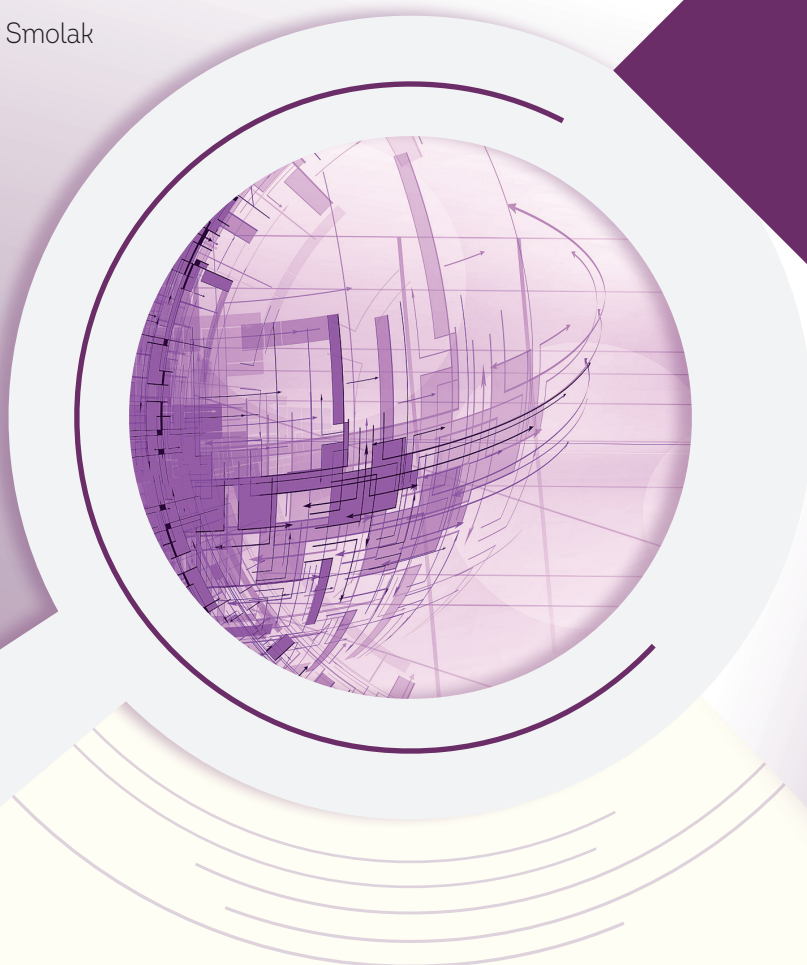


# Współpraca przedsiębiorców z sektorem edukacji

Raport z badań

Michał Pachocki

Agata Smolak



Wydawnictwo  
FRSE



RAPORTY  
Z BADAŃ FRSE



# Współpraca przedsiębiorców z sektorem edukacji

Raport z badań

Michał Pachocki

Agata Smolak



Wydawnictwo  
FRSE

 RAPORTY  
Z BADAŃ FRSE

## Współpraca przedsiębiorców z sektorem edukacji

Raport z badań

Autorzy: Michał Pachocki, Agata Smolak

Redakcja merytoryczna: Michał Pachocki

Realizacja badania ilościowego: Kantar Millward Brown,  
na zlecenie Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy oraz Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji

Realizacja badania jakościowego: Agata Smolak

Redaktor prowadzący: Tomasz Mrożek

Korekta: Marta Michalek


Projekt graficzny, okładka, skład: Grzegorz Dębowski

Druk: Drukarnia Braci Grodzickich Sp. J.

Wydawca:

Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji  
Narodowa Agencja Programu Erasmus+  
i Europejskiego Korpusu Solidarności  
Al. Jerozolimskie 142a, 02-305 Warszawa

 [www.frse.org.pl](http://www.frse.org.pl) | [kontakt@frse.org.pl](mailto:kontakt@frse.org.pl)

 [www.erasmusplus.org.pl](http://www.erasmusplus.org.pl)

© Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa 2021

ISBN 978-83-66515-60-4

DOI: 10.47050/66515604

Publikacja została wydana przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej  
w ramach programu Erasmus+. Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko autora  
i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za jej treść.

Publikacja bezpłatna

Cytowanie: Pachocki, M., Smolak, A. (2021). *Współpraca przedsiębiorców z sektorem edukacji.  
Raport z badań*. Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji. DOI: 10.47050/66515604

Więcej publikacji Wydawnictwa FRSE:  [www.czytelnia.frse.org.pl](http://www.czytelnia.frse.org.pl)

Czasopisma i portale Wydawnictwa FRSE:

[języki: obce]  
w szkole

europa  
DLA AKTYWNYCH

eurodesk  
Polska

EUROPEJSKI  
PORTAL MŁODZIEŻOWY

- 4 Wprowadzenie
- 10 Metodologia
- 16 Charakterystyka współpracy
- 20 Partnerzy współpracy
- 28 Formy współpracy
- 38 Nawiązanie współpracy
- 48 Komunikacja i dobre praktyki
- 56 Monitoring i ewaluacja współpracy
- 58 Korzyści ze współpracy
- 66 Oczekiwania wobec szkół, stażystów i praktykantów
- 78 Powody niepodjęcia współpracy z sektorem edukacji
- 84 Rekomendacje dotyczące poprawienia jakości współpracy
- 94 Podsumowanie
- 98 Bibliografia

# Wprowadzenie



W obliczu dynamicznych zmian społeczno-gospodarczych coraz częściej istotnym czynnikiem ułatwiającym wejście na rynek pracy – obok wiedzy wyniesionej ze szkoły – są posiadane praktyczne umiejętności. Dzięki nim nowo zatrudnione osoby mogą płynnie rozpocząć realizację obowiązków zawodowych. Zarówno nauka zawodu u pracodawców, staże i praktyki w przedsiębiorstwach, jak i inne formy współpracy placówek kształcenia zawodowego z przedsiębiorcami, pomagają młodym ludziom nie tylko zdobyć doświadczenia, podnieść kwalifikacje zawodowe, ale również uzyskać istotne kompetencje miękkie. Świadczą o tym wyniki badań realizowanych w państwach, w których edukacja zawodowa jest prowadzona w ramach systemów kształcenia dualnego<sup>1</sup>, m.in. w Niemczech, Szwajcarii i Austrii (Bliem i in., 2016; Trisher, 2016; Hippach-Schneider, Huismann, 2019). Ponadto – jak wskazują analizy – notuje się tam najniższy poziom bezrobocia wśród młodzieży<sup>2</sup>. Polska, która w tym rankingu zajmuje 23 pozycję<sup>3</sup>, również może poszczycić się długą historią kształcenia zawodowego. Należy jednak dodać, że jego specyfika, osadzona w określonym kontekście gospodarczym i społecznym, sprawia, że współpraca przedsiębiorców z sektorem edukacji jest utrudniona. Według badaczy wpływa na to między innymi słaba organizacja szkolnictwa zawodowego (Kabaj, 2010; Jeruszka (red.), 2012; NIK, 2016). Zgodnie z prognozami Światowego Forum Ekonomicznego, automatyzacja procesów wymusi niemal na połowie firm przekwalifikowanie swoich pracowników. Według prognoz, do 2025 roku na polskim rynku pracy będzie brakowało co najmniej 1,5 mln wykwalifikowanych pracowników<sup>4</sup>.

Coraz bardziej powszechna staje się współpraca środowiska biznesu z sektorem edukacji, a określenie „społeczeństwo oparte na wiedzy” jest używane częściej nie tylko w mediach czy w ramach dyskursu politycznego, ale i w polskich szkołach. Wsparcie sektora edukacji to ważny element współdziałania gospodarczego w coraz bardziej zglobalizowanej rzeczywistości (Mok, Tan, 2004), ułatwiający podejmowanie wyzwań, stojących dziś przed sektorem przedsiębiorstw. Między innymi stąd wynikają kolejne reformy polskiego szkolnictwa zawodowego, zmierzające do zwiększania roli przedsiębiorstw w realizacji programów kształcenia, a tym samym lepszego przygotowania młodzieży do wymogów współczesnego rynku pracy. Ich celem jest odbudowa prestiżu szkolnictwa zawodowego w Polsce poprzez poprawę jakości i efektywności nauczania w placówkach edukacyjnych<sup>5</sup>. Ustawa reformująca system edukacyjny<sup>6</sup> wprowadziła zmiany, które głęboko wpły-

1 Łączenie nauki z pracą.

2 W 2019 roku Szwajcaria zajmowała pierwsze miejsce, Niemcy plasowały się na trzeciej pozycji, a Austria na czwartej w rankingu Youth Employment Index, który analizował aktywność zawodową oraz warunki pracy osób w wieku 15–24 lat w 35 krajach OECD; pwc.to/3w9Xdal [dostęp: 1.07.2021].

3 Youth Employment Index 2018; pwc.to/3hhqg6w [dostęp: 1.07.2021].

4 Analiza PwC; pwc.to/2TsGPVc [dostęp: 1.07.2021].

5 Więcej informacji o reformach w dziedzinie kształcenia zawodowego i edukacji dorosłych: bit.ly/2Tmrgi6 [dostęp: 1.07.2021].

