

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Firemní školení zvyšují profesionalitu

Systému vzdělávacích agentur, které se vyznačují různou úrovní a způsoby výuky, využívá poměrně velké procento zahraničních nadnárodních firem. Naopak mezi českými firmami je vzdělávání zaměstnanců v malé oblibě.

Přitom je již prokázána souvislost mezi mírou proškolení pracovníků a úspěšností firmy. Profesionalita se ve škole naučit nedá. Tam lze získat určitý základní přehled, základní dovednosti a znalosti, ale praxe vypadá úplně jinak. Lidé, kteří se setkávají v zaměstnání, mají různé vzdělání, rozličnou praxi, rozmanité zkušenosti a pak se může stát, že firma působí navenek nejednotně. Velké zahraniční, ale i české firmy začaly budovat jednotný image firmy. Ten zahrnuje mnoho jednotlivostí, například reklamní a administrativní zviditelnění firmy, pracovní oblečení, vozový park, ale stejně tak vystupování zaměstnanců. Začíná to v time managementu každého jednotlivce a zahrnuje v sobě i asertivitu, osvojení si profesních dovedností, zvládání krizových situací, řešení konfliktů - to vše ve vztahu k potenciálním obchodním partnerům, zákazníkům. Je důležitá i vnitřní kultura firmy, kde se předpokládá zvládnutí vedení týmu, kontrola a hodnocení zaměstnanců a mnoho dalších aspektů, které vytvářejí atmosféru uvnitř firmy. A právě většinu výše zmíněných dovedností lze získat až praxí nebo v systému dalšího vzdělávání. Proč se Češi brání? Zahraniční firmy jsou naučené využívat systému dalšího vzdělávání. Naopak české podniky posílají své zaměstnance vzdělávacím agenturám jen sporadicky. Proč? Z praxe jsou patrné dva základní důvody. První, méně patrnou příčinou je přetrvávající odpor zdejších lidí ke školením jako takovým. Pro mnohé to představuje ztrátu času, brání se námitkami typu: "stejně se nic nového nedozvím", "všechno je jen teorie, praxe je jiná", "raději budu vydělávat peníze než sedět na školení". Zkušenosti lektorů však říkají, že ten, kdo byl jednou účasten na zajímavém a přínosném školení, bude chtít jít příště znovu. Kurzy, které se v současné době připravují, nemají totiž zdaleka nic společného se školením z let dávno minulých. Většina z nich probíhá formou tréninku, řešením modelových situací a s přímou návazností na každodenní praxi účastníků. Najděte, co potřebujete Druhým, velice silným důvodem českých firem pro zamítnutí účasti zaměstnanců na školení je finanční stránka. Firmy argumentují tím, že školení jsou drahá a návratnost dlouhodobá. A v případě nízkého počtu zaměstnanců i obsaditelnost kurzu nemožná, protože "kdyby nikdo nepracoval, neměl by kdo na kurzy vydělávat". I tyto argumenty jsou snadno vyvratitelné. Není nutností, aby účastníci školení byli sestaveni z jedné firmy. Vždyť například obchodním dovednostem se musí naučit prodejce kancelářských potřeb stejně jako prodejce potravin. Organizují se totiž školení, kterých se mohou zúčastnit zaměstnanci z různých firem. Samozřejmostí je, že takové školení je postaveno zcela jinak než školení, které je připraveno pro jednu konkrétní firmu. A cena? Pravda je, že na zdejším trhu jsou vzdělávací instituce, které požadují za svá školení velké částky. Ale tyto agentury vlastní různé certifikáty kvality, autorská práva k textům a testům, a tím jsou předurčeny pro firmy, které takovéto požadavky mají. Naproti tomu existují vzdělávací agentury, jejichž lektori jsou také odborníci, ale na výše zmíněných ukazatelích nelpí a kvalitní kurzy zorganizují také. Zdroj: www.idnes.cz