

Projekt zvýšení uplatnitelnosti klientů firmy SkillsTraining UK Ltd

Bc. Ľubica Mičatková

Diplomová práce

2005



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ABSTRAKT

Abstrakt slovensky

Diplomová práca je zameraná na projekt zvýšenia uplatniteľnosti klientov firmy Skills Training UK Ltd. Cieľom tohto projektu je zlepšenie výsledkov firmy. Tým sa myslím, zvýšenie úspešnosti firmy pri hľadaní zamestnania pre svojich klientov. Práca obsahuje teoretickú, analitickú a projektovú časť. V projektovej čiže hlavnej časti práce je navrhnutý spôsob a postup akým firma Skills Training UK Ltd môže zlepšiť svoje doterajšie výsledky.

Abstrakt v anglickom jazyku

This dissertation is focused on the project to increase the success rate of clients achievement at Skills Training UK Ltd. The aim of this project is to achieve better results for the company. The success is measured by finding a job for its clients. This work includes the theory, analytical and project part. In the project or main part I suggested an option how Skills Training UK Ltd can increase its results.

Na tomto mieste by som rada poďakovala vedúcej diplomovej práce Ing. Romane Vítkovej, Ph.D. za odborné vedenie, pripomienky a čas venovaný konzultáciám nad touto prácou.

Prehlasujem, že som túto diplomovú prácu spracovala samostatne a použitú literatúru som citovala.

Zlín, 6.5. 2005

ÚVOD.....	8
I. TEORETICKÁ ČASŤ	9
1 NEZAMESTNANOSŤ	10
1.1 MIERA NEZAMESTNANOSTI	10
1.2 FORMY NEZAMESTNANOSTI.....	11
1.2.1 Frikčná nezamestnanosť.....	11
1.2.2 Cyklická nezamestnanosť	11
1.2.3 Štrukturálna nezamestnanosť	11
1.3 VÝŠKA NEZAMESTNANOSTI.....	11
1.4 NÁKLADY A PRÍNOSY NEZAMESTNANOSTI.....	12
1.4.1 Náklady nezamestnanosti.....	12
1.4.2 Prínosy nezamestnanosti	12
2 MOTIVÁCIA.....	14
2.1 DÔLEŽITOSŤ MOTIVÁCIE	14
2.2 TEÓRIE MOTIVÁCIE.....	14
2.2.1 Adamsova teória spravodlivosti.....	14
2.2.2 Obohacovanie práce (job enrichment)	15
2.2.3 Rozširovanie pracovnej spôsobilosti (job enlargement)	15
2.2.4 Obmeňovanie na pracovných miestach (job rotation)	16
2.3 DRUHY MOTIVÁCIE.....	16
2.3.1 Hmotná motivácia	16
2.3.2 Nehmotná motivácia	18
3 VZDELÁVANIE.....	20
3.1 FORMOVANIE PRACOVNÝCH SCHOPNOSTÍ ČLOVEKA.....	20
3.2 TRENDY V OBLASTI VZDELÁVANIA	21
3.2.1 Globalizácia v oblasti vzdelávania.....	21
3.2.2 Internacionalizácia v oblasti vzdelávania	21
3.3 VZDELÁVANIE A ROZDIELNE KULTÚRY	22
3.3.1 Etapy osvojovania si cudzieho jazyka	23
4 INTERKULTURÁLNA KOMUNIKÁCIA	24
4.1 UVEDOMENIE SI ROZDIELNOSTI KULTÚR	24
4.2 ZÍSKANIE ZNALOSTÍ O INEJ KULTÚRE.....	25
4.3 VLASTNÉ SKÚSENOSTI S AKTÍVNOU KOMUNIKÁCIOU	25
II. PRAKTICKÁ ČASŤ	26
5 ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O FIRME SKILLS TRAINING UK LTD	27
5.1 ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA	28
6 ČASTI VZDELÁVACIEHO PROGRAMU	29
6.1 BET (BASIC EMPLOYABILITY TRAINING)	29
6.2 ND25+	29

6.3	FTET 13W BASIC SKILLS (FULL TIME EMPLOYABILITY TRAINING)	29
6.4	FTET 13W EXTENDED	29
7	KLIENTI FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD	30
8	ANALÝZA ŠTRUKTÚRY KLIENTOV FIRMY	31
8.1	ŠTRUKTÚRA KLIENTOV PODĽA POHLAVIA V ROKU 2004.....	31
8.2	ŠTRUKTÚRA KLIENTOV PODĽA VEKU V ROKU 2004.....	32
8.3	ŠTRUKTÚRA KLIENTOV PODĽA KRAJINY V ROKU 2004	32
8.4	ŠTRUKTÚRA KLIENTOV PODĽA NÁBOŽENSTVA V ROKU 2004	33
9	ANALÝZA VÝSLEDKOV FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD	34
9.1	VÝSLEDKY FIRMY V ROKU 2003.....	34
9.2	VÝSLEDKY FIRMY V ROKU 2004.....	36
10	ANALÝZA MOTIVÁCIE KLIENTOV FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD.....	38
11	ANALÝZA VZDELÁVANIA KLIENTOV FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD	41
12	SWOT ANALÝZA FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD.....	45
12.1	SILNÉ A SLABÉ STRÁNKY.....	45
12.2	PRÍLEŽITOSTI A HROZBY	46
III.	PROJEKTOVÁ ČASŤ.....	47
13	PRÍPRAVA PROJEKTU	48
13.1	POČIATOK PROJEKTU JE URČENÝ	48
13.2	ZÁSADY PRE DOSIAHNUTIE TOHOTO PROJEKTU	48
14	HISTÓRIA PROJEKTU	50
15	POŽIADAVKY MANAŽMENTU.....	51
16	ČO SA DOTERAZ UROBILO	52
17	HLAVNÝ CIEĽ PROJEKTU	53
18	KRITÉRIA ÚSPECHU.....	54
19	ČO NIE JE SÚČASŤOU PROJEKTU.....	55
20	OBMEDZENIA PROJEKTU.....	56
21	ROZPOČET PROJEKTU	57
22	PODMIENKY PROJEKTU.....	58
23	STRATÉGIA VEDÚCA K DOSIAHNUTIU STANOVENÉHO CIEĽA.....	59
23.1	ZAMESTNANCI.....	59
23.2	PRÁCA.....	59
23.2.1	Stratégie a metódy pre úspešný JS:.....	60
24	PRÍNOSY, NEVÝHODY A RIZIKÁ PROJEKTU	64

24.1	PRÍNOSY, NEVÝHODY A RIZIKÁ	64
25	ROZVRH PRÁČ	66
26	ČASOVÝ PLÁN PROJEKTU	67
27	ZMENY VO FIRME PRI IMPLEMENTÁCII PROJEKTU	68
27.1	ZMENY V ORGANIZAČNEJ ŠTRUKTÚRE PRI IMPLEMENTÁCII PROJEKTU.....	68
27.2	ZMENY V VÝSLEDKOV PRI IMPLEMENTÁCII PROJEKTU.....	68
	ZÁVER.....	70
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	71
	ZOZNAM GRAFOV	73
	ZOZNAM OBRÁZKOV	74
	ZOZNAM TABULIEK	75
	ZOZNAM PRÍLOH.....	76

ÚVOD

Nezamestnanosť patrí medzi makroekonomický problém a každá krajina sa ho snaží riešiť rôznymi spôsobmi.

Vo Veľkej Británii existuje množstvo personálnych firiem a agentúr, ktorých cieľom je hľadať zamestnanie pre ľudí bez práce. Pomáhajú obyvateľom Veľkej Británie, cudzincom i utečencom, ktorí prichádzajú ročne do krajiny vo veľkom počte.

Takou firmou je i Skills Training UK Ltd. Pomáha utečencom z rôznych krajín sveta hľadať prácu a vzdelávať ich. Klientom, ktorí sú noví v krajine, sa snaží firma pomáhať adaptovať sa do nového prostredia.

Diplomová práca približuje fungovanie firmy Skills Training UK Ltd a situáciu, v ktorej sa firma momentálne nachádza.

Problémom sú nedostatočné výsledky, ktoré firma dosahovala za posledné dva roky svojej činnosti. Preto je nevyhnutný projekt, ktorý je navrhnutý v tejto diplomovej práci.

Hlavným cieľom diplomovej práce je navrhnutie projektu na zvýšenie uplatniteľnosti klientov firmy Skills Training UK Ltd.

Ďalšími cieľmi sú vypracovanie analýzy výsledkov firmy, analýzy súčasnej motivácie klientov a analýzy súčasného vzdelávania klientov firmy.

Diplomová práca je rozdelená do troch častí. Prvá časť je teoretická, v ktorej sú spracované poznatky z literárnych prameňov z oblasti vzdelávania a motivácie klientov. V analytickej časti je vypracovaná analýza súčasného stavu motivácie a vzdelávania klientov vo firme. Posledná projektová časť je zameraná na navrhnutie projektu zvýšenia uplatniteľnosti klientov firmy Skills Training UK Ltd. V tejto časti sú aj zhodnotené prínosy a prípadné riziká, ktoré sú spojené s realizáciou projektu.

Dôvod voľby témy: Zaujímavý spôsob boja proti nezamestnanosti vo Veľkej Británii. Zaujímavá je samotná firma, to ako funguje, pomáha ľuďom, ktorí pomoc nevyhnutne potrebujú a celá jej filozofia.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 NEZAMESTNANOST'

Podľa Holmana: „Nezamestnanosť predstavujú ľudia, ktorí nepracujú a hľadajú nejakú prácu.“ [4]

Liška vysvetľuje: „Nezamestnanosť je obdobne ako inflácia makroekonomický problém, na ktorý sa sústreďa ako tvorcovia makroekonomickej politiky, tak i široká verejnosť. Populáciu krajiny môžeme obvykle rozčleniť na ekonomicky aktívne obyvateľstvo (pracovnú silu), tj. zamestnané a nezamestnané a obyvateľstvo ekonomicky neaktívne.“ [9]

Podľa Gillespie: „Nezamestnaní sú tí, ktorí nie sú zamestnaní, ale zamestnanie chcú.“ [3]

1.1 Miera nezamestnanosti

Trh práce je ako každý trh a pôsobia na ňom rovnaké ekonomické zákony. Vyskytuje sa na ňom nezamestnanosť, preto sa určitým spôsobom líši od ostatných trhov.

Nezamestnanosť meriame ukazovateľom miery nezamestnanosti:

$$u = \frac{U}{L + U} \quad (1)$$

Kde u je miera nezamestnanosti (vyjadrená v %), U je počet nezamestnaných a L je počet zamestnaných.

[4]

Za nezamestnaného považujeme človeka, ktorý sa aktívne uchádza o zamestnanie. Počet nezamestnaných sa potom zisťuje podľa počtu zaevidovaných uchádzačov o prácu na pracovných úradoch.

[20]

1.2 Formy nezamestnanosti

Podľa príčin, ktoré nezamestnanosť vyvolávajú ju rozdeľujeme na nezamestnanosť frikčnú, štrukturálnu a cyklickú.

1.2.1 Frikčná nezamestnanosť

Frikčná nezamestnanosť predstavuje stav, keď ľudia prechádzajú z jedného zamestnania do iného s rovnakou alebo podobnou kvalifikáciou. Je spôsobená bežnými presunmi v ponuke a dopyte po výrokoach a službách. Táto nezamestnanosť je prechodná, trvá niekoľko dní, maximálne niekoľko týždňov.

1.2.2 Cyklická nezamestnanosť

Táto nezamestnanosť je spôsobená poklesom v hospodárskom cykle – t.j. znížením celkovej úrovne výdajov v ekonomike. Trvá spravidla niekoľko mesiacov, pokiaľ nezačne opäť rásť národná produkcia a pokiaľ sa nezvýši dopyt po práci.

1.2.3 Štrukturálna nezamestnanosť

Štrukturálna nezamestnanosť je spôsobená hlavne zmenami v požadovanej kvalifikácii u pracovníkov, pretože sa zmenili technologické podmienky výroby alebo došlo ku zmenám v relatívnej konkurenčnej schopnosti jednotlivých odvetví. Štrukturálna nezamestnanosť môže trvať i niekoľko rokov a je spojená s rekvalifikáciou pracovníkov.

[20]

1.3 Výška nezamestnanosti

Ak chceme určiť výšku nezamestnanosti, môžeme ju vyjadriť absolútne ako počet osôb, alebo relatívne ako mieru nezamestnanosti.

Miera nezamestnanosti je percentuálny podiel počtu nezamestnaných na celkovej pracovnej sile alebo ekonomicky aktívnom obyvateľstve t.j.

$$U = \frac{\text{počet nezamestnaných}}{\text{pracovná sila}} \times 100 \quad (2)$$

Okrem miery nezamestnanosti sa zisťujú tiež špecifické miery nezamestnanosti, popisujúce nezamestnanosť podľa vekovej alebo inej štruktúry obyvateľstva.

[9]

1.4 Náklady a prínosy nezamestnanosti

Obdobne ako inflácia, má i nezamestnanosť svoje náklady a tie sú spojené predovšetkým s cyklickou nezamestnanosťou. Na druhú stranu môže mať nezamestnanosť i prínosy, hlavne ak ide o nezamestnanosť frikčnú.

1.4.1 Náklady nezamestnanosti

Nezamestnanosť uvaľuje náklady na každého občana v danej krajine. Na nezamestnaných, ktorí síce dostávajú podporu v nezamestnanosti, znižujúce ich obtiaže spojené so stratou zárobku, ale tiež na všetkých zamestnaných prostredníctvom platieb poistenia v nezamestnanosti.

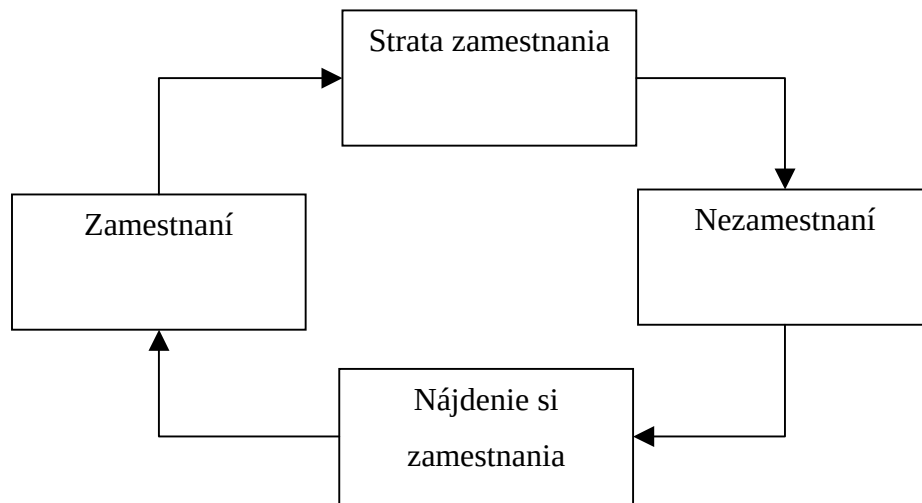
Agregátne náklady nezamestnanosti súvisiace so stratou výstupu a dôchodku, so znehodnotením ľudského kapitálu, s možnosťou kriminality a so stratou ľudskej dôstojnosti.

1.4.2 Prínosy nezamestnanosti

Niektoré typy nezamestnanosti môžu mať i prínos. Keby neexistovala nezamestnanosť, každý človek by musel prijať prvé zamestnanie po skončení školy, bez ohľadu na to o akú prácu by išlo a či by sa dotýčny na prácu hodil a či by bol s ňou spokojný. To by odradilo pracujúcich od lepších výkonov. Taktiež je výhoda, že si firmy môžu vyberať z väčšieho počtu uchádzačov, než keby bola nezamestnanosť nulová.

Taktiež zavádzanie nových technológií so sebou prináša určitú nezamestnanosť, pretože vyžadujú prispôsobenie pracovnej sily. Nezamestnanosť tak umožňuje na tieto technologické zmeny reagovať a ak by bola nízka, bránila by nutnej realokácii práce. Aby mohli byť využité výhody nových technológií, budú musieť ľudia zmeniť zamestnanie.

[9]



Obr. 1. Toky medzi zamestnanými a nezamestnanými [5]

2 MOTIVÁCIA

Podľa Nakonečného: „Motivácia je proces aktivácie chovania, udržovania aktivity a riadenie vzorca aktivity. Motivácia je proces energetizácie, riadenia a udržovania chovania (jednania).“ [12]

Rusmichová vysvetľuje: „Motivácia je proces pôsobenia medzi subjektami manažmentu, v ktorom subjekty s vlastníckymi alebo vyššími manažérskymi právomocami vplývajú na spolupracovníkov s cieľom dosahovať čo najvyššiu výkonnosť, alebo s úmyslom dosiahnuť stanovené ciele.“ [20]

2.1 Dôležitosť motivácie

Motivácia je jedna z najdôležitejších činností nielen pre manažérov. Motivovať by mal každý ktorý vedie ľudí, spolupracuje s nimi a snaží sa dosiahnuť určité vytýčené ciele. Bez motivácie nie je možné ich dosiahnuť. Bez motivácie nie sú výsledky. Preto by mal každý manažér vedieť ako motivovať svojich pracovníkov, avšak to nie je také jednoduché. Nestačí mať len znalosti a skúsenosti, ale každý manažér by mal mať vlastnosť vcítiť sa do myslenia, vnímania, potrieb a pocitov ľudí. Motivačné prístupy či teórie nemôžu dávať manažmentu nijaké všeobecne platné návody. Sú však zdrojom informácií a inšpirácií, z ktorých manažéri vychádzajú a v rôznych podmienkach ich modifikujú. Neexistuje univerzálny kľúč motivovania z jednoduchého dôvodu. Psychika každého človeka je iná. Každý človek je jedinec, ktorého treba motivovať diferencovane.

