

„FORMAREA PROFESIONALĂ A ADULȚILOR - NOI PERSPECTIVE”. Nevoi și direcții de dezvoltare în context european

Dr. psih. Radu Bălănean¹ și Drd. psih. Lucia Coșa²
ITSC - Institutul de Training, Studii și Cercetări PIMMJM Tg-Mureș¹, radubalanean@gmail.com
Universitatea Petru Maior Tg.-Mureș², luciacosa@cursformatori.ro

Analiza nevoilor de formare reprezintă studiul sistematic al discrepanței dintre nivelul actual de diversitate adaptată în realitatea socio-economică, cunoaștere și performanță și nivelul dorit. Studiul realizat în cadrul proiectului „Profesioniști în sistemul de formare profesională din România” POSDRU/57/1.3/S/32659 are ca scop identificarea nevoilor de formare profesională obiective a adulților din județele Bihor, Harghita, Mureș și Suceava în vederea pregătirii experților formatori și a unor programe de formare profesională care să vină în întâmpinarea priorităților de formare regionale. Eșantionul supus investigației realizate prin intermediul chestionarelor a fost alcătuit din peste 500 de reprezentanți ai organizațiilor din regiunile menționate. Rezultatele obținute în urma prelucrării datelor identifică și recomandă ca prioritate dezvoltarea de cursuri de formare profesională care să acopere problemele de comunicare intra- și inter-organizațională realizate în acord cu paradigma post modernă adaptativ dinamică în formarea adulților, dintr-o perspectivă pluri-, inter- și transdisciplinară.

Cuvinte cheie: formare profesională, nevoi, formator, curs

1. NEVOIA DE FORMARE PROFESIONALĂ - ASPECTE TEORETICE

Nevoia de formare reprezintă discrepanța dintre nivelul actual de cunoaștere sau performanță și nivelul dorit (Gupta, Sleezer, & Russ-Eft, 2006). Analiza nevoilor de formare reprezintă studiul sistematic al acestei discrepanțe, prin colectarea de date diverse, din surse diferite și cu ajutorul unor metode variate, în scopul optimizării procesului decizional și al efectuării de recomandări utile privind acțiunile și activitățile viitoare (Barbazette, 2006; Kroehnert, 1990; Rossett, 1987). Știm cu toții că într-o societate postmodernă individual „se confruntă cu nevoia de a dobândi noi competențe, de a-și reînnoi și actualiza bagajul de cunoștințe competențe și abilități, cel puțin o dată la 1-3 ani, prin participarea la programele de formare profesională sau programe de formare continuă” (Bălănean, 2010, p.7).

Analiza nevoilor de formare se poate realiza la trei niveluri: individual, ocupațional și organizațional (McGehee și Thayer, 1961). La nivel individual vorbim de absența unor cunoștințe sau abilități necesare realizării cu succes a sarcinilor de către un anume angajat sau, dimpotrivă, de prezența unor comportamente sau atitudini indezirabile, care reduc eficiența angajatului. La nivel ocupațional sunt vizați mai mulți indivizi care lucrează pe posturi similare și, ca urmare, pot avea nevoi de formare comune. În fine, la nivel organizațional analiza este orientată nu numai spre orice competențe sau cunoștințe deficitare care afectează atingerea obiectivelor organizației, dar și spre analiza unor variabile supraindividuale (e.g., climatul organizațional).

Dacă analiza nevoilor de formare se realizează cel mai adesea într-un cadru organizațional restrâns, unde se cunosc foarte bine dimensiunile și caracteristicile populațiilor studiate, în cazul analizei nevoilor de

formare la nivel multiregional lucrurile se complică semnificativ. Pe de o parte, populația țintă este mult mai mare și mai variată iar pe de altă parte intervalul de nevoi care trebuie luate în calcul este mult mai vast. Aceste particularități măresc semnificativ riscul de eroare, dar, în același timp, oferă oportunitatea radiografierii punctelor de convergență și de divergență ale organizațiilor din județele studiate.

2. METODOLOGIA CERCETĂRII:

Studiul de față este realizat în cadrul proiectului „Profesioniști în sistemul de formare profesională din România” POSDRU/57/1.3/S/32659 și are ca scop identificarea nevoilor de formare profesională obiective a adulților din județele Bihor, Harghita, Mureș și Suceava în vederea pregătirii experților formatori și a unor programe de formare profesională care să vină în întâmpinarea priorităților de formare regionale.

