

Három a magyar igazság – a változás nyolc lépcsőfoka (Negyedik rész)



A „Három a magyar igazság” kampányunk népszerűsítéséhez, a tisztább göngyölegek kultúrájának széles körű elterjesztéséhez John P. Kotter amerikai professzor elméletét vettük alapul, amelynek témája a változás nyolc szakaszból álló folyamata. Az elmélet mind a nyolc lépcsőfoka univerzális, így aki valamiféle tartós változást szeretne elérni (az üzleti és magánéletben egyaránt), segítséget meríthet ebből a tanulmányból. Bemutatjuk, hogyan segít bennünket ez az elmélet a végső célunk elérésében, a műanyagok anyagában való hasznosításában.

Az előző lapszámokban bemutatuk az első hat lépcsőfokot, a mostaniban sorra vesszük az utolsó kettőt. A hetedik lépcsőfok az elért eredmények megszilárdítása és további változások kezdeményezése, míg a nyolcadik az új megoldások meggyökereztetése a vállalati kultúrában.

Az elért eredmények megszilárdítása és további változások kezdeményezése

A hetedik lépcsőfok elérésekor, a cél elérése előtt sok minden megakaszthatja a folyamatunkat. Valahányszor kiengedünk a munka elvégzése előtt, döntő fontosságú lendítőerő vesz el. Nagyon gyors lehet a visszarendeződés és olyankor a régi tradíciók, szokások újból elfoglalják a helyüket. Szélsőséges esetben a hetedik szakasz hosszú éveket elhúzó folyamat is lehet. Ebben a szakaszban jellemző, hogy további és még nagyobb projekteket indítunk újtárra, felhasználva az eddig megszerzett eredményeinket és tapasztalatainkat. Ugyanakkor egyre több ember kapcsolódik be a folyamatunk segítői közé.

A hatodik lépcsőfokról szeretnénk mielőbb feljutni mi is erre a hetedik lépcsőfokra. Ez számításaink szerint

hónapokon belül várható. A legbiztosabb jelzője annak, hogy ebbe a szakaszba lépünk, két dolog lesz. Az egyik az, hogy új projektek elindítása bontakozik ki a kultúraváltási programunk mellett és a másik, hogy érzékelhetően megnő a folyamatunk segítőinek a száma. Várjuk, hogy ebbe a szakaszba érjünk és várjuk a további segítőket csatlakozását.

Az új megoldások meggyökereztetése a vállalati kultúrában

Gondot kell fordítanunk arra, hogy az új módszerek erős gyökeret ereszenek, olyanokat, amelyek behatolnak a kultúra legmélyére. Minél mélyebb a gyökér, annál nagyobb az esély arra, hogy az általunk generált változások hosszú távon is megmaradnak.

A kultúra (pl: vállalati kultúra, munkakultúra stb.) fogalma az embercsoportok magatartási normáit és közösen vallott értékeit öleli fel. A magatartási normák olyan széles körben érvényesülő cselekvési módokat jelentenek, amelyeket a csoporttagok folyamatosan megtanítanak a csoport új tagjainak, megjutalmazva azokat, akik alkalmazkodnak hozzájuk és szankcionálva azokat, akik nem. A közös értékek azokat a fontos törekvéseket és célokat jelölik, ame-

lyeket a csoport tagjai sajátjuknak érzékelnek és tartósan megmaradnak akkor is, amikor a csoport tagsága megváltozik.

A kultúra nagy erővel tudja befolyásolni az emberek viselkedését. Nehezen lehet megváltoztatni és „láthatatlansága” miatt nehéz köz-



vetlenül fellépni ellene. A kultúra csak azután változik meg, hogy sikeresen áthangoltuk az emberek cselekvését. Az új megközelítési módok rendszerint azután épülnek be mélyen a kultúrába, miután meggyőzően bizonyították használatosságukat és fölényüket a régi módszerrel szemben.

Mi pillanatnyilag még nem értük el a nyolcadik lépcsőfokot, ez még előttünk áll. Néhány év távlatában és a hét lépcsőfokot sikeresen

magunk mögött hagyva elérhetjük végső célunkat, ami a műanyag csomagolóeszközök anyagában való újrahasznosítása. Amikor majd a gazdálkodók gondolkodás nélkül háromszor kiöblítik és kicsepegtetik a növényvédőszeres flakonokat – és ezt a tevékenységet tanítják meg új munkatársainak is –, akkor mondhatjuk el, hogy felértünk a folyamat csúcsára: elértük a kitűzött célunkat.