6 Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe (Dz.U. 2017 poz. 60); bit.ly/2UQUfuy [dostęp: 1.07.2021].

nęły na strukturę edukacji zawodowej. W tym akcie prawnym zwrócono uwagę przede wszystkim na potrzebę angażowania przedstawicieli sektora biznesu w proces kształcenia. Zapisy ustawy zobowiązują szkoły do współpracy z przedsiębiorcami właściwymi dla danej branży i danego zawodu. Środowisko biznesu zostało zobligowane do podejmowania działań w zakresie kształcenia specjalistów na poziomie zawodowym, m.in. poprzez nowelizację ustawy o specjalnych strefach ekonomicznych (SSE)<sup>7</sup>, zobowiązującą przedsiębiorców do podejmowania współpracy ze szkołami ponadpodstawowymi. O kształceniu zawodowym mówi się dużo nie tylko w kontekście reformy systemu edukacji, lecz w związku z deficytem wykwalifikowanych pracowników. Według raportu Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej brak odpowiednio przygotowanej kadry może powodować rezygnację przez przedsiębiorstwa z realizacji kolejnych zamówień<sup>8</sup>.

Przesłankami do podjęcia dyskusji na temat sytuacji młodych ludzi na rynku pracy są również problemy tej grupy, m.in. brak możliwości znalezienia satysfakcjonującej pracy w wyuczonym zawodzie, migracja zarobkowa czy niedopasowanie oferty edukacyjnej (a przez to kompetencji), do potrzeb pracodawców. Warto się zastanowić, jak zbudować model kształcenia zawodowego, zwiększający szanse absolwentów na znalezienie zatrudnienia lub założenie firmy. Wydaje się jednak, że wykorzystywanie założeń szwajcarskich, austriackich czy niemieckich modeli kształcenia powinno uwzględniać lokalną specyfikę i potrzeby sektora przedsiębiorstw.

O coraz większej roli kształcenia praktycznego w nauce zawodu świadczyć może również systemowe wspieranie synergii pomiędzy sektorem edukacji i przedsiębiorstw przez Komisję Europejską. W 2010 roku bezpośrednio do młodych ludzi skierowano pakiet inicjatyw w dziedzinie edukacji i zatrudnienia „Mobilna młodzież”, który stanowił część unijnej strategii Europa 2020, zakładającej m.in. wspieranie wzrostu gospodarczego oraz zatrudnienia, poprawę jakości edukacji oraz wspomaganie działań na rzecz walki z ubóstwem i wykluczeniem społecznym. Jednym z podstawowych założeń tej strategii było zmniejszanie poziomu bezrobocia poprzez pomoc w rozwoju kompetencji i umiejętności zawodowych młodych osób. Komisja Europejska zapoczątkowała w tamtym czasie również inicjatywę „Szanse dla młodzieży”, której celem było ułatwianie młodym osobom startu na rynku pracy i wspieranie ich w zdobywaniu doświadczeń zawodowych m.in. poprzez kształcenie praktyczne w europejskich przedsiębiorstwach. Jednym z narzędzi realizacji założeń wszystkich wspomnianych inicjatyw są programy edukacyjne, które umożliwiają wsparcie finansowe staży i praktyk uczniów szkół o profilu zawodowym. Jednocześnie, z myślą o firmach poszukujących praktykantów, Komisja Europejska (w ramach inicjatywy „We mean

7 Ustawa z dnia 20 października 1994 r. o specjalnych strefach ekonomicznych (Dz.U. 1994 nr 123 poz. 600); [bit.ly/3xegkl5](http://bit.ly/3xegkl5) [dostęp: 1.07.2021].

8 Raport: Rynek pracy wyzwaniem, kształcenie zawodowe szansą; [bit.ly/2Uuhtml](http://bit.ly/2Uuhtml) [dostęp: 1.07.2021].



business”) zainicjowała również akcję promowania zagranicznych staży i praktyk zawodowych wśród europejskich przedsiębiorców.

Systemowe wspieranie polskiego sektora kształcenia zawodowego ze środków europejskich umożliwiał program Leonardo da Vinci. W 1995 roku uruchomiono pierwszą edycję w państwach członkowskich Unii Europejskiej, a trzy lata później do grona uprawnionych wnioskodawców dołączyły polskie instytucje. W 2007 roku Leonardo da Vinci został włączony w strukturę nowo powstałego programu „Uczenie się przez całe życie”, który miał wspierać działania na rzecz poprawy jakości edukacji w Europie – nie tylko w obszarze kształcenia zawodowego, ale również w innych sektorach edukacji. W 2014 roku program „Uczenie się przez całe życie” został zastąpiony przez Erasmus+, czyli nowy instrument finansowy, który połączył ówczesne programy sektorowe w jedną strukturę finansującą szereg działań edukacyjnych, w tym realizację projektów na rzecz wspierania mobilności w kształceniu zawodowym młodzieży. Jedną z największych zalet programu jest uproszczona struktura oraz synergia pomiędzy różnymi sektorami edukacji. Wymienione europejskie programy edukacyjne wspierają rozwój kształcenia zawodowego oraz ustawicznego, a także rozwiązania zwiększające przejrzystość i uznawalność kwalifikacji zawodowych. Z oferty zagranicznych mobilności w ramach Erasmus+ korzystają przede wszystkim szkoły realizujące staże i praktyki dla uczniów we wstępnej fazie kształcenia zawodowego. Takie wyjazdy przyczyniają się nie tylko do podniesienia atrakcyjności kształcenia i szkolenia zawodowego, ale również do zwiększenia szans na zatrudnienie młodych absolwentów szkół oraz ich uczestnictwo w europejskich rynkach pracy.

Polska jest jednym z państw najaktywniej wykorzystujących unijne pieniądze na realizację staży i praktyk zawodowych za granicą. W ostatniej dekadzie suma środków przekazywanych co roku na realizację projektów na rzecz polepszenia sektora edukacji zawodowej zwiększyła się ponad dwukrotnie, a liczba uczestników mobilności wzrosła z ok. 5,5 tys. w 2007 roku do ponad 23 tys. w 2019 roku. Świadczy to o wzrastającym zapotrzebowaniu szkół na realizację praktycznych form szkoleń zawodowych bezpośrednio w firmach. W tym kontekście zasadny wydaje się postulat coraz szerszego włączania polskich przedsiębiorców w aktywną współpracę z sektorem edukacji, a szczególnie z placówkami realizującymi edukację zawodową.

Jednym ze sposobów na ułatwienie młodym ludziom przejścia z systemu edukacji na rynek pracy oraz zapewnienie w firmach dobrze wykwalifikowanej kadry jest zacieśnienie współpracy między sektorem kształcenia zawodowego a przedsiębiorstwami, np. poprzez zachęcanie uczniów do nauki w szkołach branżowych i technicznych (Ryan, 2001; Zimmerman i in., 2013). Dzięki edukacji zawodowej, a w szczególności poprzez udział w praktykach w miejscu pracy, uczniowie zdobywają gotowe do użycia umiejętności, które bezpośrednio zwiększają ich szanse na zdobycie pierwszej pracy (Hanushek i in., 2017). Co więcej, jeśli praktyki zawodowe prowadzone są w nowoczesny

sposób (np. z uwzględnieniem procesu automatyzacji), uczniowie mogą uzyskać zatrudnienie tuż po ich zakończeniu.

Niniejszy raport podsumowuje wyniki dwóch badań zrealizowanych na zlecenie Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, dotyczących współpracy polskich przedsiębiorstw z sektorem edukacji, w szczególności z placówkami kształcenia zawodowego. Pierwsze miało charakter ilościowy i dotyczyło określenia poziomu oraz form współpracy polskich firm z instytucjami edukacyjnymi. Drugie badanie było jakościową analizą wspólnych działań pracodawców ze szkołami branżowymi i technicznymi.

Celem raportu jest ukazanie procesu współdziałania firm z instytucjami kształcenia zawodowego z perspektywy przedsiębiorców. W niniejszej publikacji przedstawione zostały przede wszystkim możliwości współpracy pracodawców ze szkołami (dyrektorami, nauczycielami) oraz uczniami i ich rodzicami.

Mamy nadzieję, że zebrane w raporcie rekomendacje oraz przykłady dobrych praktyk zainspirują przedsiębiorstwa do podjęcia lub zwiększenia zakresu współpracy ze szkołami, a przede wszystkim uświadomią czytelnikom rolę praktycznego kształcenia umiejętności młodych osób wchodzących na rynek pracy.



# Metodologia



## Ogólne założenia badania ilościowego

Głównym celem badania było sprawdzenie, w jaki sposób polskie firmy realizują współpracę z instytucjami sektora edukacji, szczególnie w obszarze kształcenia zawodowego i praktycznego szkolenia młodych osób wchodzących na rynek pracy. Badanie zostało zainicjowane przez Fundację Rozwoju Systemu Edukacji oraz Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy w październiku 2018 roku, a jego realizatorem była firma Kantar Millward Brown. Zebrane dane umożliwiły określenie skali oraz specyfiki współpracy polskich przedsiębiorstw ze szkołami zawodowymi. Dzięki temu ustalono okoliczności, w jakich inicjowane są wspólne działania szkół i firm, ze szczególnym uwzględnieniem kooperacji polskich przedsiębiorstw z placówkami kształcenia zawodowego (głównie z technikami i szkołami branżowymi). Ważnym aspektem badania było także określenie oczekiwań przedsiębiorców, dotyczących zarówno samych instytucji edukacyjnych, jak i kompetencji oraz umiejętności stażystów oraz praktykantów.