2.1. Obiectivele studiului:

- Determinarea atitudinilor și comportamentelor organizațiilor privind activitatea de formare;
- Evidențierea percepției angajatorilor privind oferta de formare existentă pe piață;
- Identificarea nevoii de formare profesională a adulților din județele Bihor, Harghita, Mureș și Suceava;

2.2. Structura eșantionului

Chestionarul a fost aplicat pe un eșantion de 506 organizații din cele patru județe țintă. Dintre acestea peste 60% o reprezintă S.R.L.-uri, în timp ce O.N.G.-urile reprezintă doar 4,6%. Între aceste extreme se

situează S.A.-urile (16,6%) și diverse instituții publice (14,3%). 17,3% dintre organizații funcționează de mai puțin de 5 ani, 30,5% au vechimea cuprinsă între 6 și 10 ani, 21,7% au vechimea cuprinsă între 11 și 15 ani, iar restul de 30,5% funcționează de mai bine de 15 ani. Din punct de vedere al vechimii aproape 70% dintre organizații au sub 50 de angajați, 20% având între 50 și 249 de angajați. În fine, din punct de vedere al obiectului de activitate cele mai multe organizații funcționează în domeniile serviciilor (25,5%), industriei (15,6%) și comerțului (15,1%) iar cele mai puține în domeniile administrației (5,4%), transporturilor (5,8%) și sănătății (6,4%).

3.REZULTATE OBȚINUTE

3.1. Comportamente și atitudini privind activitățile de formare.

După cum se poate observa în figura 1, cele mai multe organizații alocă între 1 și 5 zile lucrătoare activităților de formare. Aproximativ o treime alocă între 6 și 10 zile acestor activități, iar 13% depășesc pragul de 10 zile.

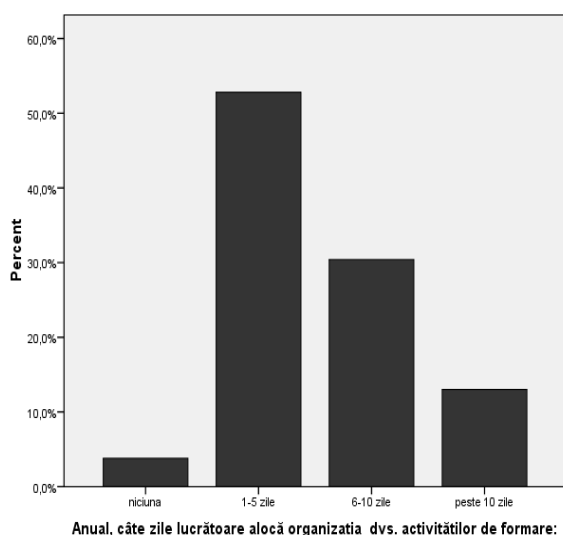


Figura 1. Frecvența activităților de formare

În mod surprinzător, doar 3,8% dintre organizații declară că nu au alocat nicio zi activităților de formare. Această cifră este mai mică decât cele raportate în alte studii și ar putea fi explicată parțial prin faptul că în studiul de față eșantionul a inclus și organizații neguvernamentale și instituții publice, care au o activitate mai intensă în acest sens, de multe ori reglementată legal. Într-adevăr, marea majoritate a organizațiilor incluse în studiu au declarat că frecvența activităților de formare este determinată de legislația în vigoare și că deciziile privind activitățile de formare se iau, într-un procentaj semnificativ, la alt nivel decât al organizației propriu-zise.

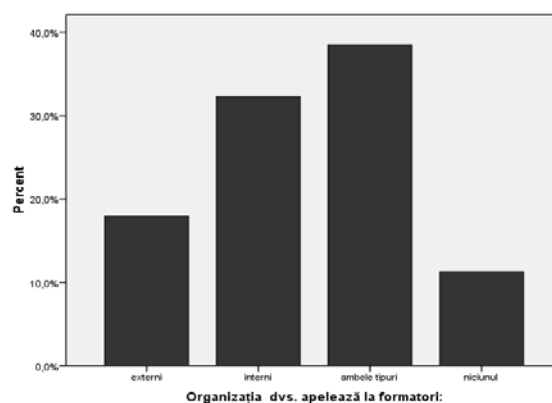


Figura 2. Sursa formatorilor la care apelează organizațiile.