Záró gondolatként idézzük Kotter professzort: „Azok az emberek, akik ma a vállalkozások csúcsán másokat arra ösztönöznek, hogy tegyék meg az ugrást a jövőbe, felbecsülhetetlenül fontos szolgálatot tesznek az emberiségnek”. Ezekkel a szavakkal

biztat mindannyiunkat a professzor arra, hogy mi magunk legyünk a változások elindítói és mozgatórugói. Mi is erre biztatjuk olvasóinkat és kívánjuk, hogy sikerrel vegyék mind a nyolc lépcsőfokot! Továbbra is várjuk azon személyek jelentkezését, akik felelősséget érznek a környezetünk iránt és szívesen részt vennének csapatunk munkájában. Kérjük, hogy jelentkezésüket a zoldklub.nak@cseber.hu e-mail címre küldjék.

■ FENYVESI RITA/CSEBER

Hét régióban 58 agrárcentrumot nyit a Takaréék Csoport



Teljes országos hálózatára kiterjeszti önálló agrárüzletágát a Takaréék Csoport. Az ügyfelek magasabb szintű kiszolgálására új termékeket és új modellt is bevezetnek, hogy minél hatékonyabban segítsék az agrárium növekedését és versenyképességét.

A Takaréék Csoport a három legnagyobb szereplő között található az agrárfinanszírozási piacon, több mint 28 ezer agrár-ügyfél számláit vezetik, 18 ezer hitelszerződést kezelnek és több mint 10 ezer gazdának nyújtanak finanszírozást. Piacvezetők az Agrár Széchenyi Kártya közvetítésében, háromból két ügyfél a Takaréék Csoportnál veszi igénybe az államilag támogatott hitelkonstrukciót.

A pénzügyintézet most újabb szintet lépett. A hazai bankszektorban egyedülálló módon egy rugalmas, az agráriumhoz értő, de a takarékokra jellemzően közvetlen ügyfélkiszolgálású, önálló üzletág kezdte meg működését idén májusban az új Takarékbankon belül. Akkor öt

városban indult el a projekt, amelyet a takarékok október végi végső egyesülését követően az egész országra kiterjesztettek. Hét, történelmileg és földrajzilag összetartozó térségből alakították ki a régiókat, amelyekben összesen 58 agrárcentrum nyílik meg, 200 ügyintézővel.

Az új agrárcentrumok a bankfiókokban vagy azok közvetlen közelében működnek és alapvetően finanszírozási megoldásokkal foglalkoznak. A helyszínek kiválasztása során a cél az volt, hogy az ügyfelek számára maximum 30-40 kilométeren belül elérhető legyen a szolgáltatás. Emellett a számlavezetési és befektetési szolgáltatások továbbra is elérhetőek lesznek

minden Takarékbank fiókban az agrárügyfélkör számára is.

Az új hálózat a teljes agrárügyfélkör kiszolgálását ellátja üzemmérettől függetlenül, de ezen felül minden 200 hektár/üzemméretet elérő vagy meghaladó szántóföldi termelőhöz és az azzal egyenértékű állattenyésztő, kertész, szőlész-borász vagy élelmiszerfeldolgozó ügyfélhez dedikált agrárügyfélkapcsolati menedzsert delegálnak, akik a telephelyükön szolgálják ki a partnereket. A menedzserek autóval, laptoppal, telefonnal felszerelt mobil bankárok, akik „házhözmennek” és az általános szolgáltatásokon kívül akár már a szántóföld szélén is adnak finanszírozási és számlavezetési ajánlatot.

A finanszírozói hálózat képzését a Takaréék Csoport szakemberei egyebek közt a nemzetközi agrárszakmai vásárokon tett látogatások, illetve a szakmaközi partnereik által tartott tematikus képzésekkel biztosítják. A menedzserek így nemcsak termékeket tudnak ajánlani, de más pénz-

ügyi segítséget is nyújtanak, hiszen naprakész információik lesznek a trendekről, a piacokról vagy az árrokról.

Az új üzletág nemcsak modern kiszolgálással, de korszerű termékekkel is jelentkezik. Ennek keretében hamarosan bevezetik a „Barázda” termőföldvásárlási hitelterméket, amely kapcsán háromféle megoldás közül választhat az ügyfél. Ezek között van egy földvásárlási hitelkeret, amelyet olyan termelőknek ajánlanak, akik rendszeres földvásárlók a piacon, szeretnének termőföldet vásárolni, de még nem tudják pontosan hol és mennyit vásárolni. Ez a konstrukció biztosítja, hogy az ügyfél a banki döntéssel a háta mögött bármikor ajánlatot tehessen az eladó földekre. Az új Takarékbank még az idén bevezet két kedvezményes agrár-bankszámlát is. Az egyiket a kisüzemek, a másikat a közép- és nagyüzemek működésére fejlesztették ki.

■ SZPONZORÁLT TARTALOM