Badanie miało charakter ilościowy i zostało przeprowadzone z wykorzystaniem technik wspomaganego komputerowo wywiadu telefonicznego CATI (*computer-assisted telephone interviewing*). Respondenci odpowiadali na standaryzowane pytania z opracowanego kwestionariusza. Pomimo formy wywiadu (rozmowy z respondentem), badanie CATI jest więc w istocie badaniem ankietowym, a zebrane dane najczęściej nie mają charakteru jakościowego. Wiąże się to z utrudnionym pogłębianiem poruszanych wątków, a wnioskowanie w zdecydowanym stopniu dotyczy rozkładu wyników w badanej próbie niż analizy jednostkowych przypadków.

Badanie zostało zrealizowane na reprezentatywnej próbie 201 polskich firm, wyselekcjonowanych w sposób zapewniający równomierną reprezentację terytorialną kraju (uwzględniono dobór respondentów ze względu na poszczególne województwa i wielkość miejscowości). Aby możliwie najpełniej odzwierciedlić rzeczywisty obraz sektora przedsiębiorstw w Polsce, struktura próby – pod względem wielkości oraz branży (na podstawie klasyfikacji PKD) – odpowiadała strukturze polskich przedsiębiorstw. 45% uczestników badania stanowili przedstawiciele firm zatrudniających od 10 do 49 pracowników, poniżej jednej trzeciej – mniejszych zakładów pracy (do 9 zatrudnionych), a jedną czwartą – przedsiębiorstw zatrudniających 50 i więcej pracowników<sup>9</sup>. Z uwagi na ogólną liczbę firm wylosowanych w ramach próby, charakter oraz przedmiot badania, z populacji zostali wyłączeni przedsiębiorcy prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą. Wynikało to z uwarunkowań i specyfiki funkcjonowania tych podmiotów w polskiej gospodarce, szczególnie w kontekście mniejszych możliwości nawiązywania przez nie długofalowej współpracy ze szkołami oraz przyjmowania stażystów i praktykantów.

9 W dalszej części publikacji przy opisie badań autorzy przyjęli inną metodologię niż GUS. Firmy zatrudniające do 9 pracowników określają jako małe, od 10 do 49 pracowników – jako średnie, a powyżej 50 – jako duże.



### Wykres 1.

Charakterystyka próby badawczej – podział ze względu na wielkość badanych przedsiębiorstw (n=201)<sup>10</sup>



Struktura próby pozwoliła również na wyodrębnienie czterech głównych branż, w obrębie których działały badane przedsiębiorstwa. Największą grupę stanowiły usługi (36%). Przedsiębiorstwa działające w handlu i produkcji stanowiły po 26% próby. Najmniejszą grupą były firmy z branży budowlanej, dlatego wyniki jej dotyczące należy potraktować raczej jako poglądowe i ostrożnie je interpretować, unikając generalizacji przy wyciąganiu wniosków.



### Wykres 2.

Charakterystyka próby badawczej – podział ze względu na branżę badanych przedsiębiorstw (n=201)



Spśród uczestników badania (201 firm) wyodrębnione zostały przedsiębiorstwa, które:

- ⌋ w okresie realizacji ankiety współpracowały z sektorem edukacji;
- ⌋ wcześniej współpracowały z instytucjami edukacyjnymi, ale nie prowadziły żadnych działań w tym zakresie w trakcie realizacji ankiety;
- ⌋ nigdy nie współpracowały z sektorem edukacji.

Takie rozróżnienie pozwoliło na zbadanie postaw firm wobec wspólnych działań z instytucjami edukacyjnymi, a także na zróżnicowanie pytań zadawanych każdej z tych grup. Przedstawiciele przedsiębiorstw, które w trakcie badania współpracowały z sektorem edukacji (łącznie 71 firm) byli pytani głównie o jej formę, charakter oraz poziom zadowolenia z jakości i efektywności wspólnych inicjatyw. Respondentów z firm, które nie realizują tego typu działań lub ich zaprzestały, pytano przede wszystkim o powody zaniechania lub niepodjęcia współpracy. Wnioski przedstawione w raporcie wynikają z analizy sporządzonej przez wykonawcę badania, która polegała głównie na interpretacji rozkładu częstości. Tam, gdzie ujawniły się istotne różnice w odpowiedziach na pytania

<sup>10</sup> Wszystkie wykresy w niniejszej publikacji zostały opracowane na podstawie wyników badania na reprezentatywnej grupie przedsiębiorstw, przeprowadzonego przez Kantar Millward Brown.

kluczowe lub w deklarowanych postawach wobec współpracy ze szkołami w poszczególnych grupach, zebrane dane zostały zróżnicowane ze względu na doświadczenia współpracy, obszary działalności lub wielkości danego przedsiębiorstwa.

## Ogólne założenia badania jakościowego

Celem badania jakościowego była analiza współpracy pracodawców z placówkami kształcenia zawodowego (przede wszystkim ze szkołami branżowymi i technicznymi), a także zbadanie procesów i narzędzi ułatwiających nawiązanie, podtrzymanie oraz ewaluację wspólnych działań przedsiębiorstw z sektorem edukacji. Głównym celem wywiadów z pracodawcami było zebranie dobrych praktyk w zakresie współpracy ze szkołami, dzielenia się wiedzą z uczniami (szkołą), wzajemnej komunikacji, a także uzyskanie opinii respondentów na temat najbardziej efektywnych form współpracy.

Do badania zaproszono przedsiębiorstwa średniej i dużej wielkości działające na terenie województwa wielkopolskiego, o zróżnicowanej strukturze zatrudnienia, skali prowadzonej działalności oraz jej obszarze (wśród nich znalazły się firmy z branż: motoryzacyjnej, budowlanej, informatycznej i telekomunikacyjnej oraz spożywczej). Respondentami były osoby odpowiedzialne za koordynację współpracy z sektorem edukacji – najczęściej przedstawiciele działów personalnych, szkoleniowych czy marketingowych, a w dwóch przypadkach prezesi firm.

Badanie było realizowane od października do grudnia 2020 roku. W początkowej fazie przeprowadzono analizę rynku w zakresie stosowanych praktyk we współpracy sektora biznesu ze szkołami kształcenia zawodowego. Pozyskane informacje umożliwiły przygotowanie adekwatnego kwestionariusza badań. Następnie, przy pomocy filii Centrów Wsparcia Rzemiosła, Kształcenia Dualnego i Zawodowego<sup>11</sup> w Poznaniu, Kaliszu, Lesznie, Pile oraz Koninie, wyłoniono listę przedsiębiorstw działających w województwie wielkopolskim, które miały doświadczenia we współpracy z sektorem edukacji.

W badaniu zastosowano jakościową metodę pogłębionego wywiadu eksperckiego, przeprowadzonego według ustandaryzowanego kwestionariusza, złożonego głównie z pytań otwartych. Scenariusz składał się z bloków tematycznych, obejmujących takie kwestie, jak: współpraca, komunikacja, pożądane cechy i kompetencje młodych pracowników czy motywacje do podejmowania współpracy.

<sup>11</sup> Centrum Wsparcia Rzemiosła, Kształcenia Dualnego i Zawodowego (CWRKDiZ) jest jednostką organizacyjną powołaną przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego. Swoim zasięgiem obejmuje Poznań oraz 11 powiatów wielkopolskich. Centrum przyczynia się do łączenia przedsiębiorców z sektorem edukacyjnym, a także kreowania pozytywnego obrazu szkolnictwa zawodowego, kształcącego umiejętności i kompetencje oczekiwane przez pracodawców.

Respondentami byli reprezentanci przedsiębiorstw mających doświadczenie we współdziałaniu ze szkołami i firmami. W ramach badania przeprowadzono 10 wywiadów<sup>12</sup>.

Badanie zostało poprzedzone wstępną fazą testowania kognitywnego, w ramach którego poszczególne elementy narzędzia badawczego były sprawdzane w rozmowach z osobami o różnym poziomie kompetencji poznawczych. Następnym krokiem był pilotaż, przeprowadzony na ograniczonej próbie, umożliwiający weryfikację trafności i rzetelności kwestionariusza. Uczestnicy wywiadów byli pytani, na czym polegało ich współdziałanie ze szkołami i w jaki sposób przygotowali pracowników swojej firmy do realizacji tej kooperacji. W wywiadach poruszano kwestie dotyczące zasad współdziałania (sposobów nawiązywania i monitorowania współpracy, komunikacji z partnerami, rozwiązywania problemów i pokonywania barier) oraz zachęcania szkół do partnerstwa z daną firmą.

