogy esetükben elsősorban a tantermi tréningek és műhelyek a leggyakoribbak, de a szabadban tartott outdoor programok is megjelennek az igények között. Zsikla szerint nagyon fontosak a „face-to-face” tréningek, amelyekkel jelentős változást lehet elérni mind egyéni, mind szervezeti szinten. Ugyanakkor a blended learning módszertan is egyértelműen erősödik a magyar piacon – teszi hozzá.

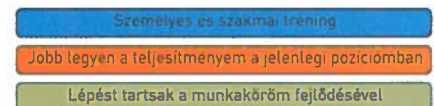
Lövey Imre tapasztalata az, hogy nagy az érdeklődés az újdonságok iránt, a kicsit más, az ortodox tréningektől eltérő megoldások egyre népszerűbbek. Sok program keveri a hagyományos tréning-módszereket outdoor elemekkel, illetve a valós szervezeti problémákon dolgozó műhelymunkával, amikor is visszatérve a munkahelyre, azonnal építenek a workshopon kidolgozott megoldásokra. A szakember kifejtette: több cégnél egyre népszerűbb a szisztematikusan felépített, másfél-két évig tartó vezetésfejlesztési rendszer. A Concordia vezetője ezenkívül úgy látja, egyre gyakrabban követik a tréningeket úgynevezett team-coachingok is, amelyeken a résztvevők a tanultak gyakorlati alkalmazása alatt felmerült dilemmáikat osztják meg egymással, és közösen, a tréner vagy team-coach segítségével keresnek és gyakorolnak be

konkrét megoldásokat. Így elkerülhető az az egyébként széles körben ismert jelenség, hogy a tréning hatása néhány hét alatt lecseng, és nem sok változás figyelhető meg a résztvevőkön – hangsúlyozza.

## Blended megoldások nyomában

Az évente elvégzett nemzetközi felmérés eredményei idén 3 százalékos növekedést állapítottak meg a blended megoldás esetében a tavalyi évhez képest. A nemzetközi trendeket elemezve érdemes kiemelni a felhasználók számának komoly növekedését a legújabb oktatási formák esetében, nevezetesen a mobil-eszközökön keresztüli tanulást. A tavalyi 9-ről 39 százalékra emelkedett ez az arány, az oktatási célú játékoknál pedig 15-ről 45 százalékra. Laurent Reich, a Cegos-csoport trénerképzésekért felelős tanácsadója ezt azzal magyarázza: „Első olvasásra meglepőek lehetnek ezek az adatok, de könnyen megmagyarázhatók az okostelefonok és a táblagépek (iPad, Samsung Galaxy Tab stb.) robbanásszerű elterjedésével. Ezek az eszközök lehetővé teszik, hogy bárhol, és bármikor megkaphassuk a szükséges információkat, amikor szükségünk van rájuk.” Magyarországon ezeket persze még kevésbé használják a tanulásra: a mobil-eszközöket a válaszadók 7 százaléka, míg a játékos formát 14 százalékuk alkalmazza.

MENNYIRE MOTIVÁLJÁK ÖNT AZ ALÁBBI OKOK  
A TRÉNINGRÉSZVÉTELBE?



Nemzetközi átlag a tréningen részt vevők körében



Magyar átlag a tréningen részt vevők körében



## Személyes és szakmai fejlődés

Magyarországon és nemzetközi szinten egyaránt a személyes és szakmai fejlődés motiválja a legjobban a munkavállalókat a tréningrészvételben. A második és harmadik helyen a munkakör fejlődésének való megfelelés és a teljesítménynövelés áll. Ez utóbbi kérdés a felmérésben kifejezetten a jelenlegi pozícióra vonatkozott, míg egy új pozíció megszerzésének lehetősége egy másik cégnél csak a hatodik volt a fő motivációs tényezők között.

Zsikla Gábor ugyanakkor úgy látja, egyelőre ritka a tudatos gondolkodás az egyéni fejlesztési célokat illetően. Azt tapasztalja, hogy még mindig az a gyakoribb, hogy a cég „küldi el” a munkatársakat tréningre, a résztvevők nem egyéni motivációból érkeznek. Amikor azonban már a tréningen vannak, akkor örülnek, hogy eljöttek.