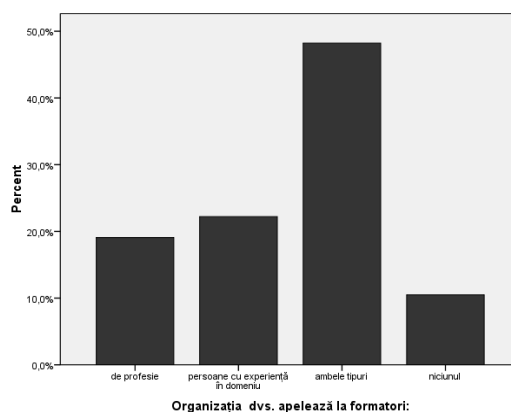


Figura 3. Tipul formatorilor la care apelează organizațiile.

Figurile 2 și 3 ne arată că cele mai multe organizații apelează atât la formatori externi, cât și la formatori interni, atât la formatori de profesie, cât și la persoane cu experiență în domeniu. Dacă lăsăm această informație la o parte, se poate observa o tendință de favorizare a formatorilor interni și a persoanelor cu experiență în domeniu în defavoarea formatorilor externi și de profesie. Percepția activităților de formare și a ofertei existente pe piața noastră poate explica acest lucru. Însă înainte de a trece la acești itemi să observăm că, deși doar 4% dintre firme au declarat că nu alocă nicio zi activităților de formare 10% dintre ele au declarat că nu apelează la niciun fel de formatori. Această contradicție sugerează intervenția factorului dezirabilitate socială în oferirea răspunsurilor.

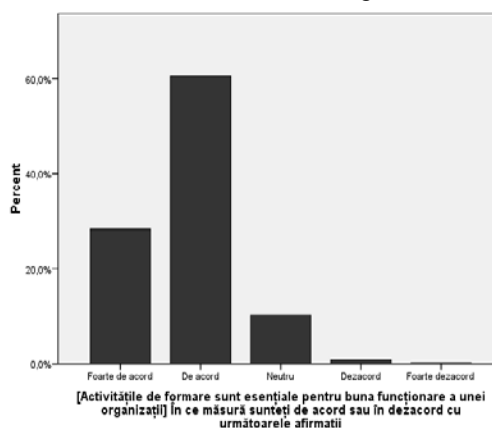


Figura 4. Percepția activităților de formare: caracterul lor esențial.

Figura 4 ne arată quasi-absența dezacordului cu privire la afirmația „Activitățile de formare sunt esențiale pentru buna funcționare a unei organizații.” Dimpotrivă, afirmația „Activitățile de formare sunt nerentabile” a consemnat o distribuție mult mai echilibrată a răspunsurilor (Figura 5).

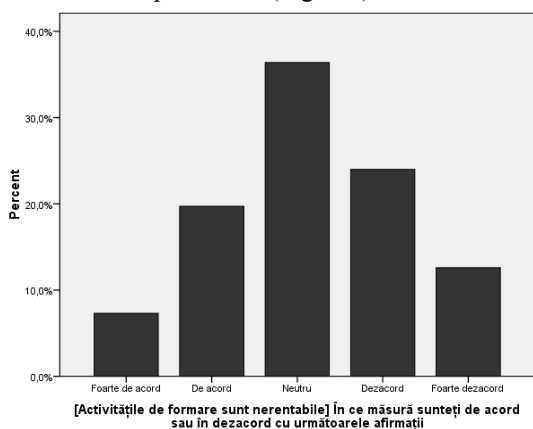


Figura 5. Percepția activităților de formare: rentabilitatea.

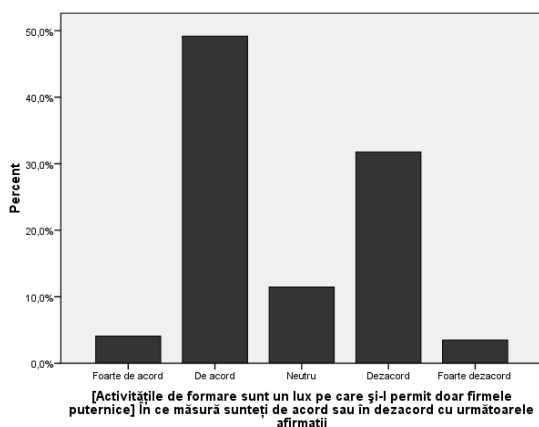


Figura 6. Percepția activităților de formare: accesibilitatea.

