

Innovatív HR megoldások a MOL - csoportban



Munkaerő-piaci és oktatási trendek nem az olaj és gáziparnak kedveztek az elmúlt évtizedekben

- ▶ Vonzó iparágak és szakmák alakultak ki középiskolások és szüleik körében



- ▶ Tekintettel az erőforrás korlátosságra a munkaerő költsége folyamatosan nő
- ▶ Szakképzési hozzájárulásból az elmúlt 2 évben több mint millió forinttal járultunk hozzá a középiskolai oktatás fejlesztéséhez
- ▶ Fejlesztési hozzájárulások felhasználását még hatékonyabbá, célzottabbá kell tenni

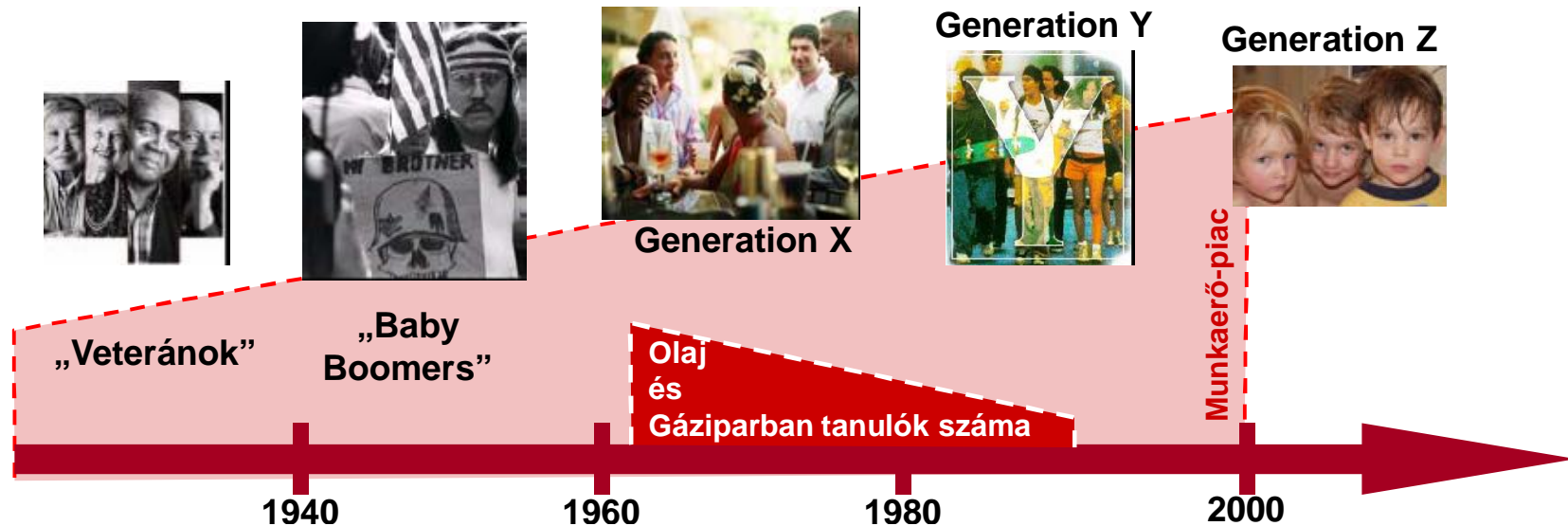
- ▶ Végzős hallgatók megfelelő szintű elméleti ismeretet szereznek tanulmányaik során (MSc, PhD)

- ▶ DE sajnos elmaradnak az ipar elvárásaitól...

- ▶ gyakorlati & iparággal kapcsolatos ismeretek
- ▶ idegen nyelvi készségek
- ▶ kommunikációs & együttműködési készségek és képességek
- ▶ multi-kulturális környezetben való munkavégzés
- ▶ mobilitás (országon belül és határon túl)

Kulcs kihívás számunkra: vonzani & megtartani a mérnököket az olaj- és gázipar számára a „kedvezőtlen” munkaerő-piaci helyzet ellenére