[1]

2.2 Teórie motivácie

V súčasnom európskom manažmente sa využívajú rôzne teórie (prístupy) motivácie.

Medzi najznámejšie patria Adamsova teória spravodlivosti, obohacovanie práce (job enrichment), rozširovanie pracovnej spôsobilosti (job enlargement), obmeňovanie na pracovných miestach (job rotation).

2.2.1 Adamsova teória spravodlivosti

Jej hlavným princípom je sociálne porovnávanie a v prípade nerovnováhy úsilie dosiahnuť rovnováhu. Človek v procese porovnávania hodnotí sám seba, iného pracovníka,

porovnáva sa s nim a v konečnom dôsledku nadobúda pocit spravodlivosti alebo nespravodlivosti. Porovnáva svoj podiel úsilia a dosiahnutého úspechu s podielom úsilia a dosiahnutého úspechu svojho kolegu.

Pocit spravodlivosti:

Osobné ohodnotenie

Hodnotenie porovnávaného

Osobne vynaložené úsilie

Vynaložené úsilie porovnávaného

Pocit nespravodlivosti:

Podhodnotenie

Osobné ohodnotenie

<

Hodnotenie porovnávaného

Osobne vynaložené úsilie

Vynaložené úsilie porovnávaného

Nadhodnotenie

Osobné ohodnotenie

>

Hodnotenie porovnávaného

Osobne vynaložené úsilie

Vynaložené úsilie porovnávaného

2.2.2 Obohacovanie práce (job enrichment)

Táto teória spočíva v tom, že z každého dobrého pracovníka je možné urobiť manažéra. Ide o delegovanie právomoci a zodpovednosti svojim pracovníkom. Dobrý manažér dokáže vyhladávať také príležitosti a situácie, pri ktorých môže svojich spolupracovníkov obohatiť o práva a povinnosti riešiť úlohy. Vytvára priestor k samostatnému jednaniu a vyslaniu v rámci ich kompetencie. Zvyšovaním zodpovednosti pracovníkov sa dobre spozná, kto čo vie a na čo má, resp. nemá. Takto sa zistí, kto má manažérske schopnosti, a v kom je vhodné ich ďalej rozvíjať. Kto však nedá, alebo nechce dať iným šancu, to nikdy nezistí.

2.2.3 Rozširovanie pracovnej spôsobilosti (job enlargement)

Znamená to zväčšovanie, resp. rozširovanie pracovnej spôsobilosti. Teória vychádza z toho, že zodpovedajúci pracovný výkon sa týka najmä pracovných činností, ktoré sa opakujú, napr. práca pri páse, sériová výroba, účtovníctvo, sekretárske práce a pod. Jednotvárne činnosti zvyšujú únavu, otupujú pozornosť a oslabujú vnímanie. Požadovaný pracovný výkon však odvádza iba ten človek, ktorý je voči takýmto vplyvom odolný. To

dosiahneme tým, že ho vedieme k tomu, aby namiesto jednej pracovnej operácie zvládol aspoň dve. Ide teda o rozširovanie kvalifikácie. Táto teória je pre pracovníkov príťažlivá, lebo zvyšuje ich možnosti uplatnenia.

2.2.4 Obmeňovanie na pracovných miestach (job rotation)

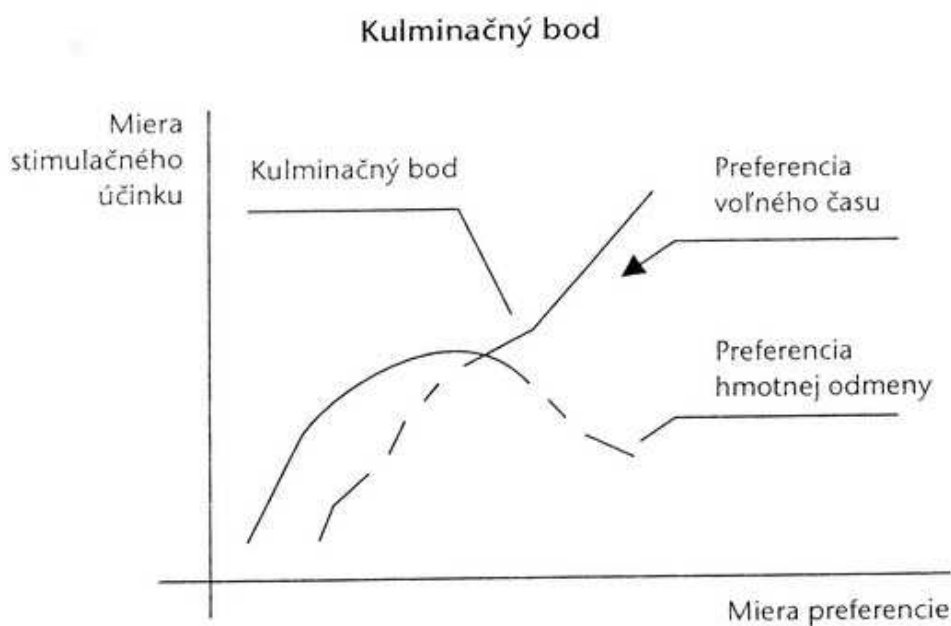
Ide o obmenu alebo rotáciu na pracovných miestach, či vo funkciách. Táto rotácia môže prebiehať v dvoch smeroch, horizontálne alebo vertikálne. Horizontálna rotácia znamená takú obmenu, keď je pracovník napríklad z marketingu pracovne zaradený do útvaru technológie výroby, kontroly akosti atď. Táto filozofia je založená na myšlienke, že dobre obchodovať môže iba ten, kto dôverne pozná výrobok, alebo naopak, kto chce vyrábať kvalitné výrobky, musí poznať požiadavky zákazníkov. S myšlienkou čo najviac sa priblížiť k zákazníkovi je spojená vertikálna forma, ktorá predstavuje situáciu, keď vyšší vedúci na určitú dobu prechádzajú do filiálok alebo nižších organizačných jednotiek. Zmyslom je čo najlepšie poznať zákazníka, jeho potreby, záujmy, očakávania, názory a získať tak celkové informácie pre posúdenie a zhodnotenie trhovej situácie.

[4]

2.3 Druhy motivácie

2.3.1 Hmotná motivácia

Hmotná motivácia je silným motívom hlavne pre pracovníkov s nižšou životnou úrovňou. S rastom životnej úrovne sa mení možnosť uspokojovať stále vyššie potreby. Stimulujú účinok hmotnej odmeny, v porovnaní s pôsobením nehmotných motívov sa môže postupne znižovať. Po určitej dobe sa môže znižovať podnecujúci účinok peňazí aj u ľudí s orientáciou na vysoké materiálne postavenie a vysoký životný štandard. Môže dôjsť k tzv. „kulminačnému bodu“, od ktorého výška mzdy a iných hmotných pôžitkov prestáva pôsobiť ako stimulujúci faktor. Samozrejme, že výška tohto bodu je u rôznych ľudí odlišná.



Obr. 2. Kulminačný bod [10]

Metódy hmotnej motivácie pracovníkov v organizáciách:

- základná mzda a osobné ohodnotenie,
- pravidelné zvyšovanie platu,
- odmeny a prémie,
- podiely na zisku,
- zamestnanecké akcie,
- 13. resp. 14. plat,
- úhrada nákladov na zvyšovanie kvalifikácie,
- poskytovanie bezúročných pôžičiek,
- služobný automobil,
- platenie telefónnych účtov,
- úhrada nákladov na pracovný odev,
- pozvanie na slávnostný obed, večeru,
- riešenie bytovej otázky,
- zľavy pri nákupe bytových produktov,

- využívanie podnikového rekreačného, stravovacieho zariadenia,
- vecné dary k životnému jubileu a pracovnému výročiu,
- príspevok na dovolenku,
- príspevok na stravu,
- príspevok na kultúru a šport,
- príspevok na lekársku starostlivosť.

2.3.2 Nehmotná motivácia

Nehmotná motivácia nie je kvantitatívne alebo kvalitatívne slabší motivačný podnet ako hmotná stimulácia. Naopak mnohí zamestnanci dávajú prednosť nehmotným motívom, ktoré sú širšieho záberu, sú rozmanitejšie, pôsobia aj subjektívne, úzko súvisia s osobným životom a prežívaním a majú dlhodobejší efekt. Všeobecne platí, že čím je organizácia vyspelejšia, tým je väčšia rozmanitosť využívaných princípov a metód nehmotnej (aj hmotnej) stimulácie. Nehmotná motivácia inklinuje viac k vyznávaniu takých hodnôt v organizácii ako je humanita, dobro a krása.

Formy a metódy nehmotnej motivácie:

- možnosti a podmienky zvyšovania kvalifikácie a prístupu k celoživotnému vzdelávaniu sa,
- dobré pracovné podmienky, pracovné prostredie,
- dobré pracovné vzťahy a vysoká firemná kultúra,
- prejavovanie dôvery,
- starostlivosť o novoprijímaných pracovníkov,
- delegovanie úloh, právomocí a zodpovedností,
- image firmy,
- udeľovanie pochvál a uznání,
- možnosti a podmienky pracovného oddychu,
- kultúrne stravovacie podmienky,
- bezplatná lekárska starostlivosť,

- doplnkové dovolenky,
- možnosť využívať firemné rekreačné a relaxačné zariadenia,
- kĺzavá pracovná doba,
- kultúrne, sociálne a športové firemné podujatia.

[21]

3 VZDELÁVANIE

Požiadavky na znalosti a dovednosti človeka v modernej spoločnosti sa neustále menia, a aby človek mohol fungovať ako pracovná sila, musí nutne neustále prehľbovať a rozširovať svoje znalosti a dovednosti. Vzdelávanie a formovanie pracovných schopností sa stáva celoživotným procesom.

[6]

Vzdelávanie v súčasnej civilizácii prechádza mohutným rozvojom. Hovorí sa o učiacej sa spoločnosti (learning society), v ktorej nielen povinné školské vzdelanie, ale i ostatné ďalšie, formálne a neformálne vzdelávanie naberá stále na závažnosti pre život ľudí. Všetky vyspelé i menej vyspelé krajiny sa podľa svojich ekonomickým možností a kultúrnych orientácií snažia vybudovať čo najdokonalejší vzdelávací systém.

[18]

3.1 Formovanie pracovných schopností človeka

V systéme formovania pracovných schopností človeka sa obvykle rozlišujú tri oblasti:

- a) oblasť vzdelávania
- b) oblasť kvalifikácie
- c) oblasť rozvoja

V oblasti vzdelávania sa formujú základné a všeobecné znalosti a dovednosti, ktoré umožňujú človeku žiť v spoločnosti a v náväznosti na ne získavať a rozvíjať špecializované pracovné schopnosti i ďalšie sociálne vlastnosti. Oblasť vzdelávania je teda orientovaná predovšetkým na sociálny rozvoj jedinca, na jeho osobnosť.

V oblasti kvalifikácie, respektíve odbornej prípravy sa vo svete používa označenie training. Uskutočňuje sa v nej proces prípravy na povolanie, formovanie špecifických znalostí a dovedností a ich aktualizácia či prispôsobovanie meniacim sa požiadavkám pracovného miesta. Oblasť odborného vzdelávania je teda orientovaná na zamestnanie a zahŕňa základnú prípravu na povolanie, doškolovanie alebo prehľbovanie kvalifikácie. Zvláštnym prípadom je preškolovanie čiže rekvalifikácia.

Tretia oblasť formovania pracovných schopností človeka je oblasť rozvoja (ďalšieho vzdelávania rozširovania kvalifikácie). Je orientovaná na získanie širšej palety znalostí

a dovedností, než aké sú nevyhnutné k vykonávaniu súčasného zamestnania. Výrazné je zameranie na pochopenie a zvládnutie komplexných problémov, ktoré nezriedka prekračujú i medze oboru. Pri formovaní čisto pracovných schopností náleží v tejto oblasti významné miesto i formovanie osobnosti jedinca.

[6]

3.2 Trendy v oblasti vzdelávania

Je zvláštne, že v medzinárodnom hľadisku existujú dva protichodné trendy. Ide o globalizáciu a internacionalizáciu.

3.2.1 Globalizácia v oblasti vzdelávania

Podobne ako dochádza k stále silnejšej globalizácii vo sfére ekonomickej, t.j. k zblížovaniu, prepojovaniu a integrovaniu výroby, obchodu a spotreby na medzinárodnej úrovni, tak vo sfére vzdelávania dochádza k procesom zblížovania a prepojovania na medzinárodnej úrovni. Konkrétne sa to prejavuje tým, že do vzdelávacej politiky v jednotlivých krajinách, ale i do praxe škôl prenikajú niektoré spoločné spôsoby uvažovania a konkrétne inovácie, ktoré sú zavádzané vo vzdelávaní iných zemí. Vlády stále výraznejšie usmerňujú vývoj vlastného vzdelávacieho systému na základe toho, že využívajú poznatky o vývoji vzdelávacích systémov v iných krajinách.

3.2.2 Internacionalizácia v oblasti vzdelávania

Na druhej strane je situácia, keď vzdelávacie systémy vo svete sú veľmi špecifické, jedinečné, vzájomne odlišné. Tým máme na mysli to, že vo vzdelávacích systémoch jednotlivých zemí - i tých zemí, ktoré sú si inak veľmi podobné svojimi ekonomickými či sociálnymi parametrami – sa stále uchováva mnoho zvláštnych individuálnych rysov. Vzdelávacie systémy sú totiž tak silne závislé na historických, kultúrnych, náboženských a iných tradíciách, že meniť ich ustálené špecifiká je obtiažne.

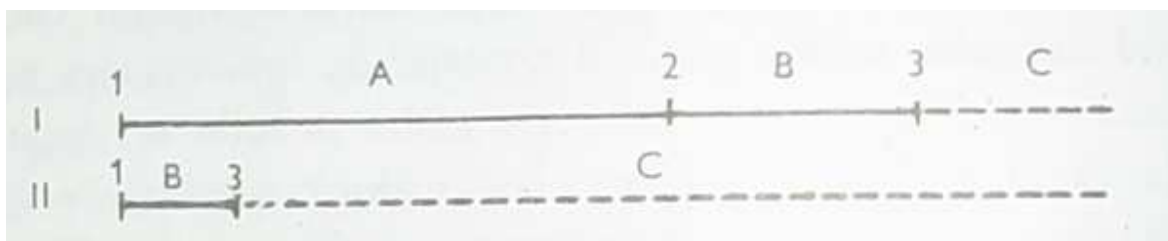
[18]

3.3 Vzdelávanie a rozdielne kultúry

V oblasti vzdelávania majú poznatky interkultúrnej psychológie mimoriadny význam. Je to dané tým, že do edukačných procesov zasahujú faktory kultúrnej povahy, ktoré sa snažia popísať novo sa formujúcu disciplínu nazývanú etnopedagogika, ktorá má s interkultúrnou psychológiou podstatné súvislosti. Podľa toho, k čomu sa tu zamerajú empirické výskumy, možno identifikovať tieto hlavné okruhy problémov vzdelávania, ktoré môže interkultúrna psychológia pomôcť objasňovať:

- interkultúrne rozdiely v rodinnej výchove, v postojoch rodičov k vzdelávaniu detí,
- rozdielne štýly v učení,
- rozdiely v komunikácii, v orientácii na určité hodnoty a ciele vzdelávania,
- vznik a vývoj etnických, rasových, náboženských stereotypov a predsudkov, ktoré ovplyvňujú vzdelávanie,
- psychologické problémy pri vzdelávaní.

[17]



Obr. 3. Osvojovanie si cudzieho jazyka [2]

3.3.1 Etapy osvojovania si cudzieho jazyka

- I. Na vyučovacej hodine
- II. Praktickým osvojovaním
 - 1. Absolútny nedostatok jazykových znalostí a rečových návykov
 - 2. Prelomový moment (keď odpadne nevyhnutnosť prekladať a začína sa cudzojazyčné myslenie)
 - 3. Prechod k praktickému využívaniu jazyka
- A. Etapa prekladovej znalosti jazyka
- B. Etapa bezprekladového ovládania cudzieho jazyka
- C. (-----)Ďalšie zdokonaľovanie v ovládaní cudzieho jazyka

4 INTERKULTURÁLNA KOMUNIKÁCIA

Interkultúrálnu komunikáciu sa možno naučiť. Všetci ľudia pre to nemajú ale rovnaké predpoklady. Ľudia tolerantní, stabilní a ochotní sa odpútať od svojich doterajších predstáv, ktoré si v sebe utvorili, majú pre učenie lepšie predpoklady než ľudia zahľadení do seba, emociálne nestabilní, extrémne politicky orientovaní a s nízkou osobnou toleranciou k neznámym kultúram.

[13]

„Medzikultúrna komunikácia je reflexia komunikačného procesu medzi individuálnymi a nadindividuálnymi subjektami náležiacimi k rozdielnym kultúrnym systémom. O efektívnosti medzikultúrnej komunikácii možno hovoriť, ak v procese interakcie nedochádza k skresleniu predávaných informácií, čo by vyplývalo z rozdielnosti kultúrnych systémov.“ [17]

Naučiť sa dobre komunikovať mimo rámec vlastnej kultúry znamená prejsť tromi základnými fázami učenia tejto sociálnej dovednosti.