Pe de altă parte, după cum se poate vedea în figura 6, mai mult de jumătate dintre organizații sunt de acord sau foarte de acord cu afirmația „Activitățile de formare sunt un lux pe care și-l permit doar firmele puternice”.

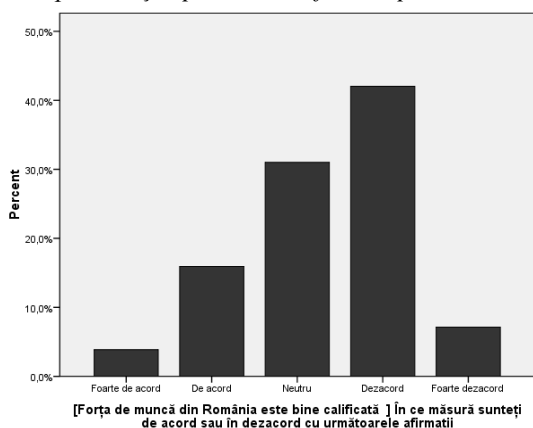


Figura 7. Percepția activităților de formare: calificarea forței de muncă.

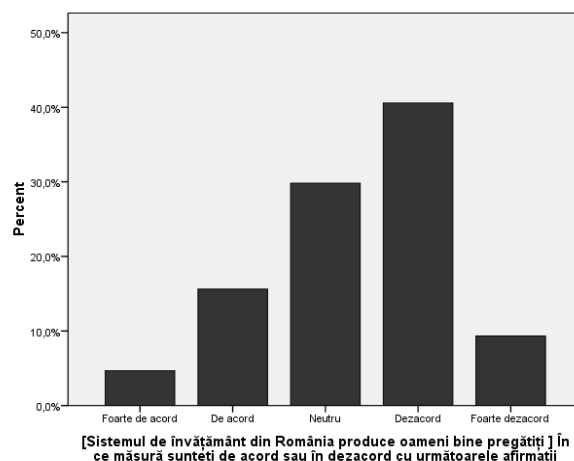


Figura 8. Percepția activităților de formare: calitatea absolvenților.

La fel, figurile 7 și 8 arată că jumătate dintre respondenți consideră că forța de muncă din România este slab calificată și că absolvenții produși de sistemul de învățământ românesc sunt slab pregătiți.

3.2. Percepția ofertei de formare

Organizațiile selectate în eșantion nu consideră că oferta de formare existentă pe piață le acoperă suficient de bine nevoile de formare. 43% dintre ele au o percepție negativă în acest sens, un procentaj dublu comparativ cu cele care au o percepție pozitivă (22%).

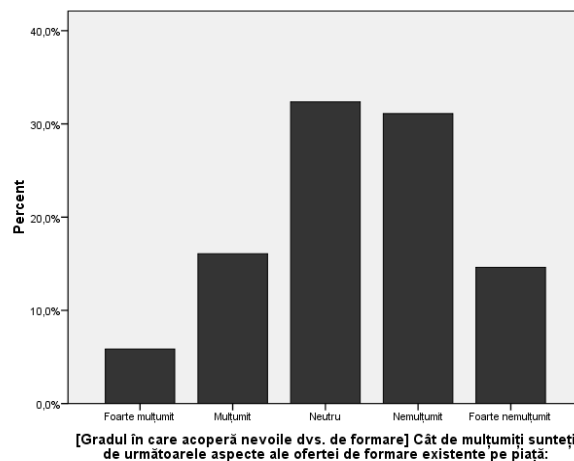


Figura 9. Percepția ofertei de formare: acoperirea nevoilor organizației.

Situația este similară și în cazul percepției calității formatorilor: 47% dintre organizații sunt nemulțumite sau foarte nemulțumite de calitatea formatorilor, doar 21% dintre ele fiind mulțumite sau foarte mulțumite de acest aspect (Figura 8).