Demográfiai változások a világban – Y generáció térnyerése

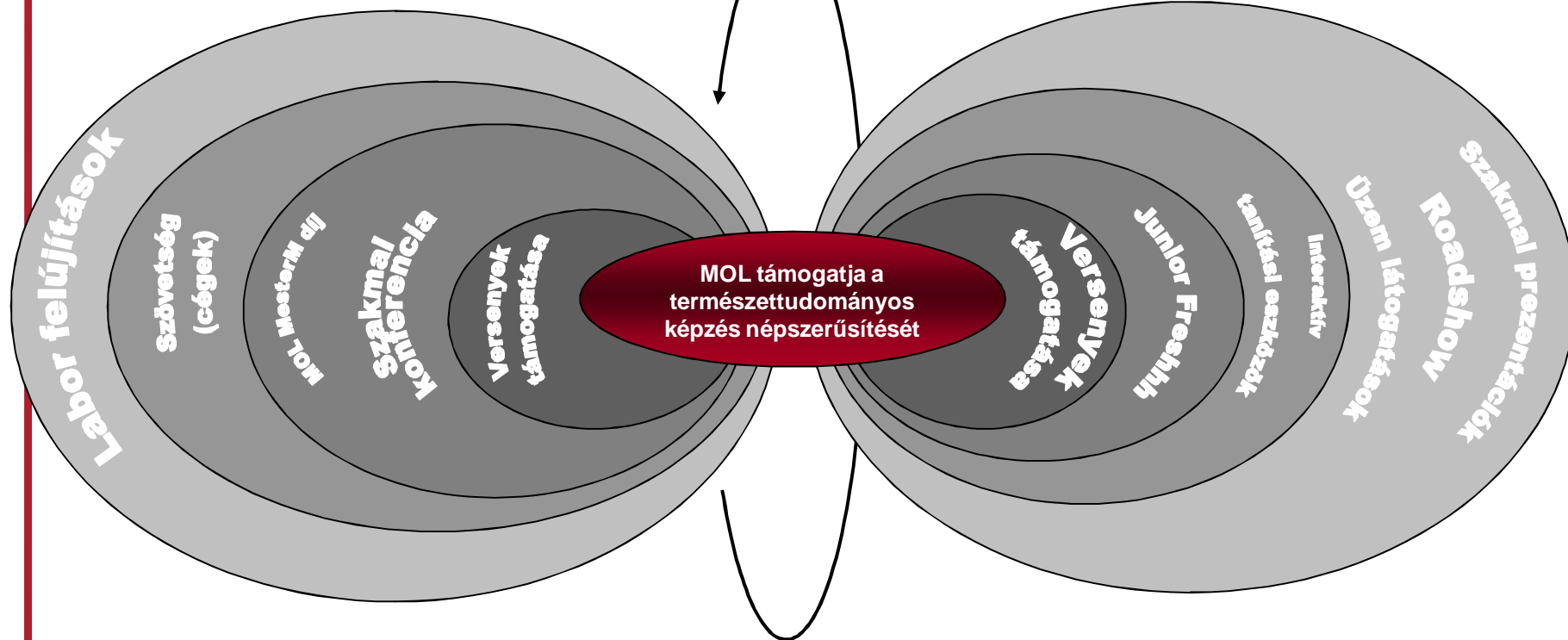


- ▶ Szervezeteknek tisztában kell lennie, hogy a demográfiai változás jelenleg is folyamatban van, és terveznie kell ezzel
- ▶ Az X & Y generáció egyre meghatározottabb hányadát jelenti a munkaerő-piacnak
- ▶ Y generáció tagjai az eddigiektől eltérő menedzsment módszertant követelnek, hiszen másképp látják például a munka vs. magánélet egyensúlyának fontosságát, vagy a folyamatos személyes fejlődést.
- ▶ Vátozik a munkaerőpiac mind mennyiségi, mind pedig minőségi összetétele

MOL Középiskolai Konceptiója - 2010

Természettudományokat
oktató tanárok támogatása

Diákok figyelmének felkeltése
természettudományok iránt



Szülők figyelmének a felkeltése
a természettudományok &
mérnök szakmai irányába

Junior Freshhh on-line természettudományos vetélkedő a középiskolások számára – www.junior.freshhh.net

The image shows two screenshots from a Microsoft Internet Explorer browser. The top screenshot is the homepage of the Junior Freshhh website. It features a cartoon character in a blue shirt with a red 'F' logo. A speech bubble says: "VÁRLAK EGY IZZGALMAS, TUDOMÁNYOS KALANDRA! Megmutatnád a többieknek, hogy ha nem is vagy osztályelső, azért is tudod győzni őket a saját területükön? Itt a lehetőség!". Below the character are three buttons: "A versenyről", "A verseny időzítése", and "Nevez a versenyre!". The bottom screenshot shows a Facebook post from "Junior Freshhh 2010 rajongói fényképek". The post includes a photo of two girls standing in front of a sign that says "MOL Köszönjük, hogy minket választott!". The sign also has a red triangle logo. The Facebook interface shows the post title, a photo, and a list of comments and shares.