## Ograniczenia badań

Chociaż metoda CATI jest jednym z bardziej efektywnych sposobów realizacji badań ilościowych (głównie dzięki jej wysokiej skuteczności przy relatywnie niskich kosztach i braku utrudnień natury logistycznej), to należy pamiętać, że wykorzystanie skryptów komputerowych w badaniach realizowanych zdalnie wiąże się z ograniczeniami w pozyskiwaniu i interpretacji danych. Istotnym problemem jest przede wszystkim brak szczegółowości oraz możliwości pogłębienia uzyskanych informacji, co wynika głównie z określonej liczby pytań, którą można zadać respondentowi przez telefon. Wywiady kwestionariuszowe wymuszają szybkość odpowiedzi – przez to osoby badane nie mają czasu na zastanowienie się, co utrudnia zebranie danych, gdy podejmowana tematyka wykracza poza zasoby wiedzy rozmówcy.

W przypadku realizowanego badania ilościowego pewnym problemem okazała się również interpretacja danych. Liczba firm w badanej próbie (201) utrudniała analizę krzyżową z uwzględnieniem wyodrębnionych podgrup (np. podziałów ze względu na branże, wielkość firm lub doświadczenie współpracy), ponieważ wiązałyby się to z ryzykiem wnioskowania w oparciu o dane pozyskane z kilku lub kilkunastu firm. Interpretacja zebranych informacji wymagała ostrożności przede wszystkim w przypadku zastosowanego podziału na branże (niektóre z nich, np. budowlana, były nielicznie reprezentowane w badaniu).

---

<sup>12</sup> Zamieszczone w raporcie cytaty przedstawicieli przedsiębiorstw zostały skrócone lub zredagowane. Dotyczyło to zwłaszcza dłuższych i wielowątkowych wypowiedzi.



Głównym problemem podczas realizacji badania jakościowego była pandemia COVID-19. Choć pierwotnie zaplanowano dziesięć wywiadów twarzą w twarz z przedsiębiorcami, to z powodu ograniczeń i restrykcji dziewięć z nich odbyło się online (za pośrednictwem aplikacji Zoom). Kolejną trudnością były odmowy pracodawców (wynikające z braku czasu lub trudnej kondycji społeczno-ekonomicznej firmy wskutek pandemii) lub ich propozycje zmiany terminu przeprowadzenia rozmowy, znacznie wykraczające poza zaplanowane ramy czasowe badania.

# Charakterystyka współpracy



Wyniki badania pokazują, że współpraca firm z instytucjami edukacyjnymi nie jest w Polsce zjawiskiem powszechnym. Mniej niż połowa respondentów badania ilościowego przyznała, że ich przedsiębiorstwo podejmuje lub podejmowało różnego rodzaju formy działań na rzecz sektora edukacji.

Dwie piąte badanych przedstawicieli polskich firm potwierdziło, że ich organizacje podejmowały działania wraz z placówkami kształcenia, natomiast w okresie realizacji badania z instytucjami edukacyjnymi aktywnie współdziałała co trzecia badana firma.



### Wykres 3.

Odsetek przedsiębiorstw współpracujących z sektorem edukacji (n=201)

Czy Pana/Pani firma prowadzi (lub kiedykolwiek prowadziła) współpracę z instytucjami działającymi w sektorze edukacji?

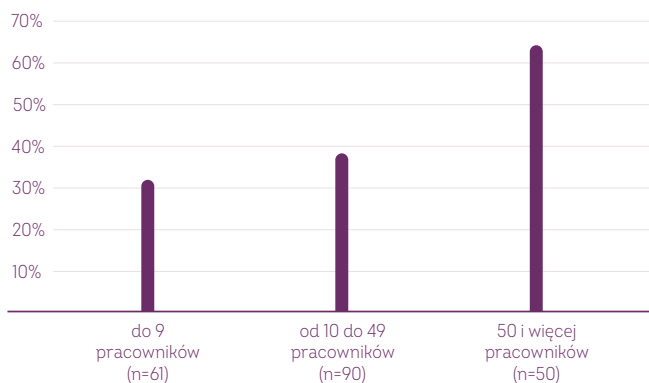


Wśród przedsiębiorstw współpracujących z sektorem edukacji dominowały przede wszystkim większe firmy. Mniejsze, zatrudniające do dziewięciu pracowników, stanowiły nieco ponad jedną piątą badanej próby.



### Wykres 4.

Odsetek przedsiębiorstw współpracujących z sektorem edukacji – podział ze względu na liczbę zatrudnionych pracowników



Jedna piąta badanych firm (i jednocześnie niemal połowa tych, które podejmowały współpracę z sektorem edukacyjnym) wskazała, że współdziałanie dotyczy tylko niektórych szkół. W przypadku zakładów zatrudniających od 10 do 49 pracowników podobne deklaracje dotyczyły jedynie 15% badanych.

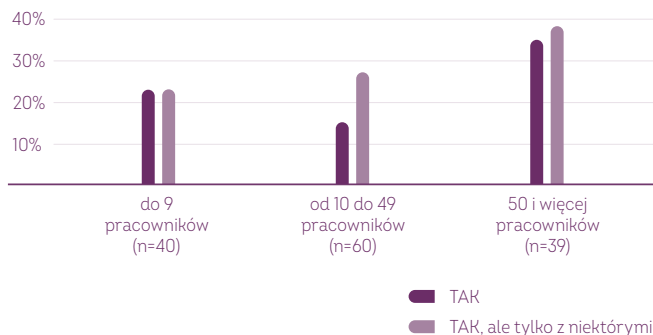


#### Wykres 5.

Współpraca przedsiębiorstw z sektorem edukacji zawodowej – podział ze względu na liczbę zatrudnionych pracowników

*Czy kiedykolwiek Pana/Pani firma podejmowała współpracę z instytucjami kształcenia zawodowego?*

[Na pytanie odpowiedziały również przedsiębiorstwa deklarujące samodzielną organizację staży i praktyk dla młodych osób]



Wyniki badania ilościowego pokazują, że polskie przedsiębiorstwa koncentrują się głównie na organizacji staży i praktyk dla uczniów oraz na przyuczaniu ich do zawodu. Istotnym obszarem działalności na rzecz sektora edukacji jest również organizowanie wykładów, prelekcji, szkoleń czy warsztatów. Stosunkowo rzadko pracodawcy udzielają uczniom wsparcia materialnego, finansują bądź współfinansują projekty, imprezy, udzielają patronatów lub decydują się na prowadzenie akcji charytatywnych.

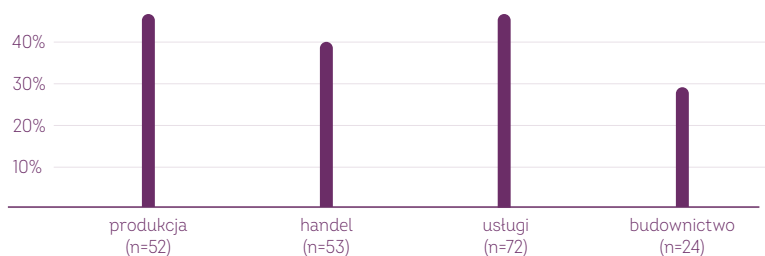
Najczęściej współpracę z placówkami edukacyjnymi podejmują firmy z sektora produkcji oraz usług (w obu przypadkach 46%). Nieco rzadziej wspominali o niej przedstawiciele sektora handlu, najrzadziej zaś – reprezentanci firm działających w branży budowlanej.

Warto zaznaczyć, że przedstawiciele firm działających w handlu najczęściej deklarowali wybór konkretnych instytucji edukacyjnych, z którymi realizowana była współpraca (36% badanych). Podobne podejście można było zaobserwować w przedsiębiorstwach działających w sektorze usług – współpracę wyłącznie z wybranymi szkołami potwierdziła jedna czwarta respondentów.



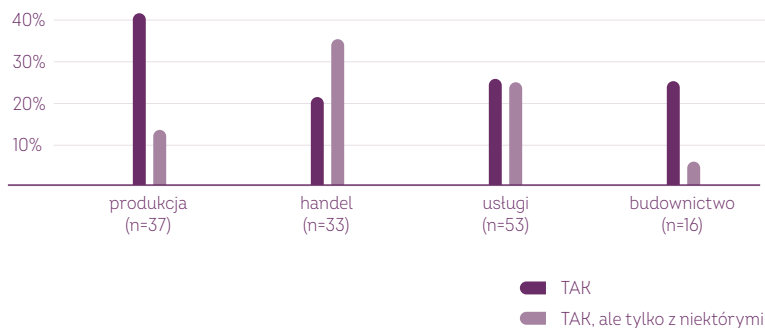
**Wykres 6.**

Współpraca przedsiębiorstw z sektorem edukacji – podział ze względu na branże (n=201)  
 Czy Pana/Pani firma prowadzi (lub kiedykolwiek prowadziła) współpracę z instytucjami działającymi w sektorze edukacji? [Odsetek odpowiedzi twierdzących]



**Wykres 7.**

Współpraca przedsiębiorstw z sektorem edukacji zawodowej – podział ze względu na branże  
 Czy kiedykolwiek Pana/Pani firma podejmowała współpracę z instytucjami kształcenia zawodowego? [Na pytanie odpowiedziały również przedsiębiorstwa deklarujące samodzielną organizację staży i praktyk dla młodych osób]