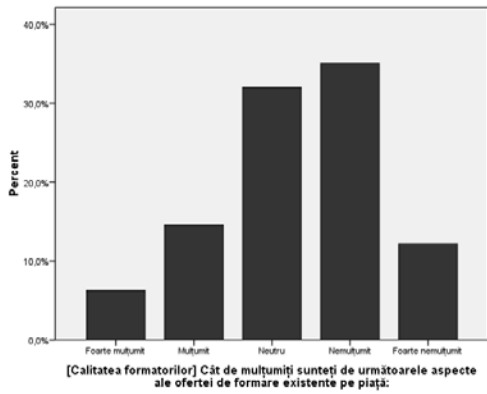


Figura 10. Percepția ofertei de formare: calitatea formatorilor.

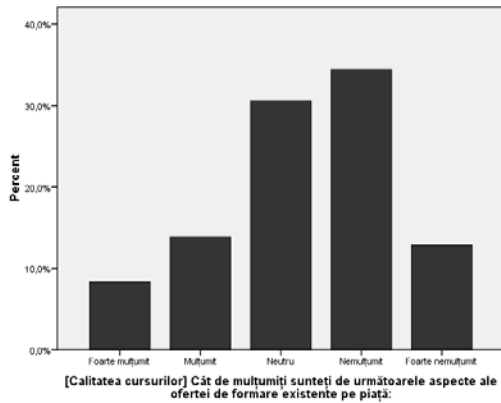


Figura 11. Percepția ofertei de formare: calitatea cursurilor.

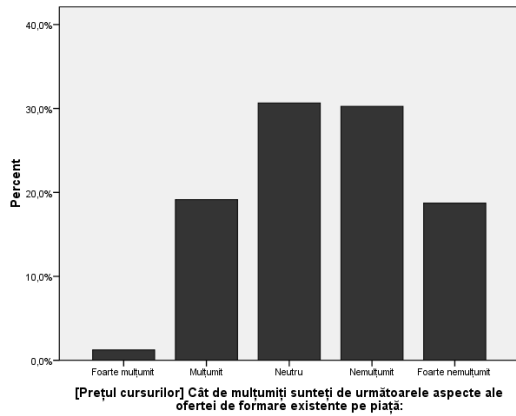


Figura 12. Percepția ofertei de formare: prețul cursurilor.

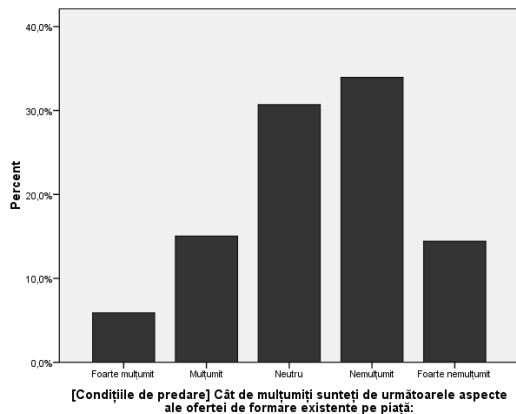


Figura 12. Percepția ofertei de formare: condițiile de predare.

Figurile 10, 11, 12 demonstrează că situația este identică și în privința celorlalte aspecte ale ofertei de formare incluse în chestionar. Pe scurt, percepția ofertei de formare existente pe piață este preponderent negativă.

3.3. Nevoi de formare

Chestionarul a evaluat nevoile de formare ale organizațiilor în mai multe domenii. Organizațiile au selectat sau au specificat aceste nevoi de formare, iar graficele de mai jos redau în formă procentuală măsura în care au fost alese anumite domenii.

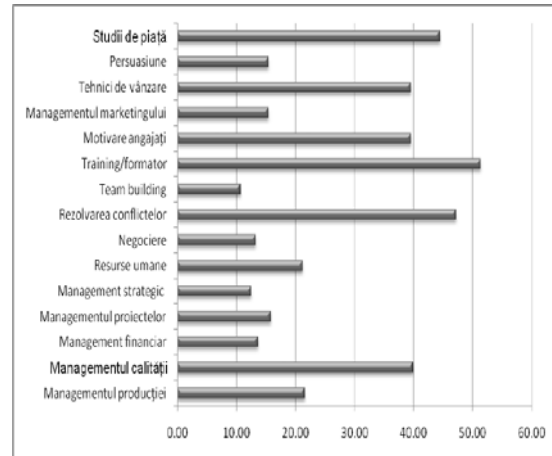


Figura 13. Nevoi de formare în management și marketing.