- uvedomenie si rozdielnosti kultúr,
- získanie znalostí o inej kultúre,
- vlastné skúsenosti s aktívnou komunikáciou.

[13]

4.1 Uvedomenie si rozdielnosti kultúr

Základnou podmienkou úspechu je pochopenie. Uvedomenie si toho, že každý človek je nositeľom určitého mentálneho softwaru, ktorý je závislý na podmienkach, v ktorých bol vychovaný. Toto poznanie je základným kameňom pre vytvorenie postoja kultúrneho relativizmu. Ten je nevyhnutný pre chápanie odlišných kultúr nie prostredníctvom merítka vlastnej kultúry, ale prostredníctvom ochoty porozumieť, pochopiť ich zmysel a funkciu, ktorú v danej kultúre majú.

[13]

4.2 Získanie znalostí o inej kultúre

Ochota vnímať rozdielnosti kultúr je podmienkou pre získavanie objektívnych, nezaujatých poznatkov a znalostí o odlišných kultúrach. Podmienkou poznania nemusí byť skutočné zdieľanie hodnôt cudzej kultúry, ale rešpekt k nim. Ak považujeme svoju kultúru za dokonalejšiu, rozvinutejšiu a nadradenú ostatným kultúram a ak si nedokážeme uvedomiť, že pre taký postoj neexistujú žiadne oprávnenia, potom je i poznanie skreslené. Dokonalejšia môže byť technika a technológia, rozvinutejší a pestrejší spôsob života, ale nikdy nie kultúra.

[13]

4.3 Vlastné skúsenosti s aktívnou komunikáciou

Skúsenosti, ktoré prinášajú dokonalejšiu komunikáciu medzi kultúrami, spočívajú na predchádzajúcich dvoch stupňoch vedomia a znalostiach. V praxi sa postupne overujú znalosti z používania symbolov inej kultúry, získavajú sa pozitívne prežitky z uspokojenia v komunikácii, ktorá preklenie predchádzajúce nepochopenie, nedorozumenie i konflikty.

[13]

II. ANALYTICKÁ ČASŤ

5 ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O FIRME SKILLS TRAINING UK LTD

Firma Skills Training UK Ltd bola založená v roku 1992 s víziou poskytovania vzdelávacích programov a seminárov. Organizácia rýchlo rástla a poskytovala široké rozpätie služieb Employment Service. Firma dosiahla ocenenie Investors in People standard a stala sa jednou z najlepších organizácií pre Employment Service programmes. V súčasnej dobe firma spolupracuje s Jobcentre Plus (úrad práce), Employment Services, Learning and Skills Council a s mnohými ďalšími súkromnými firmami. Organizácia rozvinula škálu tréningových programov vhodných pre rôznych klientov s rôznymi požiadavkami.

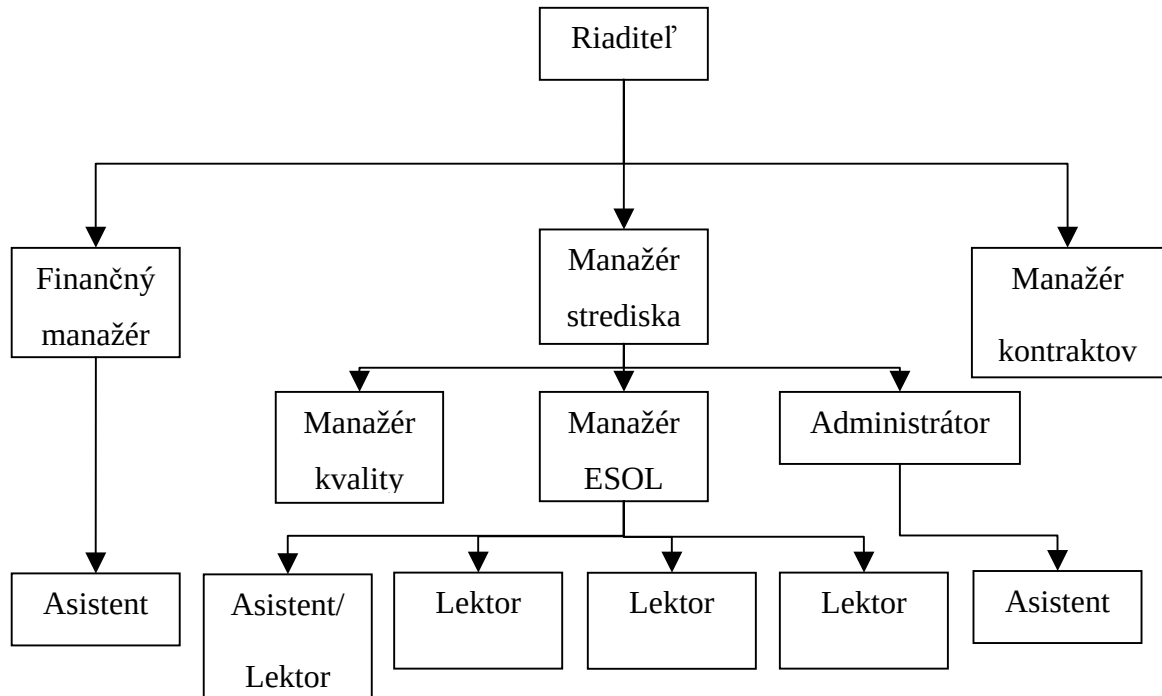
Hlavným cieľom organizácie je dosiahnutie individuálneho, spoločenského a ekonomického rozvoja.

Cieľom firmy je vzdelávať a motivovať klientov, ktorí si hľadajú prácu a snažia sa zaradiť do spoločnosti.

Medzi klientov firmy Skills Training UK Ltd patria ľudia, ktorí prijali status utečenca a začínajú nový život v novej krajine. Firma im pomáha nielen hľadať vhodnú prácu, ale takisto riešiť ich problémy, ktoré majú pri vybavovaní úradných náležitostí.

[22]

5.1 Organizačná štruktúra



Obr. 4. Organizačná štruktúra firmy [25]

6 ČASTI VZDELÁVACIEHO PROGRAMU

Firma ponúka svoje služby rôznym klientom, preto ponúka aj niekoľko vzdelávacích rozličných programov, aby čo najlepšie vyhovovali každému klientovi. Klienti sa rozdeľujú do týchto programov podľa niekoľkých kritérií.

6.1 BET (Basic Employability Training)

Väčšina klientov je zaradená do tohto programu, ktorý je na takej úrovni, aby pomohol klientom nájsť si prácu čo najskôr. Program obsahuje 21 vyučovacích hodín týždenne.

6.2 ND25+

Do tohto programu sú zaradení klienti, ktorí majú viac ako 25 rokov a boli nezamestnaní viac ako 6 mesiacov. Na týchto klientov je upriamená väčšia pozornosť a majú osobného poradcu z Job Centre. Vzdelávací program obsahuje 30 vyučovacích hodín týždenne.

6.3 FTET 13W Basic Skills (Full Time Employability Training)

Tento program navštevujú klienti od 18 do 24 rokov. Program obsahuje 30 vyučovacích hodín týždenne počas 13 týždňov.

6.4 FTET 13W Extended

Tento program naväzuje na FTET 13W Basic Skills program. Taktiež obsahuje 30 hodín týždenne počas 13 týždňov.

[25]

7 KLIENTI FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD

Aby klient mohol navštevovať firmu Skills Training UK Ltd musí spĺňať určité kritéria:

- klient si nemôže nájsť prácu v Londýne alebo ju stratil
- klient, ktorého prvý jazyk nie je angličtina a potrebuje sa ju naučiť alebo zdokonaľiť
- klient musí byť registrovaný ako nezamestnaný v UK
- klient musí byť zaregistrovaný v Job Centre a oni rozhodujú o tom, ktorý klient potrebuje pomoc firmy Skills Training UK Ltd
- klient musí mať povolenie žiť a pracovať v UK, vtedy môže poberať podporu v nezamestnanosti

Každý týždeň v pondelok prichádzajú noví klienti do firmy v rôznom zložení a rôznom počte. Prichádzajú po pohovore s Job Centre a na základe rozhodnutia Job Centre začínajú navštevovať vzdelávací program. Ak klient pravidelne navštevuje firmu Skills Training UK Ltd má právo na podporu v nezamestnanosti do chvíle, kým si nájde prácu.

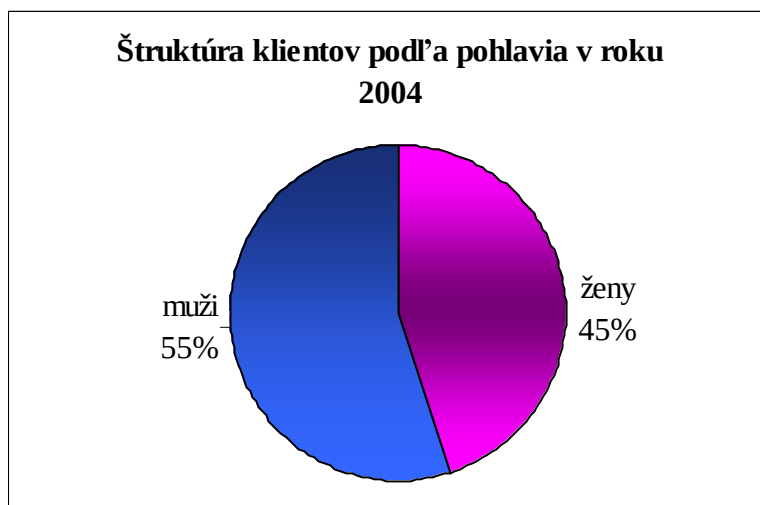
Klienti majú najväčší záujem o zamestnania ako sú napr.:

- kuchár/ka,
- šofér autobusu,
- asistent/ka v obchode,
- upratovač/ka,
- pracovník/níčka v baliarni...

8 ANALÝZA ŠTRUKTÚRY KLIENTOV FIRMY

Cieľom analýzy bolo zistiť zloženie klientov podľa pohlavia, veku, krajiny/svetadielu z ktorej/ktorého pochádzajú a podľa náboženstva. Tieto informácie sú dôležité, pretože nám môžu pomôcť pri rozhodovaní akým spôsobom klientov motivovať. Ak nepoznáme dokonale klientov nemôžeme sa rozhodnúť správne a to má vplyv na výsledky firmy.

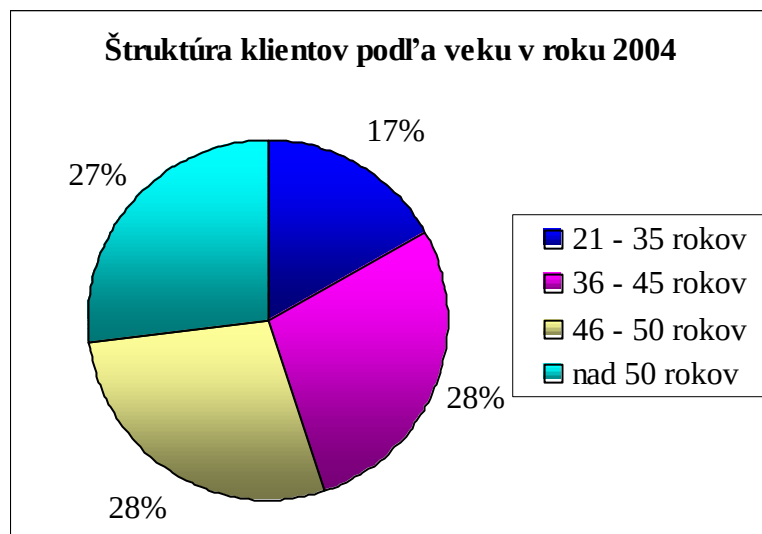
8.1 Štruktúra klientov podľa pohlavia v roku 2004



Graf. 1. Štruktúra klientov podľa pohlavia v roku 2004
[25]

V roku 2004 tvorili vo firme Skills Training UK Ltd muži väčšinu a to 55%. Žien bolo 45%. Je skoro pravidlom, že každoročne navštevuje firmu viac mužov ako žien.

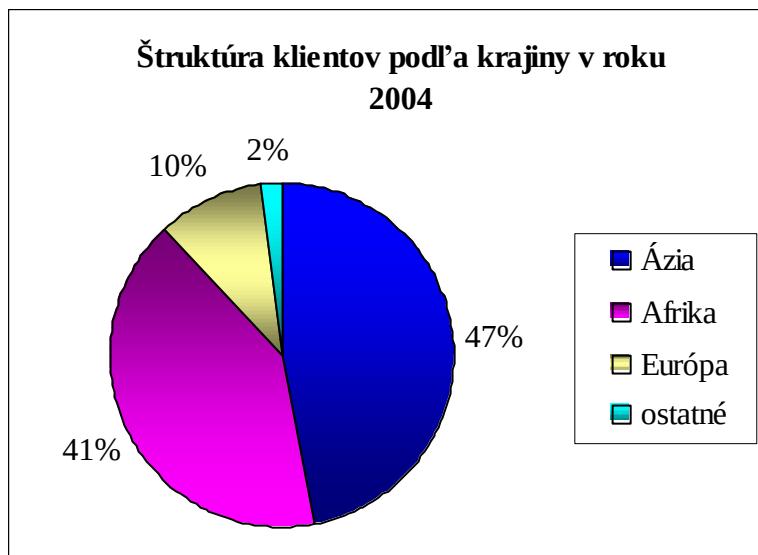
8.2 Štruktúra klientov podľa veku v roku 2004



Graf. 2. Štruktúra klientov podľa veku v roku 2004 [25]

Čo sa týka veku najväčší počet klientov v roku 2004 tvorili ľudia vo veku 36 až 50 rokov. Menšinou sú obvykle klienti pod 35 rokov. 27% klientov tvorili ľudia nad 50 rokov.

8.3 Štruktúra klientov podľa krajiny/svetadielu v roku 2004



Graf. 3. Štruktúra klientov podľa krajiny/svetadielu v roku 2004 [25]

Väčšina klientov – presne 47% v roku 2004 pochádzalo z Ázie. Medzi najfrekventovanejšie krajiny z Ázie patria Pakistan, Afganistan, India. Takisto veľké

zastúpenie mali klienti z Afriky a to 41%. Väčšinou klienti prichádzajú z Kene, Somálska alebo Ugandy. Z Európy bolo 10% klientov (Chorvátsko, Albánsko) a z ostatných krajín boli 2% klientov (Mexiko, Brazília).

8.4 Štruktúra klientov podľa náboženstva v roku 2004



Graf. 4. Štruktúra klientov podľa náboženstva v roku 2004
[25]

Väčšinu klientov vo firme tvoria ľudia vyznávajúci islám. Je ich až 75%. Hinduizmus vyznáva 15% klientov a ostatné náboženstvá ako sú kresťanstvo, budhizmus a iné vyznáva 10% klientov.

Na záver sa dá povedať, že klientom firmy Skills Training UK Ltd je väčšinou muž vo veku 36 – 50 rokov, pochádza z Ázie a hlása sa k islámu.

[25]

9 ANALÝZA VÝSLEDKOV FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD

Cieľom firmy je získať zamestnanie pre čo najvyšší počet klientov, ktorí navštevujú vzdelávacie programy. Ich cieľom je dosahovať výsledok minimálne 25% mesačne, čo znamená, že každý štvrtý klient, ktorý navštevuje pravidelne firmu sa musí zamestnať.

Cieľom analýzy je zistiť doterajšie výsledky firmy, ktoré majú pomôcť pri navrhovaní opatrení na zlepšenie výsledkov.