# Partnerzy współpracy

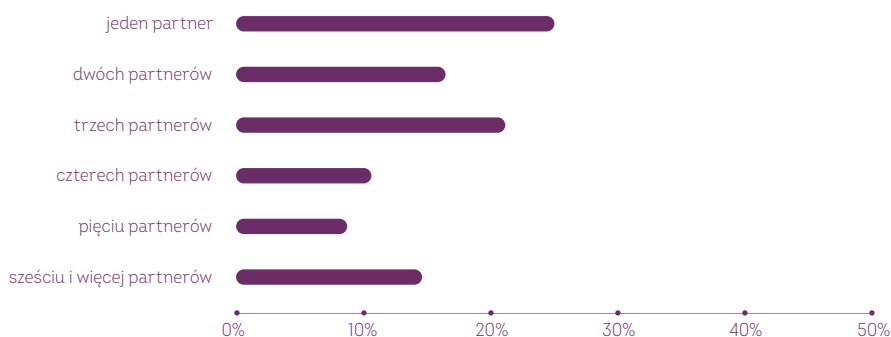


Polskie przedsiębiorstwa najczęściej wybierają do współpracy kilka instytucji edukacyjnych. W przypadku dwóch trzecich firm prowadzących współpracę, wspólne działania są ograniczone do maksymalnie trzech partnerów, przy czym jedna czwarta respondentów potwierdziła, że ich przedsiębiorstwo współpracuje tylko z jedną instytucją edukacyjną. Nie oznacza to jednak, iż wśród deklaracji nie pojawiały się również inne modele współpracy, w tym również wielowektorowe (zakładające większą liczbę partnerów). Ponad jedna piąta firm współpracuje z co najmniej pięcioma instytucjami edukacyjnymi, a w przypadku 14% badanych we wspólne działania zaangażowanych jest sześć lub więcej partnerów.



**Wykres 8.**

Współpraca przedsiębiorstw z instytucjami edukacyjnymi – podział według liczby stałych instytucji partnerskich (n=71)

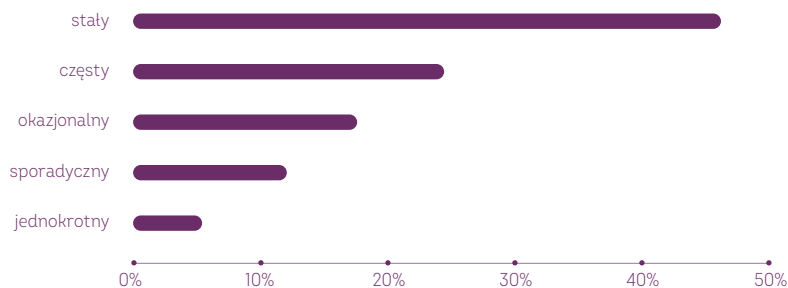


Niemal połowa przedsiębiorstw z tej grupy podejmuje stałą współpracę z sektorem edukacji, a prawie jedna czwarta respondentów określiła jej charakter jako „częsty”. Tylko co dziesiąty respondent oświadczył, że jego firma sporadycznie współpracuje z instytucjami edukacyjnymi, natomiast sytuacje, kiedy współpraca miała charakter jednorazowy, dotyczyły zdecydowanej mniejszości firm (poniżej 4% ogólnej liczby badanych przedsiębiorstw, spośród tych, które kiedykolwiek prowadziły działania z sektorem edukacji).



**Wykres 9.**

Charakter współpracy z instytucjami edukacyjnymi (n=71)



Różnorodną skalę współpracy potwierdzają również badania jakościowe. Niektóre firmy współpracują wyłącznie z jednym partnerem lokalnym, inne (jak jedno z badanych przedsiębiorstw z branży budowlanej) – z wieloma podmiotami na terenie całego kraju. Niektóre firmy współpracując z instytucjami edukacyjnymi realizują własne programy i inicjatywy, a inne korzystają z pomocy organizacji branżowych, które ułatwiają dostęp do większej liczby szkół i placówek edukacyjnych kształcących w danym obszarze. Przeprowadzone badania jakościowe sugerują stały charakter współpracy firm z placówkami kształcenia. Uczestnicy badania często deklarowali, że starają się realizować wspólne działania przez cały rok szkolny.

*Przystąpiliśmy do Sekcji Szkół Budowlanych przy Polskiej Izbie Budownictwa, skupiającej kilkadziesiąt placówek z całej Polski. Realizowała ona Program Edukacji Budowlanej, czyli pakiet różnorodnych działań firm produkujących materiały dla tej branży, mający na celu dotarcie do nauczycieli i uczniów z wiedzą o nowoczesnych technologiach i produktach.*

[firma z branży budowlanej]

*Podpisaliśmy ze szkołą umowę, którą co roku przedłużamy aneksem na kolejne trzy lata. Znajdują się w niej informacje na temat realizacji praktyk (nie tylko u nas), a także instytucji, które wspierają szkołę. Ponadto zawieramy z uczniami indywidualne umowy o pracę o konkretną liczbę miesięcy – są w nich ujęte stawki wynagrodzenia i kwestie pracownicze.*

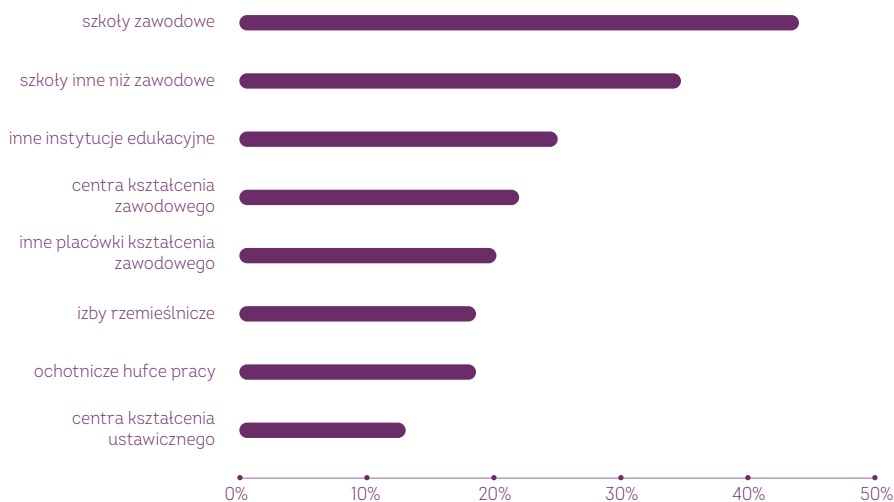
[firma z branży motoryzacyjnej]

Jak pokazują wyniki badania, przedsiębiorstwa do współpracy zwykle wybierają szkoły (79% respondentów), przy czym najczęściej są to placówki zawodowe (45%). Stosunkowo chętnie decydują się również na współdziałanie z centrami kształcenia zawodowego (21%) oraz z innymi placówkami zajmującymi się nauką zawodu. Respondenci najrzadziej decydowali się na współpracę z centrami kształcenia ustawicznego (13%), z izbami rzemieślniczymi (17%) oraz z ochotniczymi hufcami pracy (17%).



**Wykres 10.**

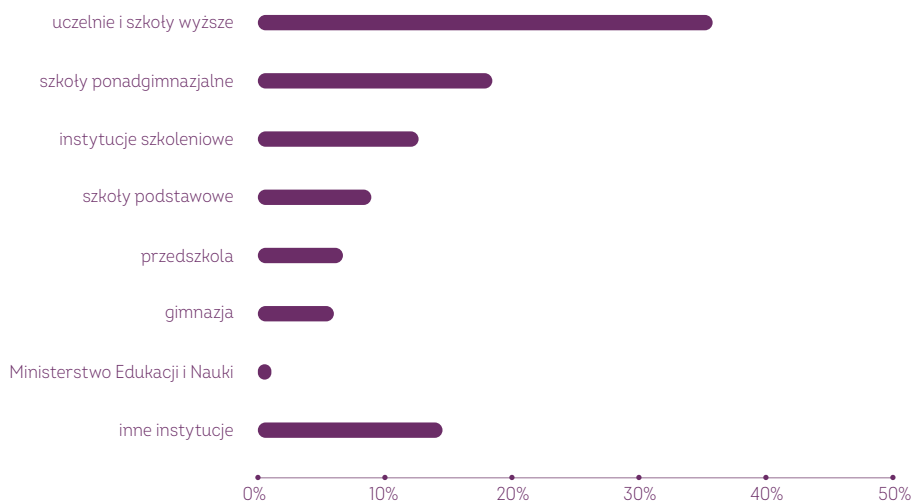
Partnerzy współpracy w podziale na typy placówek edukacyjnych  
(pytanie wielokrotnego wyboru, n=201)



Wśród wskazań „inne instytucje edukacyjne” (24%) wymieniano podmioty działające na różnych poziomach edukacji, w tym instytucje szkolnictwa wyższego (37%), szkoły ponadgimnazjalne (19%), gimnazja (4%), szkoły podstawowe (8%) oraz przedszkola (6%). 13% respondentów wspominało również o kooperacji z firmami szkoleniowymi.

**Wykres 11.**

Współpraca przedsiębiorstw z instytucjami edukacyjnymi innymi niż placówki kształcenia zawodowego (kategoryzacja odpowiedzi na pytanie otwarte, n=71)



Badania jakościowe potwierdzają różnorodny dobór partnerskich instytucji edukacyjnych. Większość firm współpracuje jednak przede wszystkim z placówkami kształcenia zawodowego, a część przedsiębiorstw z określonych branż jedynie z wybranymi typami instytucji, np. ze szkołami branżowymi (sektor produkcji) lub technikami (sektor usług w branży IT).