Figura 13 ne arată o nevoie foarte mare de formare în domeniile studiilor de piață, tehnicilor de vânzare, motivării angajaților, formării, rezolvării conflictelor și managementului calității. Pe de altă parte, în domeniul comercial-administrativ, singurele domenii care se apropie de nivelurile raportate în management și marketing sunt secretariat și consiliere financiară (Figura 14).

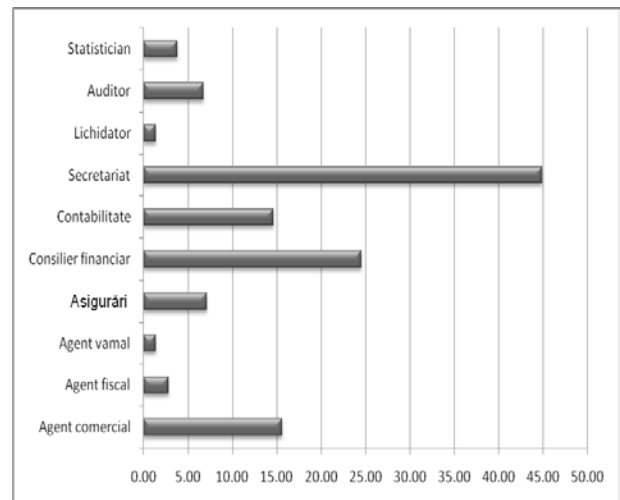


Figura 14. Nevoi de formare: comercial-administrativ.

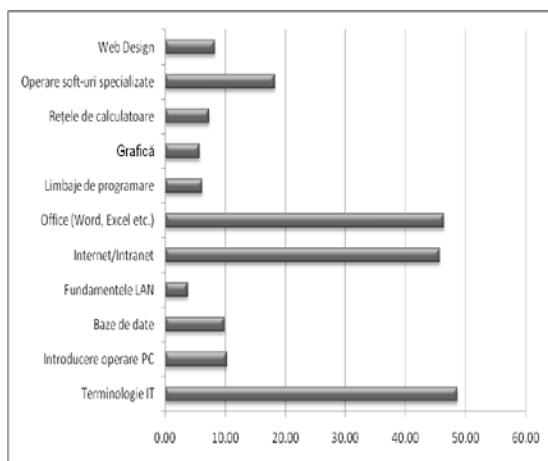


Figura 15. Nevoi de formare: informatică.

În domeniul informaticii, nevoile cele mai acute privesc terminologia IT, operare Office și utilizare internet/intranet (Figura 14).

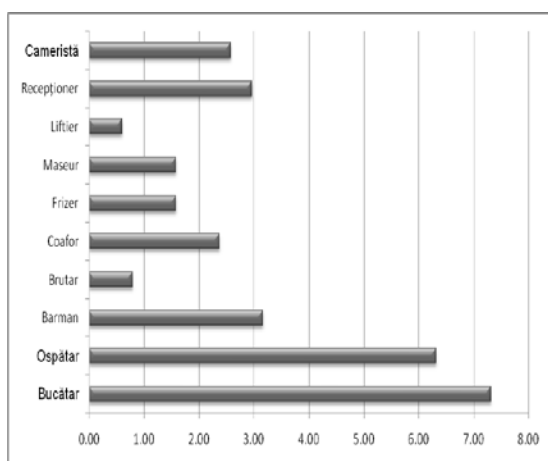


Figura 16. Nevoi de formare: servicii-turism.

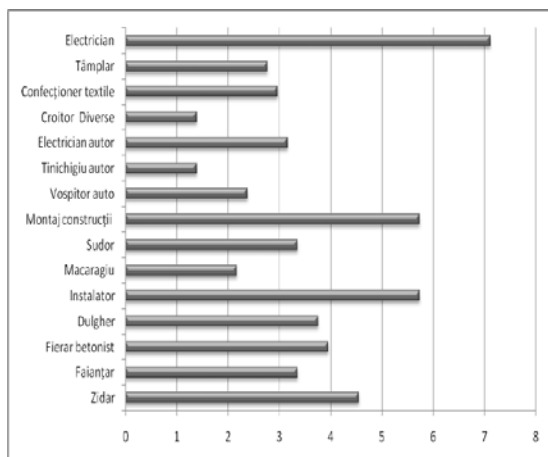


Figura 17. Nevoi de formare: construcții, auto etc.