[25]

9.1 Výsledky firmy v roku 2003

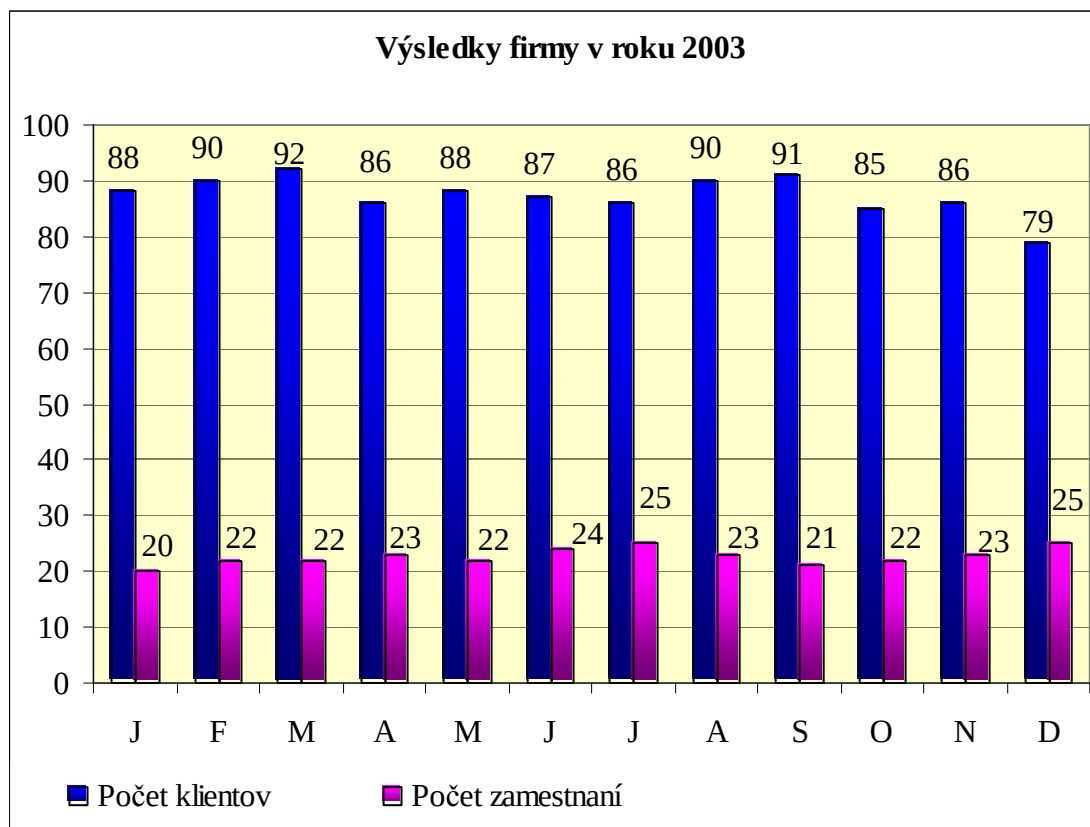
Mesiac	Počet klientov vo firme	Počet odchádzajúcich klientov do zamestnania	Úspešnosť v %	Cieľ v %	Rozdiel v %
J	88	20	22.7	25.0	-2.3
F	90	22	24.4	25.0	-0.6
M	92	22	23.9	25.0	-1.1
A	86	23	26.7	25.0	1.7
M	88	22	25.0	25.0	0.0
J	87	24	27.6	25.0	2.6
J	86	25	29.1	25.0	4.1
A	90	23	25.6	25.0	0.6
S	91	21	23.1	25.0	-1.9
O	85	22	25.9	25.0	0.9
N	86	23	26.7	25.0	1.7
D	79	25	31.6	25.0	6.6
Spolu	-	272	-	-	-

Tab. 1. Výsledky firmy v roku 2003 [25]

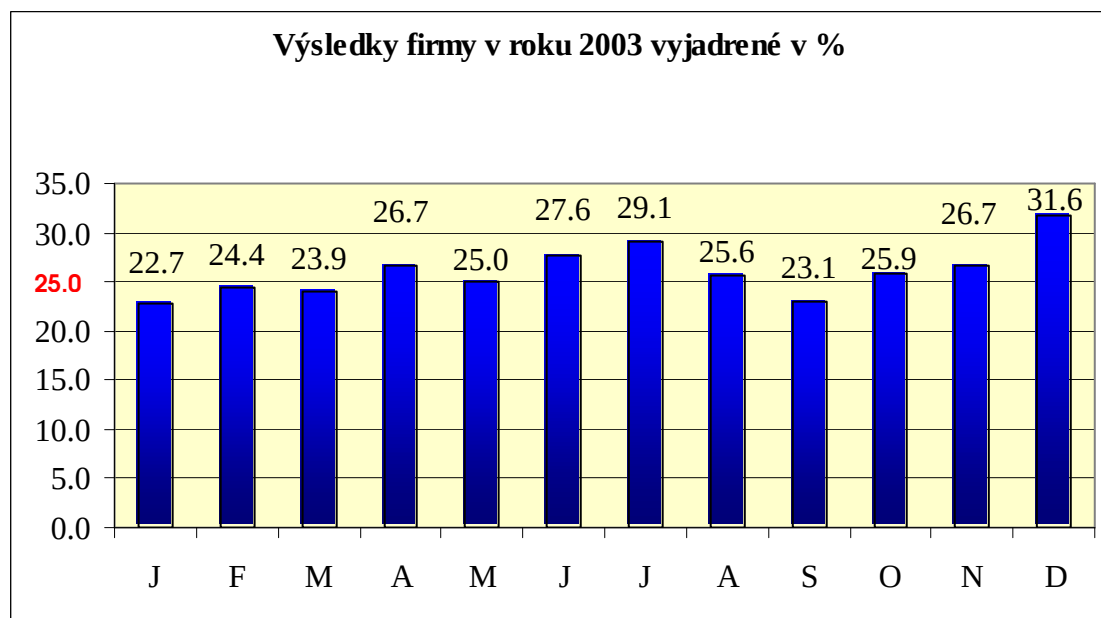
Ako už bolo spomenuté firma má za cieľ dosahovať výsledok minimálne 25% odchádzajúcich klientov mesačne. Z tabuľky je možné vidieť, že štyrikrát za rok sa to firme nepodarilo. Najhorší výsledok firma dosiahla v januári iba 22,7%. Naopak najlepší výsledok firma dosiahla v decembri, čo bolo spôsobené väčším počtom voľných miest cez Vianočné sviatky. Firma dosiahla 31,6% úspešnosť.

Priemerný počet klientov vo firme bol 87. Najmenší počet klientov bol v decembri 79 a najväčší počet mala firma v marci a to 92. V roku 2003 našla firma celkovo prácu 272 klientom.

[25]



Graf. 5. Výsledky firmy v roce 2003 [25]



Graf. 6. Výsledky firmy v roce 2003 vyjádrené v % [25]

9.2 Výsledky firmy v roce 2004

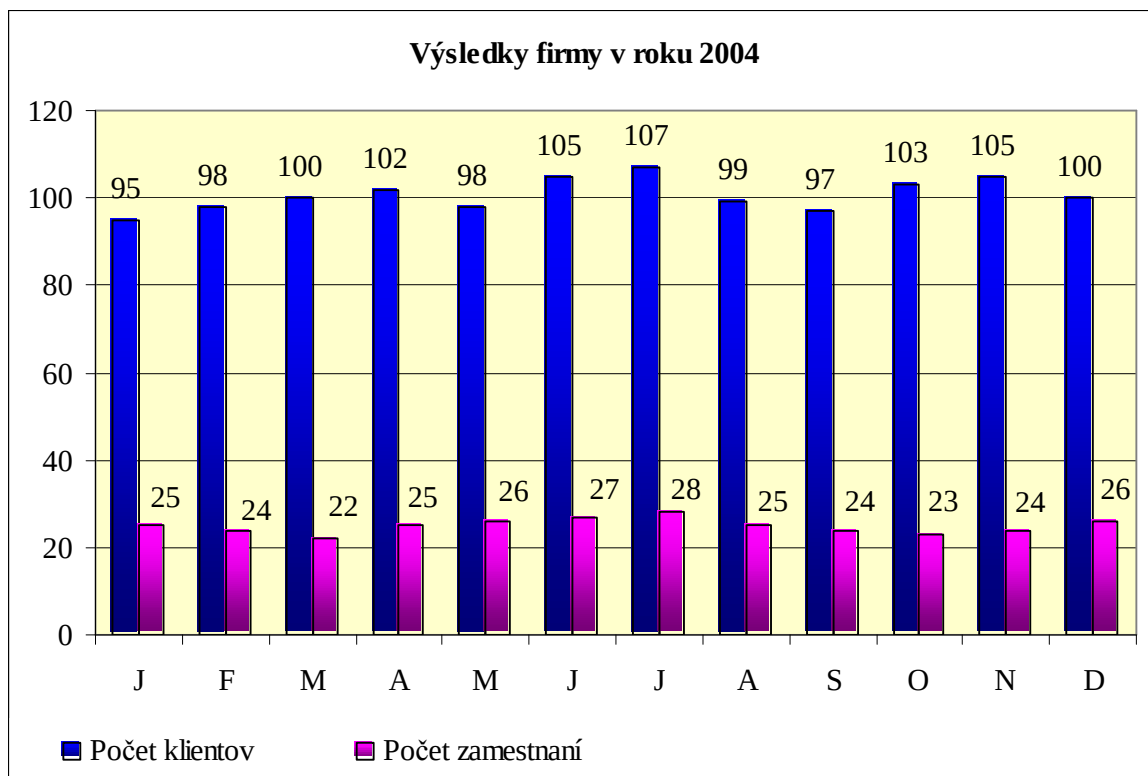
Mesiac	Počet klientov vo firme	Počet klientov odchádzajúcich do zamestnania	Úspešnosť v %	Cieľ v %	Rozdiel v %
J	95	25	26.3	25.0	1.3
F	98	24	24.5	25.0	-0.5
M	100	22	22.0	25.0	-3.0
A	102	25	24.5	25.0	-0.5
M	98	26	26.5	25.0	1.5
J	105	27	25.7	25.0	0.7
J	107	28	26.2	25.0	1.2
A	99	25	25.3	25.0	0.3
S	97	24	24.7	25.0	-0.3
O	103	23	22.3	25.0	-2.7
N	105	24	22.9	25.0	-2.1
D	100	26	26.0	25.0	1.0
Spolu	-	299	-	-	-

Tab. 2. Výsledky firmy v roku 2004 [25]

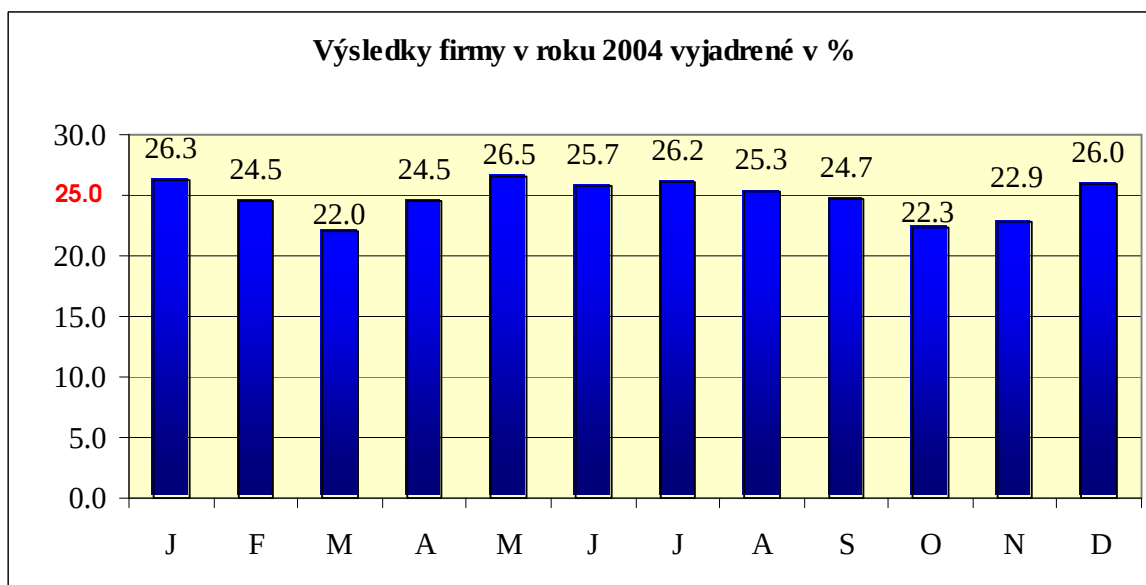
Z tabuľky je možné vidieť, že šesťkrát za rok sa firme nepodarilo dosiahnuť vytýčený cieľ 25%. Najhorší výsledok firma dosiahla v marci iba 22%. Naopak najlepší výsledok firma dosiahla v máji a to 26,5%.

Priemerný počet klientov vo firme bol 100. Najmenší počet klientov bol v januári a to 95 a najväčší počet mala firma v júli a to 107 klientov. Za celý rok 2004 našla firma prácu 299 klientom.

[25]



Graf. 7. Výsledky firmy v roce 2004 [25]



Graf. 8. Výsledky firmy v roce 2004 vyjádřené v % [25]

10 ANALÝZA MOTIVÁCIE KLIENTOV FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD

Motivácia je vo firme veľmi dôležitá najmä kvôli problémom, ktoré firma má so samotnými klientmi. Niekedy je veľmi obtiažne presvedčiť, respektíve motivovať klientov, aby sa rozhodli byť aktívni pri hľadaní práce. Je veľa prípadov, keď klienti nechcú pracovať a vyhýbajú sa aktívnemu hľadaniu práce, pretože sú pohodlní a je pre nich výhodnejšie poberať podporu v nezamestnanosti ako pracovať. V UK plynú pre nich veľa výhod ak sú nezamestnaní. Preto lektori musia vynaložiť veľa síl, aby presvedčili klientov o výhodách získania zamestnania. Samozrejme firmu navštevujú aj klienti, ktorí prácu chcú a aktívne ju hľadajú. S takýmito klientmi je samozrejme jednoduchšie pracovať a aj motivácia je účinnejšia.

Ak klient nechce pracovať, v prvom rade je treba zistiť, prečo prácu nechce a snažiť sa ho motivovať a vysvetliť mu výhody práce.

Je nutné prebudiť u všetkých klientov potrebu mať prácu a byť zaradení do spoločnosti ako pracujúci ľudia. V súčasnej dobe sa firma zameriava hlavne na hľadanie práce (job search) a prikladá väčšiu dôležitosť ako na vzdelanie. Avšak vzdelávanie sa nezanedbáva, len sa zmenilo množstvo času vynaloženého na vzdelávanie klientov a na hľadanie práce. 60% času predstavuje vyučovanie a 40% je venovaných na hľadanie práce. Nedávno bol pomer iný. Vzdelávanie zaberalo až 80% času a na hľadanie práce bolo určených len 20% času. To sa odrazilo na nie príliš pozitívnych výsledkov firmy, preto sa rozhodla práve pre tento krok.

Ako bolo spomenuté už predtým, firma má hlavne problémy s klientmi, ktorí prácu nechcú, avšak do firmy Skills Training prichádzajú po návrhu Job Centre. Ak by odmietli túto ponuku bolo by reálne, že by stratili podporu v nezamestnanosti. Preto do firmy Skills Training prichádzajú aj ľudia, ktorí sa chcú práci vyhnúť a len poberať podporu.

Výhody nezamestnanosti:

- nezamestnaný má dom (byt) zadarmo alebo platí len minimálnu rentu
- nezamestnaný neplatí za spotrebu vody
- nezamestnaný platí len za TV, elektriku a plyn

- nezamestnaný neplatí tzv. Council Tax (daň, ktorá sa platí mesačne a platí ju každý občan žijúci v určitej oblasti)
- nezamestnaný neplatí za niektoré zdravotnícke služby ako je napr. služby u zubára alebo očného lekára
- ďalšie výhody

Takisto prácu sťažuje situácia, ak klientova znalosť anglického jazyku je len základná, je obtiažna komunikácia s ním. Samozrejme s klientom, ktorý ovláda dobre anglický jazyk je jednoduché komunikovať a takisto ho motivovať. Ďalším sťažením práce s klientmi môže byť problém s ich sluchom, slabá rýchlosť učenia a pod.

Klienti sú tiež zvyknutí na iný spôsob života na inú kultúru, preto je veľmi dôležitá interkulturálna komunikácia. Veľkú zásluhu na motivácii majú sami lektori, ktorí sú zároveň psychológovia. Lektori sa musia naučiť porozumieť ostatným kultúram a ich zvykom. Taktiež musia vedieť aké náboženstvo klienti vyznávajú, pretože to je jedna z najdôležitejších vecí pre klientov z Ázie a Afriky. Je nutné, aby lektori vedeli aspoň základné informácie o rôznych náboženstvách, ktoré klienti vyznávajú.

Firma sa v prvom rade snaží u klientov prebudiť ich sebavedomie a presvedčiť ich o tom, že sú si všetci rovní. Veľa klientov má problém so sebavedomím, keď prichádzajú do novej krajiny, ktorú nepoznajú a kde neovládajú jazyk. Klienti sa musia cítiť príjemne bez akýchkoľvek malých náznakov rasizmu. Rovnoprávnosť a porozumenie sú najdôležitejšie.

Z dôvodu, že klienti pochádzajú z chudobnejších pomerov, sa firma rozhodla použiť silnejšiu hmotnú motiváciu. Každý klient, ktorý si nájde prácu a podpíše zmluvu so zamestnávateľom dostáva £40. Predtým dostávali klienti len £20, potom sa táto čiastka zvýšila na £200. Firma by mala prehodnotiť opätovné zvýšenie tejto čiastky minimálne na £100. Takisto firma platí časť nákladov na dopravu klientov. Táto hmotná motivácia je nevyhnutná pre klientov a možno očakávať väčšiu aktivitu pri hľadaní práce.

Nielen hmotná motivácia je dôležitá. Nesmie sa zabúdať ani na motiváciu nehmotnú. Tá sa prejavuje zo strany lektorov. Títo zamestnanci sa snažia byť priateľský a nápomocný každému klientovi. Snažia sa k nim pristupovať ako k jednotlivcom, pochopiť ich a riešiť ich problémy.

Každému klientovi ktorý si nájde prácu pripraví firma oslavu. Pripraví sa občerstvenie a nápoje. Klienti sa zabávajú a majú poobede voľno. Tieto oslavy klienti veľmi vítajú a sú

pre nich veľmi dôležité. Výhodou je takisto fakt, ak vidia ostatní klienti, že niekto je schopný nájsť si prácu a má oslavu, to isté chcú dosiahnuť aj oni.

Takisto úspešný klient dostane certifikát za zvládnutie ESOL tréningu (programu) a bude umiestnený na nástenke firmy s ostatnými úspešnými klientmi.

Medzi nehmotnú motiváciu patrí:

1. podpora a pochopenie klienta
2. veľká pomoc zo strany lektorov pri hľadaní práce
3. prístup ku klientovi ako ku jednotlivcovi
4. oslavy
5. získanie certifikátu
6. celkový postoj ku klientom
7. pri úspechu umiestnenie na firemnú nástenku a pochvala

Firma sa snaží venovať pozornosť každému klientovi zvlášť a pristupovať ku každému jednotlivo, pretože každý klient je iný. Klienti pochádzajú z rôznych krajín, kultúr, vyznávajú rôzne náboženstvá, sú rôznych vekových kategórií, konzumujú rôzne jedlá. Na jednej strane to všetko sťažuje prácu a snahu motivovať klientov, avšak na druhej strane všetky tieto aspekty aj obohacujú nielen klientov ale samotných lektorov.