SS *Placówka edukacyjna wyszła z propozycją kształcenia dla nas ślusarzy. Skorzystaliśmy z tej oferty. Współpracujemy z dwiema szkołami branżowymi i wspólne działania przebiegają bardzo dobrze.*

[firma z branży produkcyjnej]

SS *Dyrekcji szkoły, z którą współpracujemy, zależało na tym, żeby uczniowie z klasy informatycznej – przyszli programiści i pracownicy szeroko pojętej branży IT – zostali wyposażeni we wszechstronną wiedzę i w przyszłości mogli odnaleźć się w każdym środowisku.*

[firma z branży usługowej w sektorze IT]

Niektóre z przedsiębiorstw współpracują w zakresie edukacji z innymi instytucjami, np. z izbami rzemieślniczymi, szkołami wyższymi, instytucjami samorządowymi, a także z izbami branżowymi (np. Polską Izbą Budownictwa).

SS *Gmina Swarzędz zrealizowała projekt „Mój zawód, moja przyszłość”. Jej pracownicy wszystkim się zajęli, a my musieliśmy tylko zorganizować dla uczniów zajęcia praktyczne. Dzięki tej współpracy mogliśmy łatwiej dotrzeć do wszystkich chętnych młodych ludzi. Przez jeden cykl przeszło blisko 180 osób.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

SS *Od jakiegoś czasu ściśle współpracujemy z Centrum Wsparcia Rzemiosła, Kształcenia Dualnego i Zawodowego w Poznaniu. Brałiśmy udział w „Nocy zawodowców”<sup>13</sup>.*

[firma z branży produkcyjnej]

<sup>13</sup> Celem „Nocy zawodowców” jest promocja szkolnictwa branżowego i technicznego wśród młodych osób (i ich rodziców), jako miejsca realizowania satysfakcjonującej ścieżki edukacyjno-zawodowej: [noczawodowcow.pl](http://noczawodowcow.pl) [dostęp: 12.07.2021].

„Zatrudniamy rzemieślników i budowlańców – to jest grupa docelowa, która zajmuje się realizacją danego projektu. Chcemy, żeby nasza marka była rozpoznawalna już na początku kształcenia przyszłych pracowników tych branż, i chcemy pomagać w tym procesie.

[firma z branży budowlanej]

Jak deklarują respondenci, zdarzają się sytuacje, że ich firmy pozyskują stażystów głównie dzięki współpracy ze szkołami wyższymi lub z technikami, a w mniejszym stopniu poprzez szkoły zawodowe.

„W naszej firmie realizujemy głównie praktyki studenckie, w takich obszarach jak: IT, automatyka, budowa maszyn i utrzymanie ruchu, badania i rozwój, technologia i organizacja produkcji. Przeważnie trafiają do nas konstruktorzy, osoby z wykształceniem technicznym. Często gościmy też praktykantów z techników informatycznych. Natomiast uczniowie ze szkół zawodowych zdarzają się u nas sporadycznie, mieliśmy raz grupę kilku spawaczy.

[firma z branży produkcyjnej]

Jak wykazują wyniki badania CATI, oprócz placówek edukacyjnych, co trzecia firma podejmuje również współpracę z innymi instytucjami i przedsiębiorstwami działającymi na rzecz rozwoju edukacji i podnoszenia jakości kształcenia. Podmioty te wspólnie realizują różnego rodzaju szkolenia, warsztaty i kursy zawodowe. 14% badanych firm angażuje się w inicjatywy europejskie na rzecz edukacji, w tym projekty finansowane ze środków unijnych.



#### Wykres 12.

Współpraca między przedsiębiorstwami w zakresie edukacji (n=71)  
Czy Pana/Pani firma współpracuje z innymi przedsiębiorstwami  
w ramach działań na rzecz edukacji?



Prawie jedna czwarta przedsiębiorstw realizujących współpracę z sektorem edukacji angażowała się w działania nastawione na rozwój kształcenia zawodowego i specjalistycznego, a co dziesiąta instytucja podejmowała współpracę w obszarze doradztwa zawodowego. Jedynie 5% firm realizowało staże i praktyki zawodowe we współpracy z innymi przedsiębiorstwami. Tyle samo firm zadeklarowało, że ich wspólne działania z instytucjami edukacyjnymi polegały na realizacji celów promocyjnych, w tym organizowania wydarzeń dla szerszego grona odbiorców (np. koncertów, festiwali).



### Wykres 13.

Formy współpracy firm z innymi instytucjami w zakresie edukacji  
(pytanie wielokrotnego wyboru, n=71)





# Formy współpracy



Zebrane wyniki badania pokazują, że współpraca ze szkołami zdecydowanej większości firm dotyczy przede wszystkim podnoszenia jakości nauczania i realizacji szkoleń, głównie w zakresie praktycznego kształcenia umiejętności. Kolejnym istotnym aspektem są działania związane z pozyskiwaniem pracowników spośród absolwentów szkół. Dane pokazują, że rekrutację w gronie absolwentów prowadziła nieco ponad połowa badanych przedsiębiorstw.

Ponad 80% współpracujących z sektorem edukacji przedsiębiorstw realizuje staże i praktyki zawodowe. Ponad 45% prowadzi również szkolenia i kursy dla uczniów, a prawie 35% wysyła do placówek kształcenia swoich trenerów i szkoleniowców. Co trzecia badana firma organizuje w szkołach wykłady i wizyty eksperckie. Najmniej rozpowszechnioną formą współdziałania są klasy patronackie, prowadzone przez firmy w szkołach.



#### Wykres 14.

Formy współpracy w zakresie szkolenia uczniów i absolwentów  
(pytanie wielokrotnego wyboru, n=71)

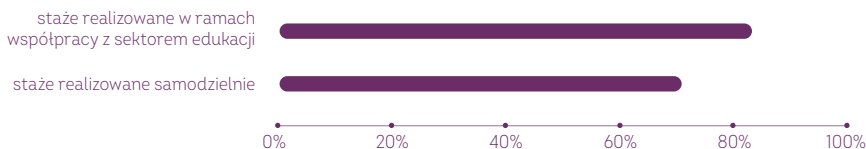


Badanie pokazało również, że staże i praktyki w polskich firmach nie zawsze wynikają ze współpracy z instytucjami edukacyjnymi. Choć dzieje się tak najczęściej (82% wskazań), to należy zaznaczyć, że ponad połowa firm, które współpracowały w przeszłości z sektorem edukacji oraz jedna trzecia firm, które nigdy nie zdecydowały się na takie współdziałanie, obecnie rekrutuje praktykantów i stażystów także bez udziału instytucji edukacyjnych.



#### Wykres 15.

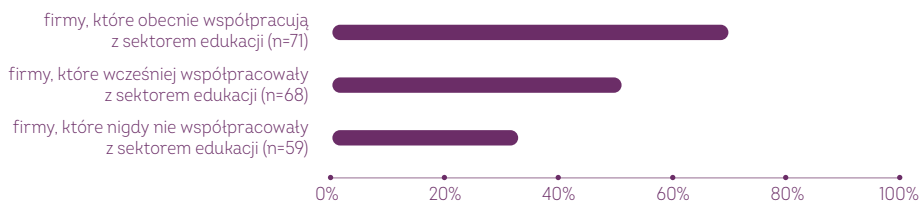
Współpraca z sektorem edukacji podczas realizacji staży w przedsiębiorstwach  
(pytanie wielokrotnego wyboru, n=71)





### Wykres 16.

Odsetek firm deklarujących realizację staży bez współpracy z instytucjami edukacyjnymi - podział ze względu na grupy docelowe badania

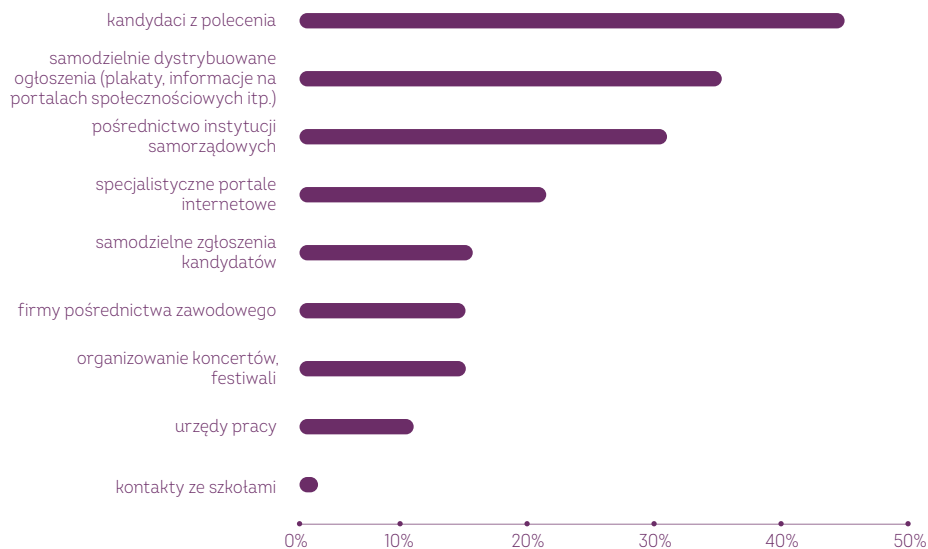


Przedstawiciele wszystkich firm, którzy zadeklarowali realizację staży i praktyk dla uczniów i absolwentów (bez względu na to, czy w momencie badania kontynuowały współpracę z sektorem edukacji), zostali zapytani o to, w jaki sposób rekrutowali potencjalnych kandydatów. Niemal połowa uczestników badania oświadczyła, że na szkolenia zawodowe przyjmuje młode osoby głównie z polecenia. Blisko 40% pozyskuje stażystów głównie poprzez ogłoszenia na portalach społecznościowych, 33% korzysta ze wsparcia instytucji samorządowych, a 23% publikuje informacje rekrutacyjne na specjalistycznych portalach internetowych. Co piąty badany wskazał, że kandydaci na staże sami zgłaszają się do firm. Podobny odsetek korzysta też z tradycyjnych kanałów rekrutacyjnych: firm pośrednictwa zawodowego, urzędów pracy oraz spotkań z kandydatami podczas targów pracy. Tylko 2% badanych korzysta w tym zakresie z kontaktów ze szkołami.