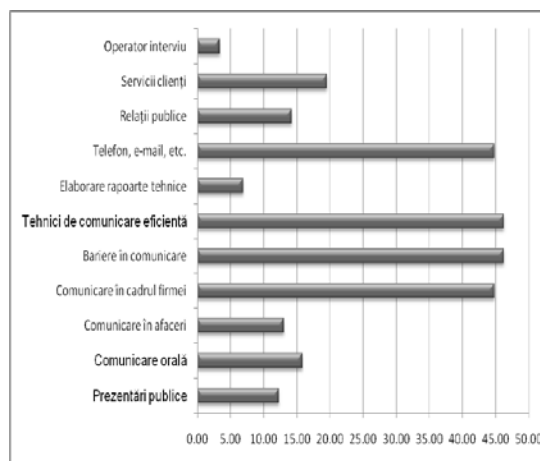


Figura 18. Nevoi de formare: comunicare.

În Figurile 14-18 putem observa că nevoia de formare raportată pentru diverse calificări specifice în servicii, turism, construcții ș.a.m.d., este redusă comparativ cu celelalte domenii investigate. Doar nevoile de formare în domeniul comunicării sunt la fel de mari precum cele raportate în management și marketing, cele mai frecvente domenii selectate fiind cele din domeniul tehnicilor de comunicare eficientă, barierelor în comunicare, utilizării mijloacelor tehnice de comunicare și comunicării în cadrul firmei.

3.4. Analize statistice

Pe lângă descrierea itemilor standard am realizat și o serie de analize suplimentare. Chestionarul a inclus itemi care au evaluat cantitativ intenția organizațiilor de a disponibiliza și angaja personal în anul în curs. Pe baza calculării diferenței dintre planul de angajări și planul de disponibilizări a rezultat un item compus care măsoară creșterea (valori pozitive) sau descreșterea (valori negative) preconizată de personal.

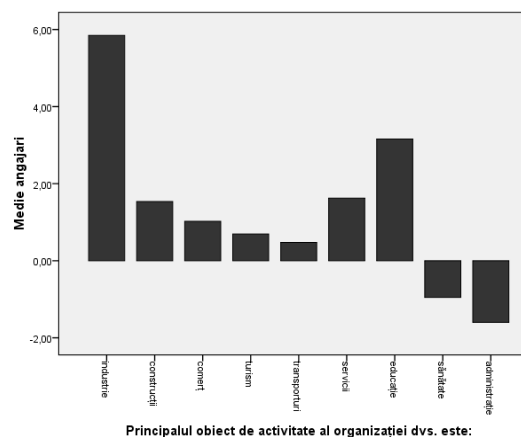


Figura 19. Evoluția personalului în funcție de tipul de activitate.

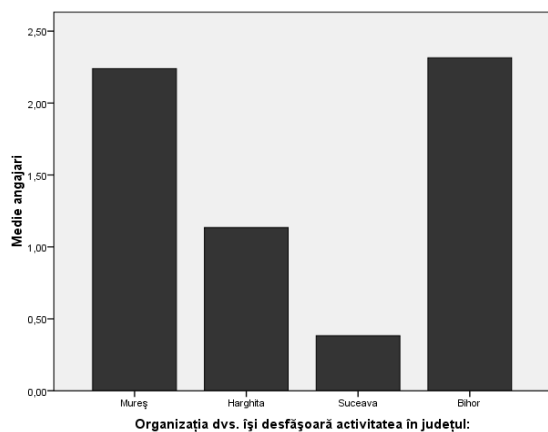


Figura 20. Evoluția personalului în funcție de județ.

În Figura 20 se poate observa că cele mai semnificative creșteri de personal sunt așteptate în sectorul industrial, în timp ce domeniile în care evoluția personalului va fi negativă sunt sănătatea și administrația publică. Pe județe, cele mai mari creșteri de personal sunt prognozate în Bihor și Mureș, în timp ce în Harghita și Suceava deși pozitive, acestea sunt de două, respectiv trei ori mai mici.

Pentru a vedea care sunt cei mai importanți predictorii ai numărului de zile alocate activităților de formare am realizat o analiză de regresie multiplă în care am inclus ca predictorii: percepția activităților de formare (itemi separați, întrucât nu au corelat puternic între ei), percepția ofertei de formare, autopercepția firmei (o scală formată din opt itemi puternic intercorelați – alpha a tins către 0,90), numărul de angajați ai firmei, vechimea firmei, forma de organizare juridică a firmei, domeniul principal de activitate al firmei și județul în care își desfășoară activitatea (ultimele trei variabile au fost codificate dummy).