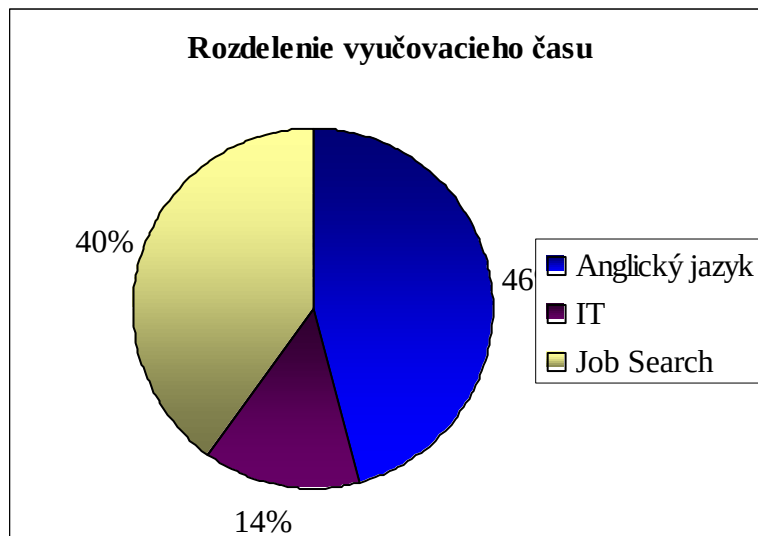
11 ANALÝZA VZDELÁVANIA KLIENTOV FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD

Súčasný spôsob vzdelávania je zameraný na všeobecné znalosti, ktoré klienti potrebujú pri hľadaní práce. Samozrejme vzdelávanie je zamerané na anglický jazyk. Tu sa rozdeľuje vyučovanie na čítanie, písanie, gramatiku, počúvanie a spelling. Firma má za cieľ, aby klienti mali minimálne takú znalosť anglického jazyku, ktorá by stačila na získanie práce.

Ďalším dôležitým prvkom týkajúcim sa vzdelávania je práca s osobným počítačom. V súčasnej dobe sa pri zamestnaní nezaobíde nikto bez základnej znalosti ovládania PC. Preto je firma zameraná aj na túto oblasť. Lektori vzdelávajú klientov tak, aby po skončení kurzu vedeli základy týkajúce sa ovládania osobného počítača ako aj základné ovládanie programov Microsoft Word a podobne.

Ďalšou časťou vzdelávania vo firme je tzv. Job search čiže hľadanie si práce. Tu sa klienti učia ako majú zvládať ústne pohovory, akým spôsobom si majú hľadať prácu a z akých zdrojov (časopisy, denná tlač, internet...). Akým spôsobom majú žiadať o prácu, ako majú správne telefonovať a pod. Ak je klient úspešný a dopracuje sa na ústny pohovor vo firme, Skills Training UK mu vychádza v ústrety a v prípade, že klient nemá vhodné oblečenie pre pohovor doma, firma požičia oblek pre mužov a pre ženy kostým. Skills Training využíva firemné auto na dopravu klientov na pohovor.

Klienti väčšinou navštevujú firmu 21 hodín týždenne. 60% tohto času je zameraného na vyučovanie anglického jazyku a IT a 40% na hľadanie si práce. To znamená, že na hľadanie práce je zameraných viac ako 8 hodín týždenne a na vyučovanie anglického jazyka a informačných technológií približne 13 hodín týždenne. IT hodiny sa konajú raz za týždeň po 3 hodiny. Do týchto hodín patrí písanie na stroji, základné používanie PC ale takisto práca s internetom, pretože to je jeden z najlepších spôsobov hľadania si práce. Ak to zhrnieme: 3 hodiny týždenne je zameraných na IT, takmer 10 hodín na anglický jazyk a približne 8 hodín na hľadanie si práce.



Graf. 9. Rozdelenie vyučovacieho času [25]

Vyučovanie prebieha od pondelka do štvrtka. Od 9:30 do 12:30. Potom nasleduje obedňajšia prestávka, ktorá trvá 1 hodinu. Vyučovanie pokračuje od 13:30 do 16:30. Klienti, ktorí sú zaradení do iných programov než BET musia navštevovať kurz aj vo štvrtok poobede a v piatok. Klienti majú tri 15-minutové prestávky denne.

V súčasnej dobe má firma 3 triedy, do ktorých sú rozdelení klienti podľa úrovne anglického jazyka. Firma momentálne nemá ideálne podmienky čo sa týka vyučovacích tried a hľadá nové väčšie priestory.

Úrovne anglického jazyka sa delia na PRE-ENTRY, čo je veľmi základná znalosť jazyka, ENTRY 1 sú začiatocníci, ENTRY 2 sú mierne pokročilí a ENTRY 3 sú pokročilí. Klienti sú rozdelení do troch tried, to znamená, že Pre-entry a Entry 1 sú zaradení do rovnakej triedy a Entry 2 a Entry 3 majú samostatné triedy. Avšak aj toto delenie je niekedy problematické, pretože úroveň anglického jazyka je u klientov veľmi rozdielna, takže sa môže stať, že v jednej triede budú spolu klienti, ktorých úroveň je dosť odlišná. Čo je samozrejme problém.

Proces pri príchode klienta do firmy:

Prvý deň keď príde nový klient do firmy sa mu vysvetlia podmienky a podá čo najviac informácií o fungovaní programu, o vzdelávaní, o pozitívach programu, čo ho čaká a takisto o bezpečnosti na „pracovisku“.

Na začiatku sa podpíše s klientom zmluva a lektor s nim vypíše dotazník, v ktorom sú základné informácie o klientovi, o tom akú prácu hľadá, o záľubách a pod.

Prvý týždeň je potrebné vyplniť s klientom informácie, ktoré sú potrebné pre vypracovanie životopisu, čo je jedna z najdôležitejších vecí, ktorá môže pomôcť klientovi pri hľadaní práce. Ak je klient schopný môže si životopis pripraviť sám, alebo ho už napísaný má a lektor mu len pomôže zmeniť detaily. Väčšinou klienti nechávajú písanie životopisu na lektoroch, ktorí v tom majú už dokonalú prax.

Následne sa vyplní tzv. **LDP** čiže Learning Development Programm. Tu klienti vyplnia informácie o tom, čo chcú aby im priniesol tento vzdelávací program, v čom sa chcú zlepšiť. Ako toho chcú dosiahnuť, ako lektori budú skúmať ich zlepšenie a postup, takisto koľko hodín týždenne musia navštevovať firmu a takisto detaily spôsobu hľadania práce.

Mesačne sa robia s klientmi tzv. **REVIEWS**. Sú zamerané na komunikáciu s klientmi. Uistiť sa, že sa zlepšujú. V čom majú problémy a ako ich riešiť. Aký si dávajú cieľ na ďalší mesiac a či splnili cieľ z minulého mesiaca. Kontroluje sa, ako si viedli pri hľadaní práce. Ďalším dôležitým krokom je kontrola ich písomných cvičení, či ich robia poctivo, aké chyby robia...

Týždenne si klienti vyplňajú tzv. **Job Lead Log**. Sú to tabuľky, ktoré obsahujú informácie o klientoch, ale hlavne o tom kedy kontaktovali potenciálnu firmu, jej meno, akým spôsobom ju oslovili, jej kontakt, o akú prácu žiadali v tejto firme a samozrejme výsledok, ktorý klient dosiahol. Či klient bol pozvaný na pohovor, alebo bol odmietnutý, alebo má poslať životopis a vyplnený dotazník firmy. Tieto Job Lead Logs sú dôležité nielen pre firmu Skills Training ale i pre samotných klientov, ako si stoja s hľadaním práce a je to pre nich dôležitá evidencia. Táto evidencia sa odovzdáva aj Job Centre.

Dôležité je, aby klienti boli samostatní a starali sa o hľadanie práce. Ale samozrejme lektori musia byť vždy nápomocní a vyhovieť klientovi, ak nie je schopný si pomôcť sám. Firma ponúka klientovi všetky dostupné zdroje hľadania si práce ako sú telefón, internet,

noviny, časopisy. Takisto sa snažia lektori s klientmi chodiť do externých priestorov a hľadať pre nich vhodnú prácu.

Ako je už spomenuté vyššie firma sa zameriava aj na to, aby boli klienti schopní a samostatní pri hľadaní práce. Vyučuje klientov tzv. **Job Skills**, to jest ako sa pripraviť na pohovor s potenciálnym zamestnávateľom, ako majú telefonovať. V podstate sú tu zahrnuté všetky činnosti, ktoré by mali pomôcť klientovi. Takisto klienti si skúšajú svoje schopnosti tzv. Roleplays, ktoré nie sú len teoretické, ale klient si môže priamo vyskúšať svoje schopnosti. Lektori majú za úlohu robiť Cold calling. V krátkom čase obvolať čo najviac firiem a zistiť, či majú voľné pracovné miesta a koho potrebujú a ponúknuť im klientov firmy.

[25]

12 SWOT ANALÝZA FIRMY SKILLS TRAINING UK LTD

12.1 Silné a slabé stránky

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
silné a důležité poslanie firmy	veľkosť učební
vzdelávanie jednotlivca a spoločnosti	rozdelenie klientov do skupín podľa úrovne anglického jazyka
pomoc pri znižovaní nezamestnanosti v oblasti Hayes	zlé motivovanie zamestnancov firmy
pomoc pri riešení problémov s utečencami	žiadne výhody zamestnancom, nízka mzda
dobré meno a image firmy	firma nevie šetriť a šetrí na nesprávnych miestach
poskytnuté poradenstvo klientom	zamestnanci firmy nemajú žiadny teambuilding
dobré technické vybavenie učební (počítače, knihy, internet, TV, video)	zlé vzťahy medzi zamestnancami navzájom
kvalifikovaní lektori	nie je dobré umiestnenie budovy, stará budova
dobrá propagácia firmy, veľa klientov	málo miesta pre klientov
klienti ktorí ešte nemajú žiadne pracovné skúsenosti môžu mať skúsenosti vo firme a pracovať v nej určitý čas ako dobrovoľník	profesionálny postup zamestnancov
	starostlivosť o klientov ako jednotlivcov
	nedostatok času na Job Search, veľká zaneprázdnenosť lektorov
	priemerné služby klientom

Tab. 3. Silné a slabé stránky firmy [25]

12.2 Příležitosti a hrozby

PRÍLEŽITOSTI	HROZBY
zvyšujúce sa číslo prisťahovalcov a utečencov, možnosť väčšieho počtu kontraktov	vysoká konkurencia v okolí
zamestnanec firmy Skills Training, pracujúci priamo v Job Centre, uzatvára kontrakty	Job Centre znižuje firme rozpočet
UK je krajina, ktorá v Európe ročne prijíma najviac utečencov	v poslednom čase obmedzenia zo strany vlády
väčšina utečencov sa sústreďuje v Londýne, kde je sídlo firmy Skills Training	Job Centre má posledné slovo pre firmu a firma sa často podriaďuje Job Centre
	Job Centre môže poslať do firmy Skills Training toľko klientov, koľko chce, avšak pri obmedzených zdrojoch to môže znamenať zhoršenie kvality služieb, ale firma nemôže odmietnuť týchto klientov z žiadnych dôvodov

Tab. 4. Příležitosti a hrozby firmy [25]

III. PROJEKTOVÁ ČASŤ

13 PRÍPRAVA PROJEKTU

Všetky informácie sú získané od pracovníkov firmy a z vlastného pôsobenia vo firme.

Projekt má dočasný charakter i v prípade, keď bude mať dlhú dobu trvania. Všetky zdroje, či už ľudské, materiálne či finančné sú organizované a riadené výhradne za účelom dosiahnutia projektových cieľov. Po ich dosiahnutí bude organizácia využívania zdrojov zrušená.

13.1 Počiatok projektu je určený

- jasne stanovenými cieľmi,
- definovanou stratégiou vedúcou k dosiahnutiu stanovených cieľov,
- stanovenými termínmi zahájenia a ukončenia,
- obmedzenými zdrojmi a nákladmi,
- špecifikáciou prínosov jeho realizácie (konkurenčná výhoda, zvýšenie zisku)

13.2 Zásady pre dosiahnutie tohoto projektu

Zásada č. 1 – klásť si relevantné otázky

Manažér projektu by si mal v každej fázy projektu klásť tieto otázky:

- Aký cieľ má byť dosiahnutý?
- Prečo je potrebné tohoto cieľa dosiahnuť?
- Je tento cieľ reálny?
- Čo by mali jednotliví zamestnanci robiť?
- Sú všetky inštrukcie jasné?
- Je tento postup efektívny?
- Kedy by mala byť úloha dokončená a prečo?

- Aká je moja úloha?
- Kto má právomoc vyberať pracovníkov a kto môže disponovať finančnými prostriedkami?
- Je finančný rozpočet dostatočný?
- Čo je v danej situácii dôležitejšie, peniaze alebo čas?

Zásada č. 2 – nikdy nie len predpokladať, všetko si dostatočne overiť

Nereálne, zle definované predpoklady a odhady ničia čas, peniaze a ľudské úsilie.

Zásada č. 3 – mať neustále na mysli otázku, čo je účelom projektu

Zásada č. 4 – identifikovať vnútorné/vonkajšie účinky projektu

Ak projekt ovplyvňuje ďalšie subjekty, vytvára potrebu ďalších projektov a ovplyvňuje niektoré ďalšie práce vo firme, potom je treba prijať nasledujúce opatrenia:

- Informovať tých, ktorých sa realizácia týka.
- Poskytovať včas informácie manažérom ostatných projektov.

Zásada č.5 – schvaľovanie jednotlivých fáz projektu

Pri každej fáze projektu by mal manažér projektu poveriť východzie požiadavky. Všetky zmeny je treba predložiť vrcholovému managementu ku schváleniu.

14 HISTÓRIA PROJEKTU

Dôvodom prečo je potrebné vypracovať projekt pre firmu Skills Training UK Ltd sú nedostatočné výsledky, ktoré firma dosahuje za posledné obdobie. Posledné obdobie sa tu rozumejú posledné dva roky. Súčasnosť bude pre firmu rozhodujúca, pretože sa ukáže schopnosť a flexibilita firmy.

Najväčšou zmenou, ktorú firmu čaká je rozhodnutie parlamentu a Job Centre (úradu práce) o znížení rozpočtu pre firmu. Práve táto zmena bude pre firmu zásadná a je dôležité ako sa s týmto rozhodnutím firma vysporiada. Náklady, ktoré firma mala boli príliš vysoké a musí znížiť tieto náklady o takmer 40%. Je to veľký rozdiel a bude obtiažne takýto rozpočet dodržať. To bude vyžadovať veľa zmien a samozrejme aj prepúšťanie zamestnancov a iné spôsoby znížovania nákladov. Firma musí nájsť cesty, ktoré by jej pomohli ušetriť náklady a zistiť aké chyby v šetrení robila predtým a zmeniť ich.

Bude to komplikované, ale takéto opatrenia nesmú za žiadnu cenu pôsobiť negatívne na výsledky firmy a na kvalitu poskytovaných služieb. Je možné, že ak sa firma nevysporiada s danými nariadeniami, bude mať problém s dosahovaním výsledkov a následne s podpisovaním kontraktov.

Dá sa povedať, že v tejto situácii bude ešte komplikovanejšie zlepšiť výsledky, pretože firma bude mať obmedzené zdroje. Preto je nutný projekt, ktorý by firme pomohol v zložitej situácii.

15 POŽIADAVKY MANAŽMENTU

Požiadavky manažmentu sú jasné. Odstrániť problém a to zlé výsledky uplatniteľnosti klientov vo firme. Stanovené ciele neboli dosiahnuté v mnohých mesiacoch počas posledných dvoch rokov. Preto firma musí zlepšiť výsledky a dosiahnuť vytýčený cieľ.

Firma začala s odstraňovaním tohto problému. Rozhodla sa, že každý lektor musí mať dostatočnú kvalifikáciu čiže certifikát pre vyučovanie. Takisto sa firma rozhodla zmeniť spôsob hľadania práce pre klientov. Je potrebné, aby lektori vedeli nájsť prioritných klientov a zamerali sa na nich a našli im prácu prednostne. Takisto manažment sa rozhodol, ak sa objaví vo firme klient, ktorí je neaktívny, a ktorý si nechce nájsť prácu, firma ho pošle späť do Job Centre. To by malo ušetriť čas a peniaze, ak sa lektori budú zaoberať len klientmi, ktorí prinesú firme výsledky. Predtým sa snažila firma pomôcť všetkým klientom bez rozdielu, či boli klienti aktívni alebo nie a či vôbec prácu chceli. Firma sa snažila motivovať klientov a presvedčiť ich o výhodách zamestnania. Lektori strávili veľa času, námahy a peňazí, preto je nevyhnutný takýto krok zo strany firmy a je správny.

16 ČO SA DOTERAZ UROBILO

Doteraz bola spracovaná analýza výsledkov firmy, analýza motivácie a vzdelávania klientov. Všetky tieto analýzy by mali pomôcť firme pri navrhovaní opatrení, pri zisťovaní problémov a pod.

Z analýzy výsledkov firmy sa zistilo, že firma posledné dva roky dosiahla neuspokojivé výsledky. V mnohých mesiacoch sa nedosiahol minimálny cieľ, čo je 25% uplatniteľnosti klientov. Ak sa cieľ dosiahol, nebol to výrazný výsledok, ale len niečo málo cez 25%.