### Wykres 17.

Sposoby pozyskiwania stażystów i praktykantów (pytanie wielokrotnego wyboru, n=97)



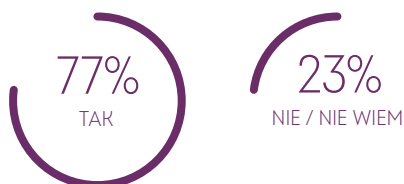


W swoich strategiach realizacji staży i praktyk zawodowych, zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw zakłada możliwość zatrudnienia ich uczestników po zakończeniu okresu szkolenia. Tylko jedna piąta respondentów nie była w stanie potwierdzić, że praktykanci mają szansę otrzymać propozycję pracy w ich firmach.



#### Wykres 18.

Gotowość do zatrudniania stażystów i praktykantów w badanych firmach po zakończeniu szkolenia (n=97)

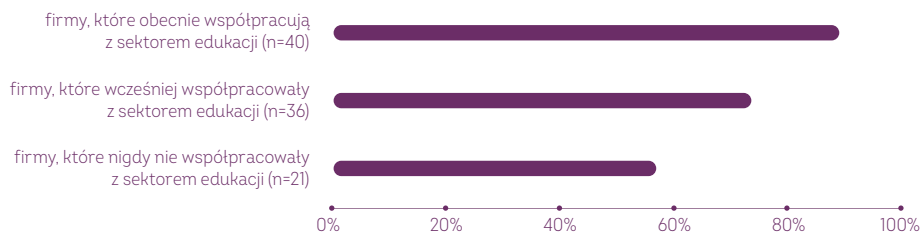


Wyniki badania pokazują jednak, że chociaż przyuczanie do zawodu odbywa się w przedsiębiorstwach bez względu na to, czy dany podmiot podejmuje wspólne działania z sektorem edukacji, to zatrudnienie, po ukończonych stażach i praktykach, najłatwiej uzyskać można w firmach współpracujących z instytucjami i placówkami edukacyjnymi. Aż 90% respondentów z tej grupy potwierdziło, że ich firmy oferują zatrudnienie stażystom i praktykantom. Wśród firm niepodejmujących współpracy z sektorem edukacji takie deklaracje pojawiały się zdecydowanie rzadziej. Perspektywa zdobycia zatrudnienia przez stażystów i praktykantów dotyczyła 75% firm, które w przeszłości kooperowały z sektorem edukacji oraz 57% tych, które nie realizowały takiej współpracy.



#### Wykres 19.

Odsetek firm deklarujących gotowość do zatrudniania stażystów po zakończeniu praktyk - podział ze względu na grupy docelowe badania

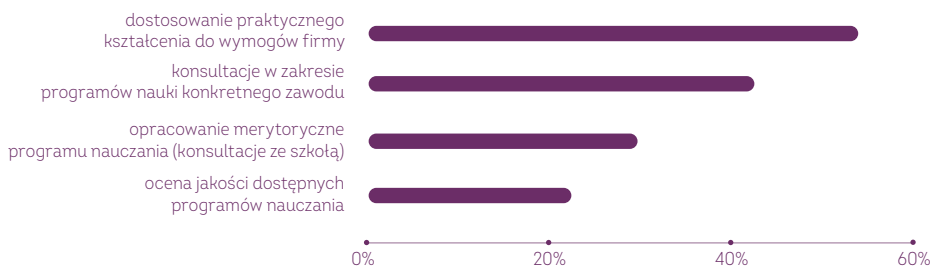


Jak pokazują wyniki badania, mniej niż połowa firm współpracujących ze szkołami angażuje się merytorycznie w opracowywanie programów kształcenia praktycznego. Oferowane wsparcie najczęściej dotyczy zmian w zakresie dostosowania programów do wymogów pracodawców (55%), najrzadziej zaś oceny jakościowej tych programów.



**Wykres 20.**

Współpraca przedsiębiorstw z sektorem edukacji w zakresie podnoszenia jakości kształcenia zawodowego (pytanie wielokrotnego wyboru, n=71)

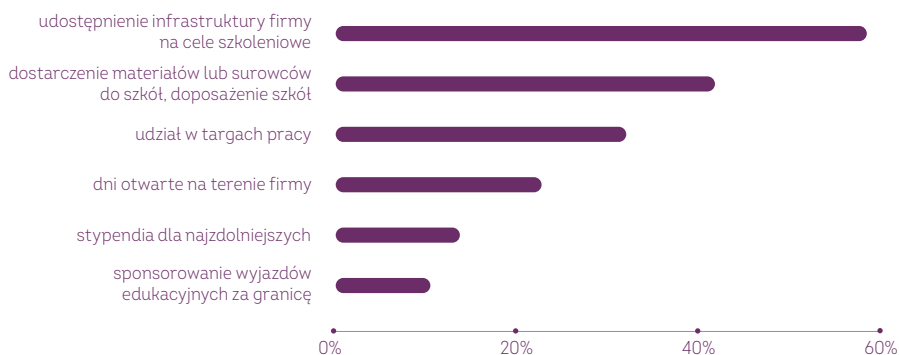


Przedstawiciele badanych przedsiębiorstw deklarowali również inne formy wsparcia placówek edukacyjnych – przede wszystkim infrastrukturalne (59% firm udostępniało sprzęt oraz urządzenia na cele szkoleniowe) oraz materialne (42% firm dostarczało szkołom materiały lub surowce). Znacznie mniejszy odsetek respondentów deklarował bezpośrednie inwestycje w kapitał ludzki: 15% firm finansowało stypendia dla najzdolniejszych, a 11% potwierdziło swoje zaangażowanie w sponsorowanie zagranicznych wyjazdów edukacyjno-zawodowych uczniów.



**Wykres 21.**

Inne formy współpracy z sektorem edukacji (pytanie wielokrotnego wyboru, n=71)



Dane zebrane w badaniu jakościowym potwierdzają, że współpraca pracodawców ze szkołami ma różnorodny charakter. Podobnie jak w badaniu CATI, najczęściej wymieniane były staże i praktyki (regulowane ustawą). Ta forma współpracy organizowana jest w porozumieniu obu stron, a tworzenie planu praktyk odbywa się wspólnie. Firmy pomagały również w zapewnieniu transportu na praktyki, jeśli były one realizowane w dużej odległości od szkoły lub miejsca zamieszkania uczniów.

Wypracowaliśmy standard współpracy - jego częścią jest układanie planu praktyk w porozumieniu ze szkołą.

[firma z branży produkcyjnej]

Nasi uczniowie przyjeżdżają do nas z Nekli, więc nie jest to tak daleko. Dojeżdżają pociągiem, a my staramy się finansować im transport. Obecnie przez trzy dni przebywają w szkole, a przez dwa - u nas w firmie. W kolejnych latach chcemy gościć ich coraz więcej i częściej.

[firma z branży produkcyjnej]

Uczestnicy wywiadów podkreślali znaczenie dobrej komunikacji. Dzięki stałemu kontaktowi z wychowawcami uczniów, odbywających praktyki w firmie, w razie kłopotów, przedsiębiorcy mogli na bieżąco zapobiegać dalszym problemom.

Jeżeli coś się dzieje w szkole, np. w sprawach wychowawczych, to jestem o tym informowany. Kiedy uczeń sprawia jakieś problemy, to zarówno ja, jak i jego nauczyciel, przeprowadzamy z nim rozmowę. Uzupełniamy się wzajemnie.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Wśród deklarowanych form współpracy, które nie wynikają bezpośrednio z przepisów prawa oświatowego, uczestnicy wywiadów wskazywali przede wszystkim na:

- 1) tworzenie klas patronackich;
- 2) organizowanie spotkań z pracodawcami;
- 3) organizowanie konkursów wiedzy i umiejętności zawodowych;
- 4) fundowanie stypendiów i nagród dla zdolnych uczniów;
- 5) organizowanie wycieczek dydaktycznych do przedsiębiorstw;
- 6) przekazywanie szkołom materiałów i pomocy dydaktycznych;
- 7) realizowanie projektów ze środków unijnych;
- 8) współpracę przy opracowywaniu programów nauczania;
- 9) współtworzenie szkolnych ofert kształcenia zawodowego;
- 10) kooperację w zakresie promocji szkolnictwa zawodowego w środowisku lokalnym.