Analiza de regresie arată că numărul de zile alocate anual activităților de formare este semnificativ mai ridicat în cazul organizațiilor care: (a) activează în domeniul educației, (b) percep activitățile de formare ca importante, (c) au o autopercepție negativă, d) au o percepție negativă a gradului în care oferta de formare existentă pe piață le acoperă nevoile și formare și (e) au o vechime mai mare.

4. CONCLUZII

Analiza nevoilor de formare în județele Mureș, Harghita, Suceava și Bihor ne arată că, deși marea majoritatea a organizațiilor consideră că activitățile de formare sunt esențiale pentru buna desfășurare a activității lor, un număr ridicat tind să privească acest tip de activități ca nerentabile și inaccesibile.

Deși autopercepția este preponderent pozitivă, organizațiile chestionate sunt nemulțumite de calitatea absolvenților sistemului de învățământ din România și de calitatea forței de muncă din România. Ele au o imagine negativă și despre oferta de formare disponibilă pe piața românească, fiind nemulțumite atât de calitatea formatorilor și a cursurilor, cât și de gradul în care oferta acoperă nevoile de formare. Analizele statistice sugerează că aceste dimensiuni ale percepției afectează semnificativ măsura în care organizațiile apelează la activități de formare. Rezultatul este interesant deoarece

indică influența puternică a factorilor atitudinal-perceptivi în procesul decizional al activităților de formare. Deși ne-am așteptat ca acesta să fie influențat semnificativ de factori obiectivi precum forma de organizare, numărul de angajați, județul în care funcționează organizația ș.a.m.d., factorii perceptuali, îndeosebi imaginea organizației despre activitățile de formare și autopercepția s-au dovedit mai importanți.

În privința nevoilor de formare, organizațiile din cele patru județe cred că multe dintre problemele lor interne și externe se datorează unui deficit atitudinal și aptitudinal de relaționare și comunicare al angajaților. Prin urmare, rezultatele studiului identifică și recomandă ca prioritate dezvoltarea de cursuri de formare profesională care să acopere problemele de comunicare intra - și inter-organizațională realizate în acord cu paradigma post modernă adaptativ-dinamică în formarea adulților, dintr-o perspectivă pluri-, inter- și transdisciplinară. (Bălănean, 2011)

Mulțumim d-lui conf. univ. dr. Vasile Cernat pentru sprijinul acordat în realizarea studiului.

BIBLIOGRAFIE

Bălănean, Radu. (2011), *Sinteza „Suport de curs Formatori de formatori”*, Ediția 3, Tg. Mureș, Institutul de Training, Studii și Cercetări PIMMJM.

Bălănean, Radu. (2010). *Rolul și nevoia de formare profesională din perspectiva organizațiilor vs angajaților în context european vs criză*. Congresul Internațional de Psihologie „Cercetarea modernă în psihologie: Cercetări cantitative vs. Cercetări calitative”, Sibiu 21-23 mai 2010.

Bălănean, Radu, & Coșa, Lucia. (2009), *Suport de curs „Formatori de formatori”*, Tg. Mureș, Institutul de Training, Studii și Cercetări PIMMJM

Barbazette, Jean. (2006). *Training needs assessment: Methods, tools, and techniques*, San Francisco: Pfeiffer.

CNFPFA (2002). *Analiza pieței muncii și identificarea necesarului de formare*. Sursa online: http://www.cnfpa.ro/Files/Malvache%20web/Analiza_pieteii_muncii%20Malvache.pdf

Gupta, Kavita., Sleezer, Catherine. & Russ-Eft, Darlene. (2006). *A Practical Guide to Needs Assessment (2nd edition)*, San Francisco: Jossey-Bass Pfeiffer.

Kroehnert, Gary. (1990). *Basic Training for Trainers*. Sydney, AUS: Mc-Graw-Hill Book Company.

McGehee, William, & Thayer, Paul. (1961). *Training in business and industry*. New York: Wiley.

Pettersen, Normand. & Durivage, Andre. (2008). *The structured interview*. Quebec: Presses de l'Université du Québec

Rossett, Allison. (1987). *Training needs assessment*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.

Swift, Tracey. & Robertson, Ivan. (2000). *Effective interviewing skills*. Leicester: BPS Books.