Analýza motivácie klientov bola zameraná na to, ako firma motivuje svojich klientov. Motivácia klientov je veľmi dôležitá, preto bola nevyhnutná táto analýza. Zistilo sa, že firma používa hmotnú aj nehmotnú motiváciu a práve motivácia silne pôsobí na klientov a tým sa odrážajú aj celkové výsledky firmy.

Ďalšou analýzou bola analýza vzdelávania klientov. Tu sa zistili spôsoby vzdelávania klientov, aké zmeny zaviedla firma na zlepšenie vzdelávania klientov a pod.

17 HLAVNÝ CIEĽ PROJEKTU

Hlavným cieľom projektu je zvýšiť respektíve zlepšiť uplatniteľnosť klientov vo firme. Cieľom je dosiahnutie minimálne 25% úspešnosti klientov firmy pri hľadaní práce. Takéto výsledky sa dajú dosiahnuť vďaka projektu, ktorého cieľom je vytvorenie Job Search tímu (Job – práca, Search – hľadanie). Tento tím bude zameraný len na hľadanie práce pre klientov. Ak bude tím úspešný, bude úspešná aj firma v dosahovaní výsledkov.

18 KRITÉRIA ÚSPECHU

Úspech bude dosiahnutý vtedy, ak si management zoberie ponaučenie a implementuje projekt. Samozrejme je na firme, aby sa rozhodla a zvážila všetky klady a zápory tohto projektu. Ako bolo spomenuté, firma musí znižovať svoje náklady, preto sa môže zdať, že tento projekt je protichodom toho, čo firma musí dodržať. Avšak dobrá investícia môže firme pomôcť a zlepšiť výsledky a zvýšiť tržby. Preto by firma nemala skúmať projekt a súčasný problém len z jednej strany, ale mala by zvážiť všetky fakty.

19 ČO NIE JE SÚČASŤOU PROJEKTU

Súčasťou projektu nie je priama implementácia projektu. Firma sa rozhodne, či projekt implementuje, alebo nie. Prípadne sa rozhodne pre iný projekt, ktorý bude pre firmu a momentálnu situáciu viac vyhovovať.

20 OBMEDZENIA PROJEKTU

Hlavným obmedzením bude čas a použitie finančných prostriedkov. Projekt musí byť spracovaný v priebehu troch mesiacov, počas ktorých je potrebné zistiť zodpovednosť pracovníkov, organizačnú štruktúru, aká je motivácia a vzdelávanie klientov, výsledky firmy a pod. Väčším obmedzením sú finančné prostriedky, ktoré sú veľmi obmedzené kvôli novým nariadeniam zo strany parlamentu a Job Centre.

Pre spracovanie projektu je potrebné využiť PC, internet a osobnú prítomnosť pri zisťovaní jednotlivých informácií.

21 ROZPOČET PROJEKTU

Rozpočet v tomto projekte nie je spracovaný, pretože potrebné informácie neboli a nie sú k dispozícii. Taktiež informácie o limitoch nákladov neboli poskytnuté.

22 PODMIENKY PROJEKTU

Pri projekte nebudem môcť zaistiť implementáciu a kontrolu projektu, spracujem návrh na zlepšenie. O implementácii sa rozhodne firma po zistení všetkých faktov a následne ak management projekt implementuje, bude management vykonávať aj kontrolu projektu.

Z firmy alebo jej okolia môže prísť konkurenčný návrh. Práve pri zložitej situácii, v ktorej sa firma nachádza bude dôležité vybrať ten správny projekt, ktorý bude najvhodnejší.

23 STRATÉGIA VEDÚCA K DOSIAHNUTIU STANOVENÉHO CIEĽA

Stratégiou pre dosiahnutie stanoveného cieľa je zostavenie Job Search tímu. Tento tím sa bude skladať z dvoch ľudí. Znižovanie rozpočtu firmy nie je pre projekt ideálny, pretože firma momentálne prepúšťa zamestnancov. Avšak títo dvaja zamestnanci môžu vrátiť náklady firme mnohonásobne a budú pre firmu dobrou investíciou.

23.1 Zamestnanci

Pre hľadanie týchto zamestnancov môže firma využiť externé zdroje alebo, čo by bolo jednoduchšie, rýchlejšie a menej nákladné nájsť vhodných zamestnancov pre túto pozíciu z radu vlastných zamestnancov. Vhodných zamestnancov by mal vybrať management resp. riaditeľ firmy. Aby bol tím úspešný musia mať členovia tímu schopnosť interkulturálnej komunikácie, musia byť chápaní voči klientom, nesmú mať predsudky voči iným kultúram. Všetko sa odvíja od toho, aby mali členovia tímu dobré vzťahy s klientmi. Dá sa povedať, že členovia Job Search tímu by mali mať podobné vlastnosti a skúsenosti ako samotní lektori. Firma by mala vyžadovať vodičský preukaz, pretože časť pracovnej doby budú títo zamestnanci v teréne. Musia byť takisto aktívni, komunikatívni a mať Health and Safety certifikát, čo je certifikát o schopnosti poskytnúť prvú zdravotnú pomoc a pod. Tím bude pracovať vo firme dočasne.

23.2 Práca

Ich hlavnou náplňou práce bude hľadať zamestnania pre klientov firmy. Zvolený cieľ pre Job Search tím by nemal byť len 25% ale 30%, pretože 25% je minimálny cieľ, ktorý firma musí dosiahnuť. Ak však cieľ bude vyšší je aj pravdepodobnejšie, že dosiahne lepšie výsledky. Je to psychologický postup, ktorý je vo väčšine prípadov úspešný. Je nutné, aby členovia tímu pracovali v teréne a jednali s firmami a ponúkali týmto firmám klientov firmy Skills Training UK. Takisto ich pracovnou náplňou bude hľadanie volunteer jobs pre klientov v trvaní do dvoch mesiacov. Táto práca je dobrovoľná a bez finančného ohodnotenia. Klienti tu môžu získať cenné skúsenosti, ktoré využijú pri hľadaní zamestnania. Pri tejto práci musia členovia tímu kontrolovať prácu klientov, ako vyplňajú dotazníky, aké žiadosti o zamestnanie posielajú, ako si vypracovali vlastný životopis. Táto kontrola je veľmi dôležitá, pretože často klienti posielajú zle vyplnené dotazníky, posielajú

gramaticky nesprávne formulované žiadosti o zamestnanie. A to všetko závisí od toho, či klient prácu získa alebo nie.

Je dôležité rozloženie práce a zameranie sa dôležité činnosti, ktoré budú viesť k vytýčeným cieľom. To znamená, že tím sa musí rozhodnúť, ktorí klienti sú potenciálni na získanie práce, ktorí majú najväčšie predpoklady. Nie je možné v situácii, v akej firma je, aby strácala čas a prostriedky s klientmi, ktorí neprinesú firme žiadne výsledky.

Tím sa môže rozhodnúť, ktorým klientom firma ponúkne rôzne kurzy, v ktorých klienti nadobudnú znalosti a skúsenosti, ktoré im pomôžu pri hľadaní si práce. Je to dôležité rozhodnutie, aby firma investovala len do tých klientov, ktorí im prinesú dobré výsledky. Preto je nevyhnutné, aby členovia tímu získali čo najviac informácií či už od lektorov alebo samotných klientov. Je potrebné, aby tím spoznal klientov osobne a detailne. Tím musí mať takisto informácie a musí mať prehľad o tom, aké práce sú v ponuke, v akých oblastiach, aké sú požiadavky zo strany firiem a podobne.

23.2.1 Stratégie a metódy pre úspešný JS:

- klient nie je prítomný

- klient je prítomný

Ak je klient neprítomný, tím sa zameria na cold calling, kde zisťuje možnosti voľných pracovných pozícií, ďalej na rozposielanie životopisov a žiadostí o zamestnanie klientov. Tím musí využívať rôzne zdroje pre hľadanie zamestnaní pre klientov. Či už je to využívanie internetu, časopisov, novín, alebo aj návšteva personálnych agentúr alebo úradu práce.

Ak je klient prítomný, tím s ním vypracuje životopis a zaučá klienta, ako si sám môže hľadať zamestnanie pomocou internetu. Musí sa pomáhať klientovi s hľadaním práce prostredníctvom časopisov a novín. Tím oboznámi klienta, ako správne telefonovať a podobne.

Klientom môže veľmi pomôcť Job Search tréning, ktorý sa uskutoční jedenkrát za týždeň po tri hodiny. Na tomto tréningu by sa mali klienti naučiť, ako sa pripraviť na pohovor a byť na ňom úspešný, ako majú písať svoj životopis a žiadosti o zamestnanie, nemal by sa vynechať tréning na telefonovanie, kde by sa využila metóda roleplays, kde si klienti môžu vyskúšať naživo telefonovanie. Zistia sa chyby a pozitíva. Je to oveľa účinnejšia metóda

než samotné teoretické vysvetľovanie. Pri tréningoch by sa mali využívať rôzne aktivity v skupinách, čo by prinieslo nielen skúsenosti pre klientov, ale aj oživenie celého kurzu. Tím by sa mal zamerať aj na budovanie sebavedomia klientov, ktorí prichádzajú z rôznych krajín a nepoznajú novú kultúru a jazyk. Tím by mal takisto v určitých časových intervaloch vyvesovať nové práce, o ktoré majú klienti najväčší záujem. Ak sa v blízkosti firmy uskutočnia Job Fairs čiže veľtrhy pracovných príležitostí, mal by tím využiť možnosť a zúčastniť sa na ňom či už samostatne alebo s klientmi, čo by bolo zaujímavé takisto pre klientov. Oživenie celého kurzu môže priniesť aj spoločné hľadanie práce, kde všetci klienti spolu s tímom alebo lektormi po skupinách navštevujú obchody a firmy a zisťujú možnosti voľných pracovných miest. Ak firma hľadá nových pracovníkov, klienti majú k dispozícii svoje životopisy a v prípade záujmu ich odovzdávajú priamo firmám.

Pre tento tím bude veľmi dôležitá spolupráca s lektormi, pretože práve oni majú vždy najviac informácií o klientoch, o problémoch ktoré majú alebo nastať môžu. Je dôležité, aby Job Search tím mal meeting s lektormi aspoň raz za dva týždne respektíve raz za týždeň podľa potreby.

Pre vykonávanie práce budú mať zamestnanci Job Search tímu k dispozícii všetky nevyhnutné zdroje ako sú internet, PC, telefón, fax...

Je dôležité, aby mal tento tím naplánovaný každý mesiac, aké ciele chcú dosiahnuť. Nielen koľkým klientom chcú nájsť prácu, ale takisto ako to chcú dosiahnuť, koľko telefonátov chcú uskutočniť, koľko životopisov poslať potenciálnym zamestnávateľom, koľko application forms (dotazníky firiem, ktoré vyplňajú uchádzači o zamestnanie) atď. Respektíve tieto ciele by mal navrhnúť management a takisto ich plnenie pravidelne kontrolovať. Je nevyhnutné, aby tím pravidelne každý týždeň odovzdával managementu stručnú správu o plnení týchto cieľov, o tom aké problémy majú a pod.

Činnost'	Týždenne	Mesačne
Počet uskutočnených telefonátov	15	60
Počet odoslaných životopisov	15	60
Počet vyplnených a odoslaných application forms	5	20
Počet pohovorov	-	2

Tab. 5. Týždenný a mesačný plán pre jedného klienta [25]

Je nevyhnutné, aby sa nezabúdalo na žiadnu činnosť, ktorá je nutná pri dosahovaní cieľov od plánovania až po kontrolu. Management nesmie zabúdať na motiváciu tímu. Táto činnosť bude rozhodujúca, pretože úspešnosť firmy závisí od práce tímu. Takisto práca je náročná a administratívna stránka práce môže byť často únavná. Bolo by dobré, aby firma pri dosiahnutí mesačného cieľu náležito ocenila zamestnancov vo forme bonusu a pochvaly resp iným vhodným spôsobom. Potom sa firma musí rozhodnúť pre náležité ohodnotenie aj lektorov. Oni predstavujú veľkú pomoc pre tím. Motivácia a ohodnotenie musí byť spravodlivé pre každého zamestnanca vo firme. Firma musí poskytnúť dobré pracovné prostredie pre zamestnancov.

Job Search tím musí v spolupráci s lektormi nájsť prioritných klientov a tým nájsť prácu čo najrýchlejšie. Naopak klientov, ktorí sú pasívni a nemajú záujem o prácu je nutné poslať naspäť do Job Centre. Nie je ekonomické strácať čas s klientmi, ktorí nechcú s firmou spolupracovať.

Takisto je potrebné získať od lektorov mená klientov a presné informácie o akú prácu majú záujem. Podľa toho kategorické rozdelenie práce uľahčí a urýchli celkové hľadanie práce. Klienti majú väčšinou záujem len o niekoľko typov zamestnaní. Preto je jednoduchšie nehladať prácu pre klientov jednotlivo ale po skupinách.

Dôležité je, aby členovia tímu:

- Jednoznačne chápali a interpretovali požadované projektové ciele.
- Mali možnosť tvorivým spôsobom riešiť problémy, predkladať svoje návrhy a námety.
- Cítili spoluzodpovednosť za dosahované výsledky.

Manažér projektu zodpovedá za:

- Riadenie realizácie implementačných plánov.
- Identifikáciu odchýlok od plánu, vrátane návrhov a realizácie nápravných opatrení.
- Poskytovanie informácií o priebehu realizácie projektu.
- Formulovanie a predkladanie požiadaviek, ktoré sú nad rámec jeho právomocí.
- Predvídanie vzniku problémov a hľadanie vhodných spôsobov riešení.
- Vybavovanie pracovných nárokov a pracovných problémov členov tímu.
- Sledovanie a vyhodnocovanie vynaložených nákladov vzhľadom k danému rozpočtu.
- Vytváranie potrebných pracovných kontaktov na všetkých úrovniach riadenia.

Organizačná zložka projektového managementu musí zabezpečiť:

- Vytváranie vhodného organizačného prostredia pre dosahovanie projektových cieľov a realizácie projektových plánov.
- Racionálne delegovanie právomocí a zodpovedností pre jednotlivé pozície organizačnej štruktúry.
- Rešpektovanie okolia, v ktorom sa organizačná štruktúra nachádza.
- Rešpektovanie a rozvíjanie organizačnej kultúry.
- Vytváranie organizačného prostredia v súlade so svetovými trendmi tak, aby vytváralo vhodné sociálne klíma pre projektových pracovníkov.

24 PRÍNOSY, NEVÝHODY A RIZIKÁ PROJEKTU

24.1 Prínosy, nevýhody a riziká

PRÍNOSY	NEVÝHODY A RIZIKÁ
projekt prinesie zaujímavú prácu pre tím s jednaním s klientmi	možnosť zlého rozloženia práce medzi členmi tímu
možnosť zlepšenia výsledkov firmy	možnosť komunikačného šumu pri komunikácii Job Search tímu s lektormi
pri zlepšení výsledkov firmy, sa zvýši nielen zisk ale i dôvera Job Centre a to následne uistí vzájomnú spoluprácu v budúcnosti	Job Search tím dostatočne nepozná klientov resp. nepozná ich osobne a klienti nemusia mať k členom tímu dôveru
lektori nie sú preťažení rôznymi činnosťami a môžu sa plne venovať motivácii a vzdelávaní klientov, čo zlepší kvalitu poskytovaných služieb	administratívna stránka práce môže byť pre Job Search tím po čase nudná a monotónna
Job Search tím má jediný cieľ a nie je rozptyľovaný inými činnosťami, môže sa zamerať len na ten najdôležitejší cieľ, ktorý je existenčný pre firmu	problémom bude, ak klienti odmietnu ponuku na prácu, alebo na získanie kvalifikácie v určitej firme ako dobrovoľník
v prípade úspechu sa zníži nezamestnanosť v oblasti Hayes	je možnosť, že potenciálna firma nechce zamestnať klientov firmy
zlepší sa rozloženie práce medzi tímom a lektormi	existuje možnosť zlých vzťahov vnútri tímu
klienti môžu praktikovať a zlepšovať si angličtinu s viacerými ľuďmi	možnosť zlých vzťahov medzi Job Search tímom a lektormi

projekt prinesie pozitívnu zmenu pre samotných klientov, kurz nebude monotónny	problém s klientmi, ktorí nie sú na tím zvyknutí a nebudú s ním spolupracovať
	problém nastane, ak jeden alebo obaja členovia z nejakého dôvodu nemôžu prísť do zamestnania

Tab. 6. Prínosy, nevýhody a riziká [vlastné spracovanie]

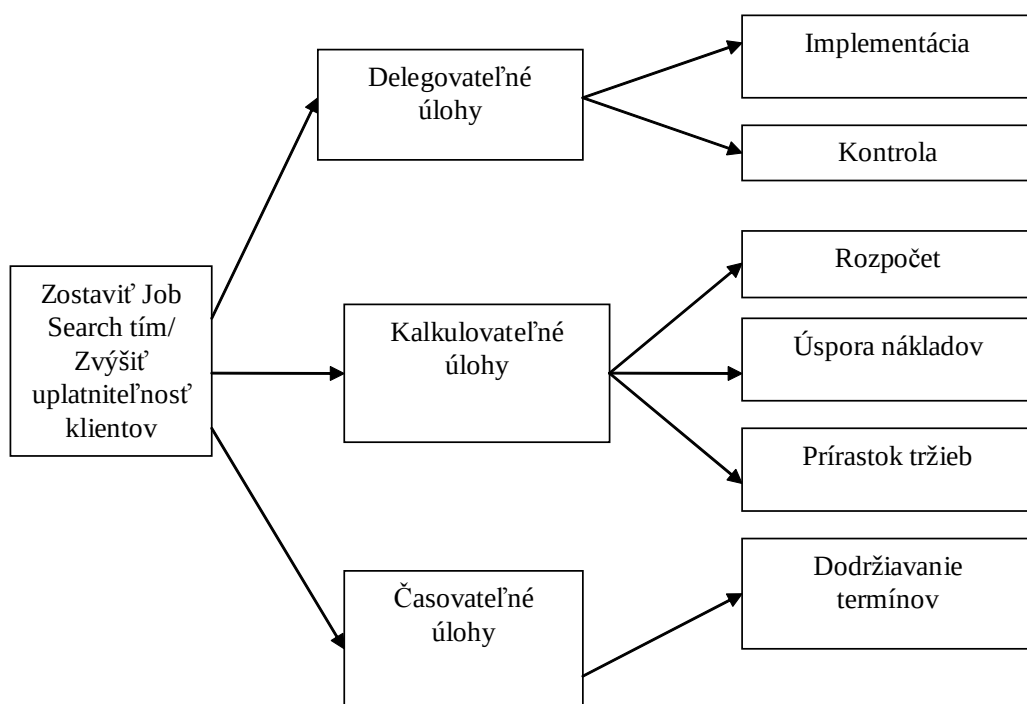
25 ROZVRH PRÁČ

Hlavný cieľ – zostaviť Job Search tím

Delegovateľné úlohy – implementácia, kontrola

Kalkulovateľné úlohy – rozpočet, úspora nákladov, prírastok tržieb

Časovateľné úlohy – dodržiavanie termínov



Obr. 5. Rozvrh prác [vlastné spracovanie]

26 ČASOVÝ PLÁN PROJEKTU

Časový plán je uvedený v týždňoch od začiatku až po koniec projektu.