- ▶ Cél az volt, hogy népszerűsítsük a természettudományokat a középiskolások körében az „Ő nyelvüket” használva
- ▶ Közel 900 - 3 fős csapat jelentkezett - több mint 2500 középiskolás
- ▶ 89 településről és 199 középiskolából
- ▶ 5 országból (Magyarországon kívül a határon túli magyarságból is jelentkeztek fiatalok: Vajdaság, Erdély, Felvidék, Kárpátalja)
- ▶ **Web2. kampány: 923 ismerős a Facebook-on**

▶ **MOL GROUP** |



Tanárok elismerésére irányuló

'MOL-MesterM'-díj

Célok

- Díj létrehozása középiskolai természettudományi tanárok elismerésére
- A stratégiai egyetemek hallgatóinak megcélzása: ők nevezik egykori középiskolai matematika, kémia, fizika tanáraikat
- Megfelelő társadalmi presztízs elősegítése & erősítése a pedagógusok számára

Eredmények

- 160 jelölés érkezett 115 tanárra
- Az jelöltek Magyarország, Erdély és Vajdaság 83 középiskolájában oktatnak
- Időzítés 2010-ben az alábbi volt:
 - Április 18. – jelölések beadási határideje
 - Május 17. – zsűri értékeli
 - Június 10. – Pedagógusnap – díjkiosztó
- Díjazás:
 - Anyagi elismerés és emléklap
 - Az összes tanár megkapja egykori diákja jelölését, és egy oklevelet

További információk: http://evo.mol.hu/hu/a_molrol/tarsadalmi_szerepvallalas/egyuttmukodeseink/gyermekes_oktatás/mol_mesterm2010_dij/?print

Y Generáció „megnyerése” – Freshhh on-line vetélkedő



Y generációt az „Ő” nyelvükön lehet sikeresen megszólítani & megnyerni:



- Nemzetközi & On-line
- Célja a figyelemfelkeltés, toborzás, image építés
- Célcsoportja az egyetemisták/főiskolások
- Mérnöki/földtudományi ismeretekre épít
- Több on-line fordulót tartalmaz, élő döntővel zárul



<http://www.freshhh2010.net>

► **MOL GROUP** |

Growww2010 – MOL-csoport Friss Diplomás Program

growww
2010



MOL-csoport szintű program:

- A „Freshhh” döntősök a Growww program keretében kapnak lehetőséget
- 2007-2009: Magyarország, Szlovákia, Románia, Olaszország, Pakisztán
- 2010: Horvátországban és Oroszországban is indul a program
- Growww program „jól ismert” az egyetemisták/főiskolások körében - átlagosan tízszeres a túl-jenétkezés a program kapcsán
- Több mint 93%-ban a friss diplomások a cégcsoportban folytatják karrierjüket a program lezárását követően is
- Több mint 7000 jelentkező az elmúlt 4 évben

Stratégiai céljaink eléréséhez integrált HR megoldásokra van szükség

- ▶ stratégiai partnerségi kapcsolatot kell kiépíteni közép- és felsőfokú oktatási szereplőkkel
- ▶ Y generációra hangolt HR megoldásokat szükséges fejleszteni & finomra hangolni
- ▶ természettudományokat oktatókat el kell ismerni és támogatni szükséges
- ▶ a mérnöki és természettudományos szakmák presztízsét növelni kell
- ▶ növekednie szükséges a mérnöki, és természettudományos szakra jelentkezők számának és felkészültségének
- ▶ Korai elköteleződés és Munkáltatói Márka építésnek stratégiai jelentősége van
- ▶ közös akció szükségesek a cégek, oktatási intézmények és társadalmi szervezetek oldaláról

... ezáltal elérhetjük...

- ▶ Növekedjen a társadalmi presztízse a természettudományos & mérnök szakmának
- ▶ Felkészültebb, és elegendő számú mérnök és természettudományos végzettségű szakemberrel fogunk rendelkezni
- ▶ Fenntartható fejlődést tudunk biztosítani a vállalat számára közép & hosszú távon is