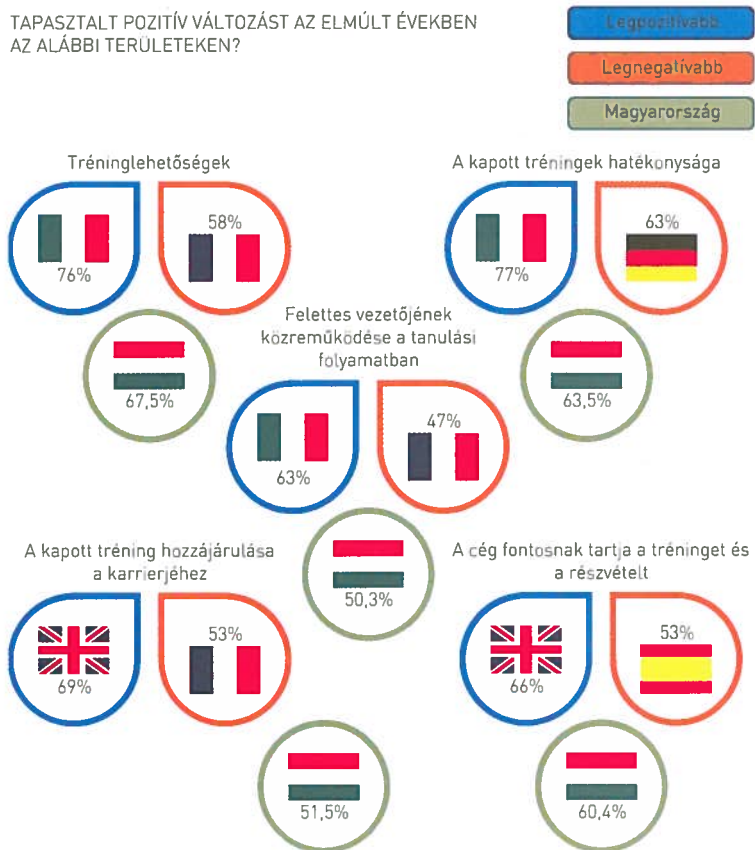
## Élen a szakmaspecifikus képzések

A magyar válaszadók 22 százaléka vett részt szakmaspecifikus tréningen az elmúlt három évben. Nemzetközi viszonylatban ugyanez az érték a kutatás eredményei szerint 26 százalékos, és egyértelműen vezet a témák sorrendjét. Második helyen a személyes hatékonyság fejlődésére irányuló és kommunikációs képzések állnak, amit itthon a humánerőforrás, leadership és projektmenedzsment témakörök csoportja követ. A nemzetközi trendekben visszaesés figyelhető meg a menedzsmenttréningek terén az előző évben végzett felméréshez viszonyítva, akkor 16 százalék volt a mostani 13 százalékkal szemben. Ugyanez az eredmény tükröződik a nemzetközi tréningcég 2010 végén folytatott nemzetközi kutatásában is, amikor 1500 vezetőt kérdeztek meg. Akkor az derült ki, hogy négyből egy menedzser egyáltalán nem vett részt vezetői tréningen!

## Pozitív változás – a munkavállalók szemével

Amikor a tréningekkel kapcsolatos pozitív változásokra kérdeztek rá a Cegos szakemberei, kiderült, hogy a magyarok véleménye nagyrészt megegyezik a nemzetközi átlaggal. Itthon viszont kevésbé tartják pozitívnak a változást a tréning karrierjükhöz való hozzájárulásánál, il-

TAPASZTALT POZITÍV VÁLTOZÁST AZ ELMÚLT ÉVEKBEN AZ ALÁBBI TERÜLETEKEN?



letve a kapott tréningek hatékonyságánál, ahol csak az ötödik az ország a sorrendben. A megkérdezett szempontok közül a legpozitívabb változást a tréninglehetőségekben, a tréningek hatékonyságában és cégük elkötelezettségében látják Magyarországon.

Kárpáti Iván

## TRÉNINGEK A LEGJOBB MUNKAHELYEKEN

Érdeemes megvizsgálni egy másik jelentős piaci szereplő, az Aon Hewitt adatait is. A Legjobb Munkahely felmérésében részt vevő, 500 fő feletti termelővállalatok között a dolgozók 48 százaléka gondolja, hogy a cég által kínált és elvégzett tréningek hasznosak a munkájukhoz. Emellett 49 százalékuk úgy véli, a vállalat lehetőséget ad arra, hogy olyan tudást, képességeket szerezzenek meg, amelyek támogatják szakmai fejlődésüket, nem csak tréningek formájában. 44 százalékuk szerint lehetőségük van olyan új tudás és ismeretek megszerzésére, melyek segítségével a mostaninál magasabb szintű feladatokat is el tudnak majd látni. Az ugyanebben a felmérésben részt vevő, 500 fő feletti szolgáltatóvállalatok között a tréningekkel, képzésekkel való elégedettség egyértelműen magasabb. A dolgozók 59 százaléka gondolja, hogy van lehetőségük szakmai tudásukat fejleszteni, és ugyanennyien, hogy a cég által kínált és elvégzett tréningek hasznosak. 58 százalékuk pedig úgy látja, hogy munkahelyén hasznos tapasztalatokat, ismereteket szerez.