1.– 2. týždeň: výber firmy, zistenie informácií o firme a zistenie problému vo firme

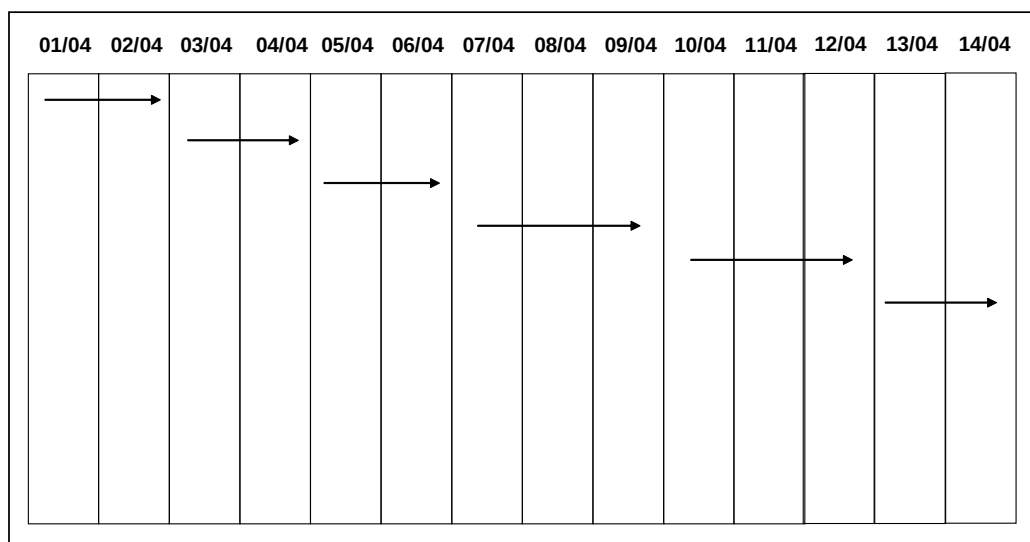
3.– 4. týždeň: zhromaždenie informácií o spracovaní vybranej témy

5.– 6. týždeň: vypracovanie teoretickej časti

7.– 9. týždeň: vypracovanie analytickej časti

10.– 12. týždeň: vypracovanie projektovej časti

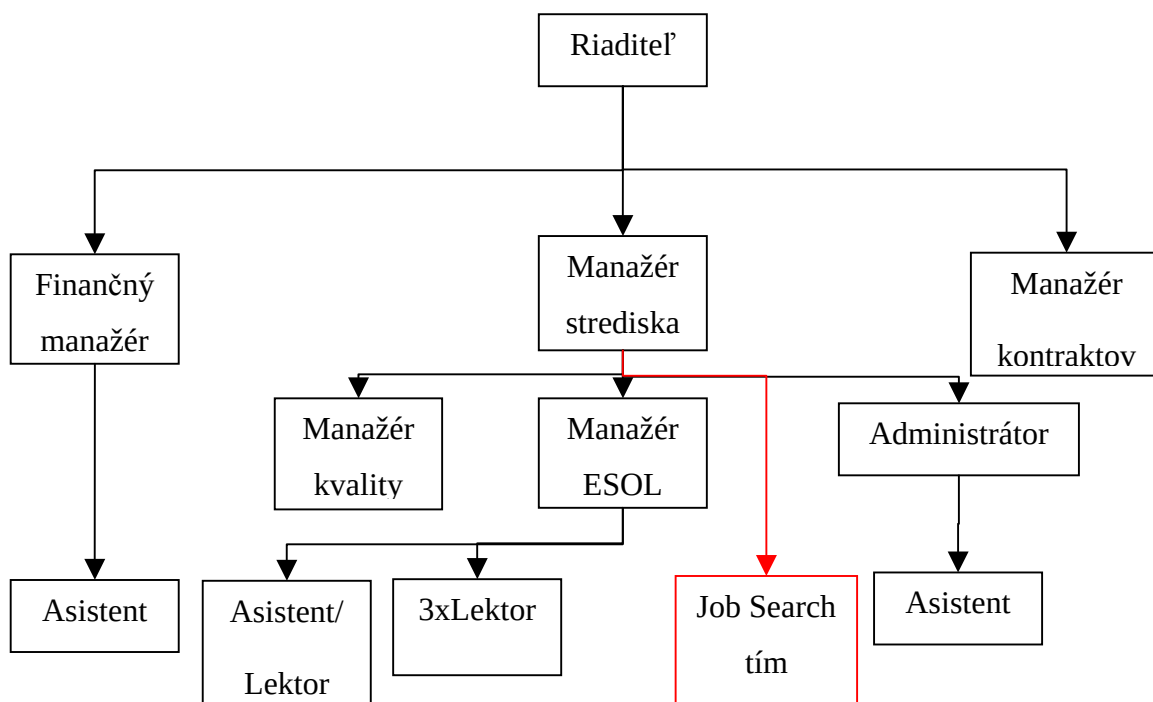
13.– 14. týždeň: finálne spracovanie



Obr. 6. Časový plán projektu [vlastné spracovanie]

27 ZMENY VO FIRME PRI IMPLEMENTÁCII PROJEKTU

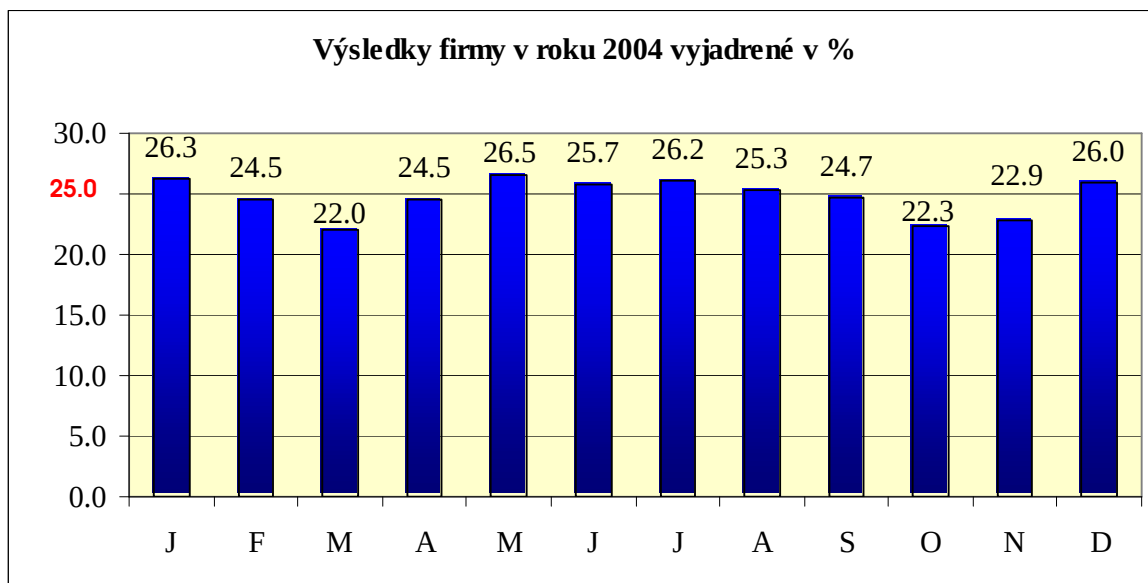
27.1 Zmeny v organizačnej štruktúre pri implementácii projektu



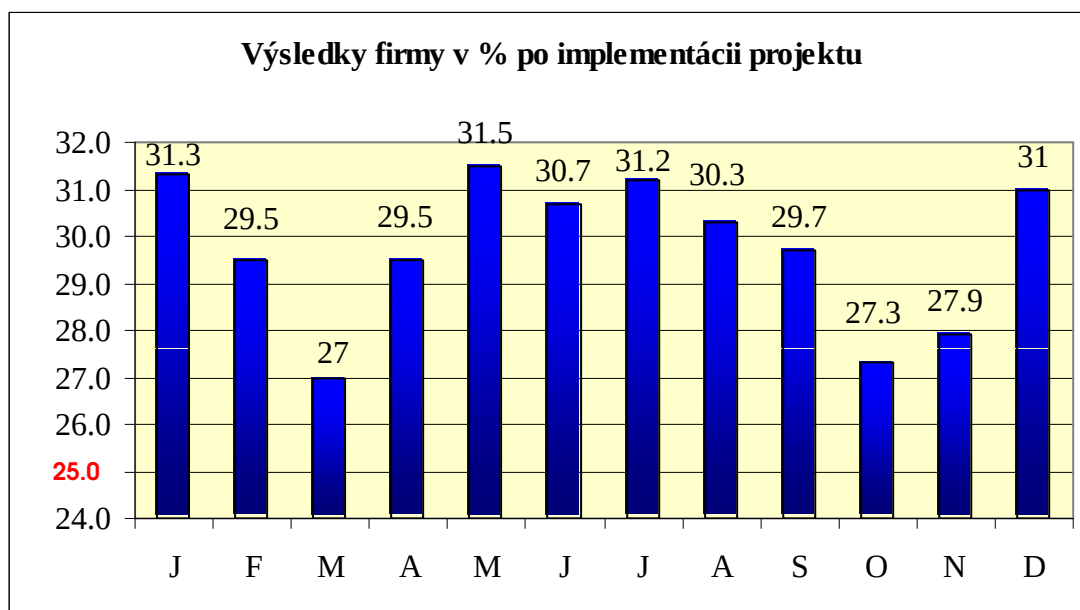
Obr. 7. Nová organizačná štruktúra [25]

27.2 Zmeny v výsledkoch pri implementácii projektu

Pri implementácii projektu a pri jeho úspechu môžeme predpokladať, že výsledky firmy oproti roku 2004 za zlepšia mesačne o 5%. Takisto sa dá predpokladať, že počet klientov prichádzajúcich do firmy stúpne približne o 10%.



Graf. 8. Výsledky firmy v roce 2004 vyjadrené v % [25]



Graf. 10. Predpokladané výsledky firmy v % po implementácii projektu [vlastné spracovanie]

ZÁVER

Cieľom diplomovej práce bolo navrhnutie projektu, ktorý by pomohol firme zlepšiť výsledky, čiže zvýšiť uplatniteľnosť klientov. Ďalšími cieľmi bolo vypracovanie analýzy výsledkov firmy, analýzy súčasnej motivácie a vzdelávania klientov firmy.

V teoretickej časti som na základe dostupných literárnych prameňov spracovala teoretické poznatky z oblasti vzdelávania a motivácie. Túto časť som doplnila o nezamestnanosť.

V ďalšej časti som vypracovala analýzu výsledkov za rok 2003 a 2004, analýzu súčasného stavu motivácie a súčasného stavu vzdelávania klientov. Bola vypracovaná aj SWOT analýza. Všetky informácie boli získané z firemných záznamov, životopisov klientov, zo záznamov z mítingov, priamo od zamestnancov a z vlastného pôsobenia vo firme ako Support Tutor.

V záverečnej časti bol navrhnutý projekt, ktorý má zvýšiť uplatniteľnosť klientov a tým zlepšiť výsledky firmy. Bolo navrhnuté vytvoriť Job Search tím, ktorý bude obsahovať dvoch členov. Ich hlavným cieľom bude hľadať prácu pre klientov. Takýto návrh môže priniesť pozitívne výsledky, ktoré firma potrebuje. Tento návrh nebude pozitívne pôsobiť len na samotné výsledky, ale i na zamestnancov firmy, na klientov a kvalitu služieb firmy.

ZOZNAM POUŽITÉJ LITERATURY

- [1] BAY, H. R. *Účinné vedení týmů*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 152 s.
ISBN 80-247-9068-8.
- [2] BELAJEV, B. V. *Psychologické základy vyučování cudzích jazykov*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1968. 264 s. ISBN xx-xxxx-xxx-x.
- [3] GLLESPIE, A. *As & A Level Economics*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press, 2002. 114 s. ISBN 0-19-913429-4.
- [4] HOLMAN, R. *Ekonomie*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2002. 726 s.
ISBN 80-7179-681-6.
- [5] HUSÁR, J. *Makroekonómia*. 1. vyd. Bratislava: Kartprint, 1998. 285 s. ISBN 80-88870-08-9.
- [6] KOUBEK, J. *Řízení lidských zdrojů*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1995. 350 s.
ISBN 80-85943-01-8.
- [7] KOVAČKA, M. *Makroekonómia*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1992. 273 s. ISBN 80-08-01490-3.
- [8] KUBR, M., PROKOPENKO, J. *Vzdělávání a rozvoj manažerů*. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-250-6.
- [9] LIŠKA, V. a kol. *Makroekonomie*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2002. 554 s.
ISBN 80-86419-27-4.
- [10] MCKENNA, D. D., MCHENRY, J. J. *Pozitivní manažerské taktiky*. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-315-4.
- [11] MINTON, D. *Teaching Skills in Further & Adult Education*. 5th ed. Croatia: Zrinski d.d., 2003. 261 s. ISBN 1-861-52717-9.
- [12] NAKONEČNÝ, M. *Úvod do psychologie*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. 307 s.
ISBN 80-200-0993-0.
- [13] NOVÝ, I. a kol. *Interkulturální management*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 144 s. ISBN 80-7169-260-3.
- [14] PASCAL, S. *Makroekonómia*. 1. vyd. Bratislava: Elita, 1993. 362 s.

ISBN 80-85323-51-6.

[15] PLAMÍNEK, J. *Vedení lidí týmů a firem*. Praha: Grada Publishing, 2002.

ISBN 80-247-0403-x.

[16] PORVAZNÍK, J. *Celostný manažment*. 1. vyd. Bratislava: Sprint vfra, 1999. 493 s.

ISBN 80-88848-36-9.

[17] PRŮCHA, J. *Interkulturní psychologie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 199 s. ISBN 80-7178-885-6.

[18] PRŮCHA, J. *Vzdělávání a školství ve světě: základy mezinárodní komparace vzdělávacích systémů*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. 319 s. ISBN 80-7178-290-4.

[19] REECE, I. *Teaching, Training and Learning*. 5th ed. UK: Business Education Publishers Limited, 2003. 438 s. ISBN 1-901888-30-4.

[20] RUSMICKOVÁ, L., SOUKUP, J. a kol. *Makroekonomie*. 3. vyd. Slaný: Melandrium, 1995. 204 s. ISBN 80-901801-3-2.

[21] WALKER, J. A. a kol. *Moderní personální management*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0449-8.

INTERNETOVÉ ODKAZY

[22] Firemné stránky firmy Skills Training UK Ltd [online]. Dostupné z WWW: <http://www.skillstrainingukltd.co.uk/>

[23] Office for National Statistics [online]. Dostupné z WWW:

<http://www.statistics.gov.uk>

[24] Statistics [online]. Dostupné z WWW: <http://www.homeoffice.gov.uk>

INÉ ZDROJE

[25] Interné informácie firmy Skills Training UK Ltd. Dostupné z firemných záznamov, životopisov klientov, zo záznamov z mítingov, priamo od zamestnancov a z vlastného pôsobenia vo firme ako Support Tutor.

ZOZNAM GRAFOV

Graf. 1. Štruktúra klientov podľa pohlavia v roku 2004 [25].....	31
Graf. 2. Štruktúra klientov podľa veku v roku 2004 [25].....	32
Graf. 3. Štruktúra klientov podľa krajiny/svetadielu v roku 2004 [25].....	32
Graf. 4. Štruktúra klientov podľa náboženstva v roku 2004 [25].....	33
Graf. 5. Výsledky firmy v roku 2003 [25].....	35
Graf. 6. Výsledky firmy v roku 2003 vyjadrené v % [25].....	35
Graf. 7. Výsledky firmy v roku 2004 [25].....	37
Graf. 8. Výsledky firmy v roku 2004 vyjadrené v % [25].....	37
Graf. 9. Rozdelenie vyučovacieho času [25]	42
Graf. 8. Výsledky firmy v roku 2004 vyjadrené v % [25].....	69
Graf. 10. Predpokladané výsledky firmy v % po implementácii projektu [vlastné spracovanie].....	69

ZOZNAM OBRÁZKOV

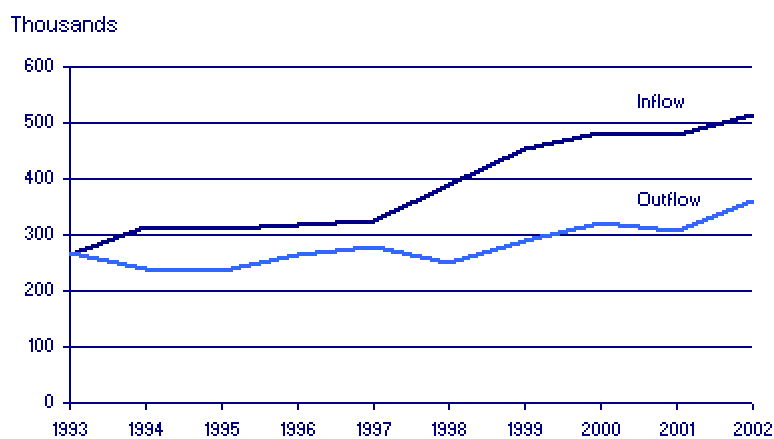
Obr. 1. Toky medzi zamestnanými a nezamestnanými [5].....	13
Obr. 2. Kulminačný bod [10].....	17
Obr. 3. Osvojovanie si cudzieho jazyka [2].....	22
Obr. 4. Organizačná štruktúra firmy [25]	28
Obr. 5. Rozvrh prác [vlastné spracovanie]	66
Obr. 6. Časový plán projektu [vlastné spracovanie].....	67
Obr. 7. Nová organizačná štruktúra [25]	68

ZOZNAM TABULIEK

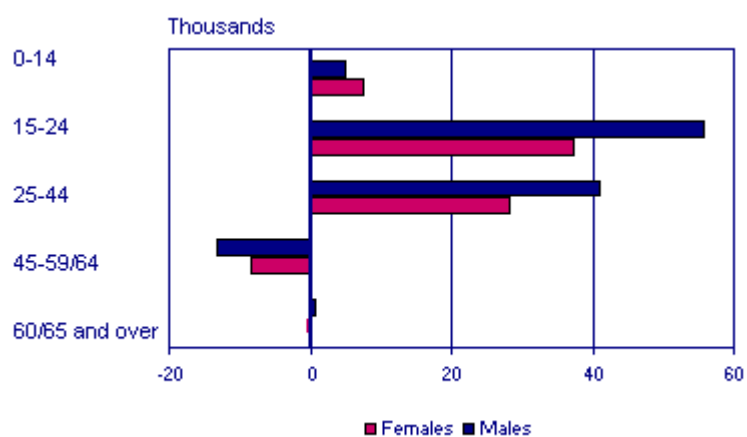
Tab. 1. Výsledky firmy v roku 2003 [25]	34
Tab. 2. Výsledky firmy v roku 2004 [25]	36
Tab. 3. Silné a slabé stránky firmy [25].....	45
Tab. 4. Příležitosti a hrozby firmy [25]	46
Tab. 5. Týždenný a mesačný plán pre jedného klienta [25]	62
Tab. 6. Prínosy, nevýhody a riziká [vlastné spracovanie]	65

ZOZNAM PRÍLOH

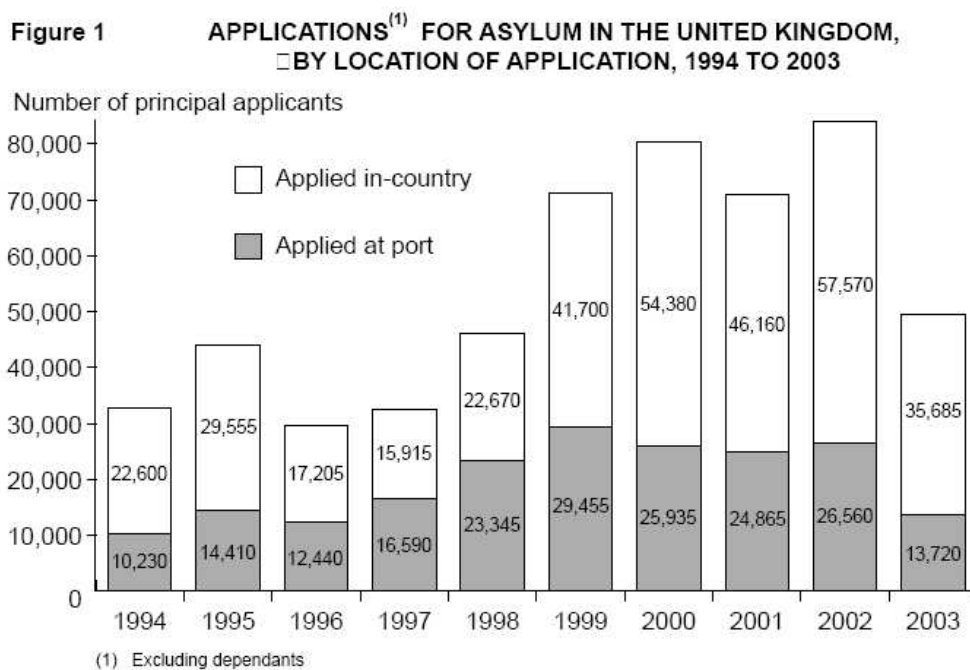
- P I Medzinárodná migrácia
- P II Čistá migrácia do UK podľa veku a pohlavia v roku 2002
- P III Žiadosť o azyl v UK
- P IV Žiadosť o azyl z európskych krajín v rokoch 2002 a 2003
- P V Žiadosť o azyl v UK podľa veku a pohlavia v roku 2003
- P VI Žiadosť o azyl v UK od detí podľa veku v roku 2003
- P VII Nezamestnanosť v UK
- P VIII Nezamestnanosť v UK v roku 2001/2002 podľa etnickej príslušnosti a pohlavia
- P IX Nezamestnanosť v UK v roku 2003/2004 podľa náboženstva a pohlavia
- P X Miera nezamestnanosti v UK



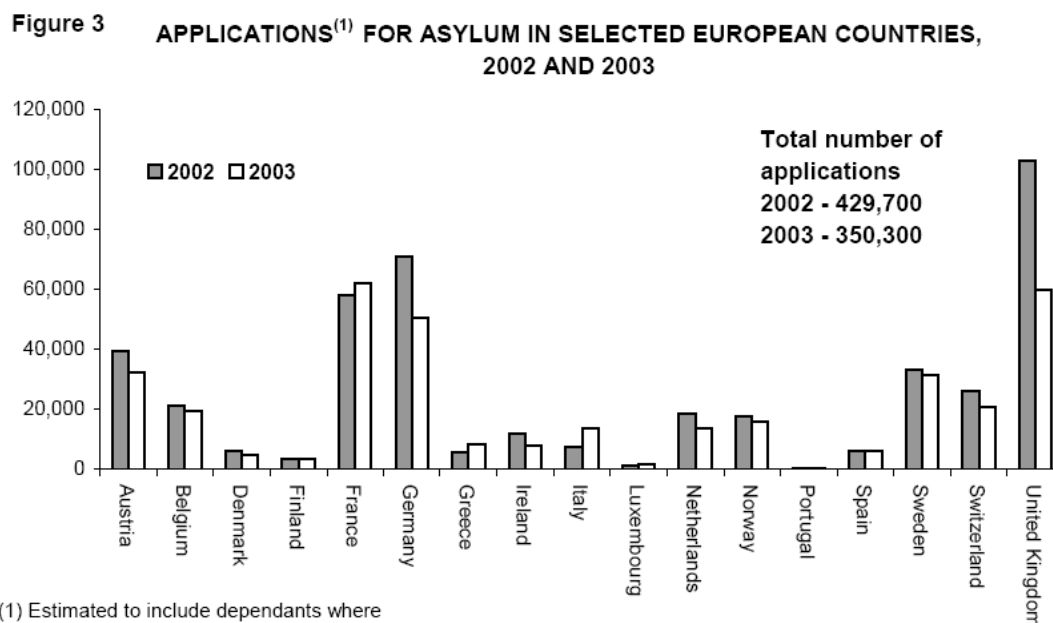
P I Medzinárodná migrácia [23]



P II Čistá migrácia do UK podľa veku a pohlavia v roku 2002 [23]

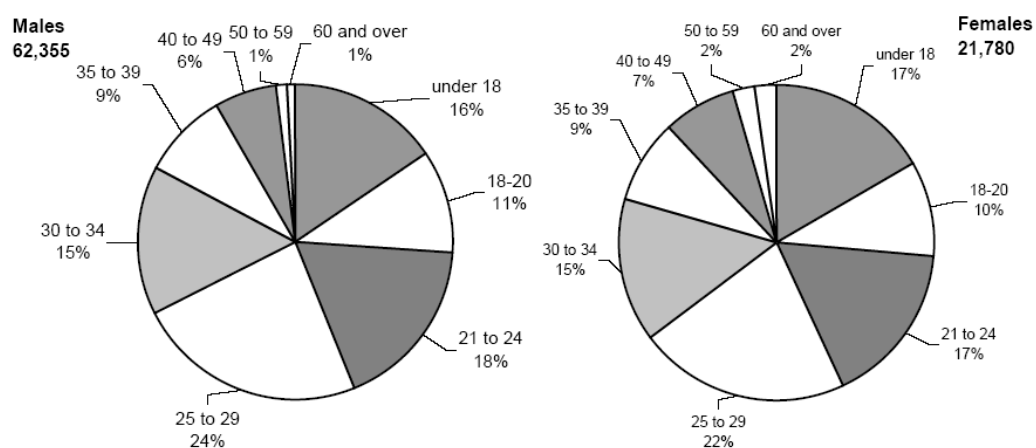


P III Žiadosť o azyl v UK [24]



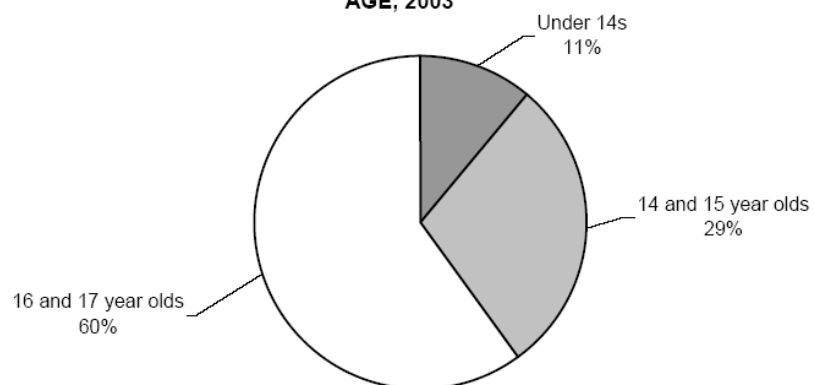
P IV Žiadosť o azyl z európskych krajín v rokoch 2002 a 2003 [24]

Figure 4 APPLICATIONS FOR ASYLUM IN THE UK, BY AGE AND SEX, 2003

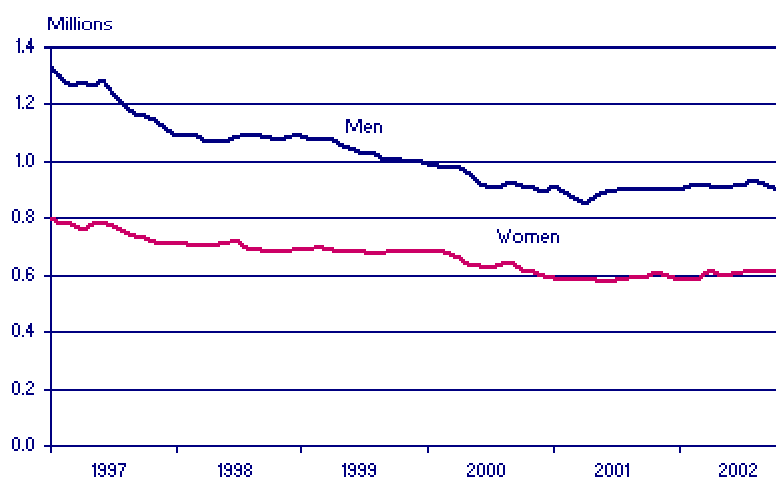


P V Žiadosť o azyl v UK podľa veku a pohlavia v roku 2003 [24]

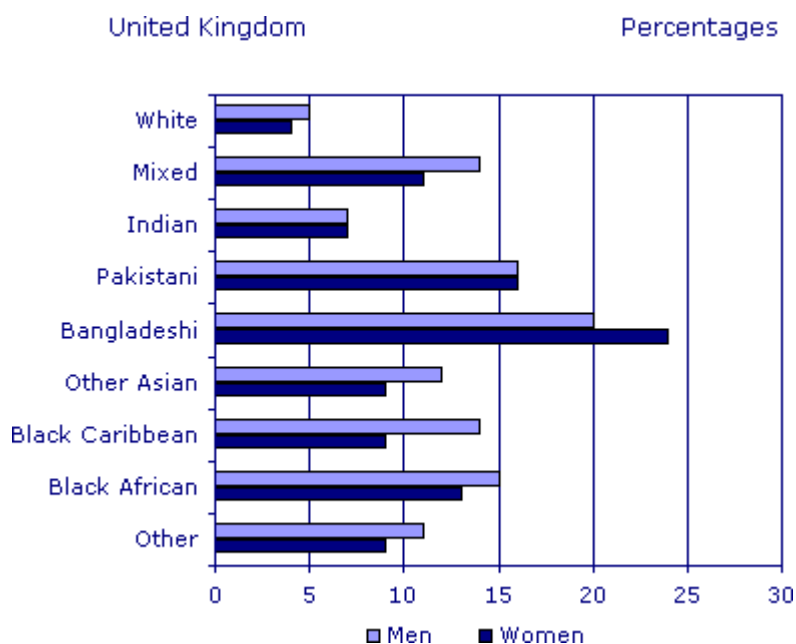
Figure 5 APPLICATIONS FOR ASYLUM IN THE UK, FROM UNACCOMPANIED CHILDREN, BY AGE, 2003

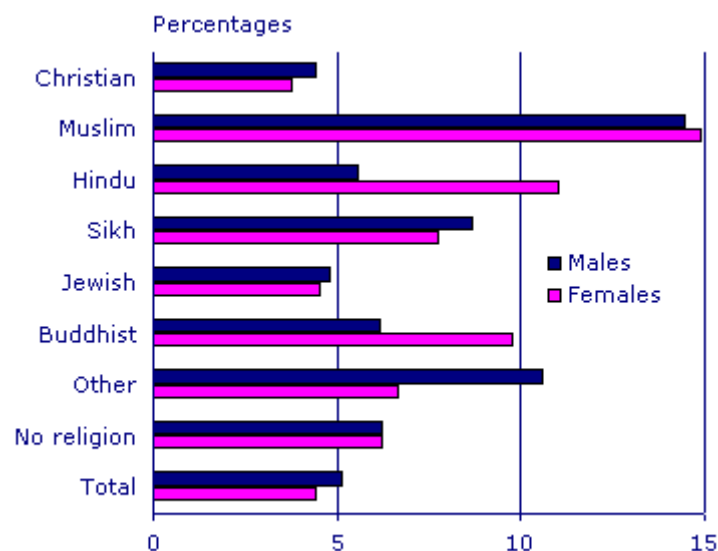


P VI Žiadosť o azyl v UK od detí podľa veku v roku 2003 [24]

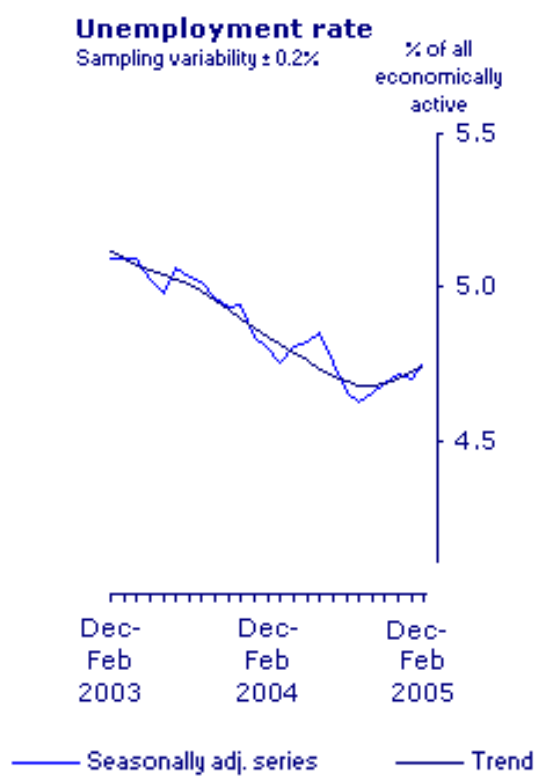


P VII Nezamestnanosť v UK [23]

P VIII Nezamestnanosť v UK v roku 2001/2002 podľa
etnickej príslušnosti a pohlavia [23]



P IX Nezamestnanost' v UK v roku 2003/2004 podľa náboženstva a pohlavia [23]



P X Miera nezamestnanosti v UK [23]