W opinii uczestników wywiadów bardzo dobrym sposobem współpracy przedsiębiorstw ze szkołami prowadzącymi kształcenie zawodowe są klasy patronackie, powstające i funkcjonujące na podstawie umowy między placówką edukacyjną a pracodawcą. Umożliwiają one przede wszystkim podniesienie jakości nauczania zawodowego poprzez ścisłe powiązanie potrzeb rynku pracy z kształceniem w szkole o profilu zawodowym, jak również współdziałanie obu stron na rzecz uczniów. Kształcenie praktyczne w ramach patronatu odbywa się w całości lub w części u pracodawcy, z wykorzystaniem jego maszyn i materiałów. Przedsiębiorstwa organizują kursy specjalistyczne, doposażają pracownie oraz fundują stypendia. Patronat nad uczniami kształcącymi się w konkretnych zawodach jest jednym ze skuteczniejszych sposobów dopasowania oferty edukacyjnej szkoły do potrzeb rynku pracy. Uczestnicy badania jakościowego wskazywali, że klasy patronackie były organizowane głównie przez firmy produkcyjne z branży motoryzacyjnej. Badanie pokazało również, że tego rodzaju klasa może działać pod egidą większej liczby współdziałających ze sobą przedsiębiorstw.

*W naszym zakładzie produkcyjnym potrzebujemy wykwalifikowanych specjalistów: elektryków, mechaników, mechatroników – wręcz niezbędnych do budowy pojazdów. W 2017 roku podpisaliśmy umowę i już we wrześniu witaliśmy pierwszą klasę patronacką. Od tego czasu co roku nowe klasy realizują u nas część swojego kształcenia praktycznego – z przedmiotów, które wchodzą w zakres tych specjalizacji.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

*Otworzyliśmy klasę patronacką, do której dołączyła współpracująca z nami firma produkcyjna z branży blacharskiej. Część uczniów pracuje u nas, a część trafiła do naszego partnera.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Uczestnicy badania deklarowali, że ich firmy dofinansowują dostosowanie pracowni technicznych do potrzeb uczniów oraz zapewniają materiały dydaktyczne, pozwalające urozmaicić zajęcia. Przykładem może być firma produkcyjna z branży motoryzacyjnej, która przeznaczyła środki na szkolną pracownię dla mechatroników, dzięki czemu nauczyciele zyskali nowe, ciekawe materiały do ćwiczeń. Uczestnicy wywiadu zaznaczali również, że oprócz finansowania pracowni sponsorują też indywidualne wyposażenie uczniów, w tym niezbędną do pracy odzież roboczą.

*Jeśli placówka dysponuje odpowiednim miejscem, istnieje również możliwość bezpłatnego umieszczenia ekspozycji produktów.*

[firma z branży produkcyjnej (artykuły budowlane)]

*SS Nie prowadziliśmy praktyk w naszej firmie, skupiliśmy się na przekazaniu szkołom naszych materiałów oraz na działaniach doradczych, pokazach, szkoleniach.*

[firma z branży budowlanej]

Uczestniczące w badaniu duże przedsiębiorstwo produkcyjne z branży budowlanej organizuje szkolenia w formie online oraz offline, a także przeprowadza obowiązkowy, krótki kurs BHP dla wszystkich grup wizytujących firmę. Szkolenia są adresowane zarówno do nauczycieli, jak i do uczniów, przy czym wstęp na teren zakładu produkcyjnego jest dozwolony tylko dla osób powyżej 16. roku życia.

*SS W naszym przypadku współpraca ze szkołą polega głównie na wspólnych działaniach szkoleniowych skierowanych do uczniów i nauczycieli. We wszystkich placówkach edukacyjnych, które się do nas zgłaszają, realizujemy szkolenia tradycyjne oraz e-learningowe, przekazujemy również bezpłatne materiały edukacyjno-informacyjne: katalogi, poradniki, broszury, plakaty, filmy edukacyjne.*


[firma z branży budowlanej]


Oprócz kształcenia uczniów, część firm organizuje również szkolenia dla nauczycieli. Przykładem może być duże przedsiębiorstwo produkcyjne (z branży motoryzacyjnej), które w ramach współpracy z placówkami kształcenia zawodowego realizuje kursy dla ich kadry nauczycielskiej.

*SS Odbyliśmy wiele spotkań z nauczycielami, którzy potem razem z uczniami trafiali do nas i realizowali zajęcia zawodowe. Wcześniej ich przygotowaliśmy – pokazując jak u nas wygląda praca, jakimi posługujemy się narzędziami. Poświęciliśmy trzy miesiące na poznanie i przygotowanie nauczycieli, zaznajomienie ich z infrastrukturą zakładu, ale także z procesem produkcji.*


[firma z branży motoryzacyjnej]


Firmy często organizowały również dni otwarte oraz wizyty studyjne. Celem tych wydarzeń była prezentacja siedzib, charakterystyki działalności oraz otoczenia biznesowego, w których funkcjonowały. Niektórzy przedsiębiorcy organizowali wyjazdy zagraniczne dla najlepszych absolwentów. Jedna z badanych firm zaprosiła uczniów do centrali w Niemczech – trafili tam absolwenci ze wszystkich roczników z różnych krajów, w których działają jej filie.


*Zorganizowaliśmy wyjazd dla uczniów oraz dyrekcji szkoły do naszej centrali. Pokazaliśmy im firmę i jej otoczenie, nowe technologie. Daliśmy uczniom impuls motywacyjny, przekonaliśmy ich, że warto się kształcić, rozwijać.*  
 [firma z branży budowlanej]


*Zachętą do kształcenia może być to, że co roku najlepsi absolwenci jadą na zlot w Niemczech. W 2020 roku, niestety, spotkanie nie odbyło się w dotychczasowej formie, ze względu na pandemię. Szkoda, bo były to zwykle fantastyczne wakacje dla uczniów.*  
 [firma z branży motoryzacyjnej]

Wiele firm przygotowuje swoich pracowników do skutecznej współpracy z jednostkami edukacyjnymi. Przedsiębiorstwa pomagają im np. w ukończeniu kursu pedagogicznego, umożliwiającego prowadzenie zajęć z uczniami oraz pełnienie funkcji specjalnego opiekuna praktykantów, stażystów czy młodocianych pracowników.


*Przystępując do projektu nie mieliśmy wykwalifikowanych opiekunów w zakresie kształcenia zawodowego. Musieliśmy przeszkolić pracownika naszej firmy, specjalistę od spraw automatyki, aby mógł pracować z uczniami. W związku z tym, że nawiązaliśmy współpracę z Polsko-Niemiecką Izbą Przemysłowo-Handlową, nasz pracownik mógł uczestniczyć w organizowanych przez nią szkoleniach w Warszawie. Właśnie z nim mogą kontaktować się rodzice w razie wystąpienia problemów.*  
 [firma z branży budowlanej]


*Nasi instruktorzy są swego rodzaju wychowawcami, znają wszystkie roczniki swoich podopiecznych. Przedstawiają się rodzicom i uczniom już w pierwszej klasie, chociaż zajęcia prowadzą dopiero od drugiej. Ważne jest jednak to, że uczniowie wiedzą, z kim mogą się kontaktować w razie wątpliwości czy problemów. Instruktorzy organizują również spotkania, podczas których określają oczekiwania firmy wobec uczniów.*  
 [firma z branży motoryzacyjnej]

Niektóre przedsiębiorstwa uczestniczą w różnego rodzaju projektach i inicjatywach edukacyjnych. Przykładem może być firma z branży produkcyjnej, która włączyła się w pozakonkursowy projekt „Czas zawodowców BIS – zawodowa Wielkopolska”<sup>14</sup>, uruchomiony w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2014+. Będzie on realizowany do końca 2022 roku przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego oraz Politechnikę Poznańską we współpracy z zainteresowanymi samorządami, pracodawcami i wielkopolskimi szkołami zawodowymi.



*Politechnika Poznańska prowadzi program „Czas zawodowców BIS – zawodowa Wielkopolska”. Porozumieliśmy się z jej przedstawicielami oraz z osobą, która chciała uczestniczyć w tym przedsięwzięciu, i podpisaliśmy umowę. Na tej podstawie przygotowaliśmy oraz nadzorowaliśmy praktykę, a uczelnia wypłacała uczniowi wynagrodzenie.*

[firma z branży produkcyjnej]

---

<sup>14</sup> [bit.ly/2XwKzGX](https://bit.ly/2XwKzGX) [dostęp: 6.07.2021].

# Nawiązanie współpracy





Jak pokazują wyniki badania, współpraca między instytucjami edukacyjnymi a sektorem przedsiębiorstw ma różnych inicjatorów. Chociaż w przypadku 45% badanych firm to właśnie one zaproponowały współpracę, należy podkreślić, że ponad jedna trzecia respondentów wskazała, iż propozycja wspólnych działań wyszła ze strony instytucji edukacyjnych.



**Wykres 22.**

Inicjator współpracy przedsiębiorstw i instytucji edukacyjnych (n=71)

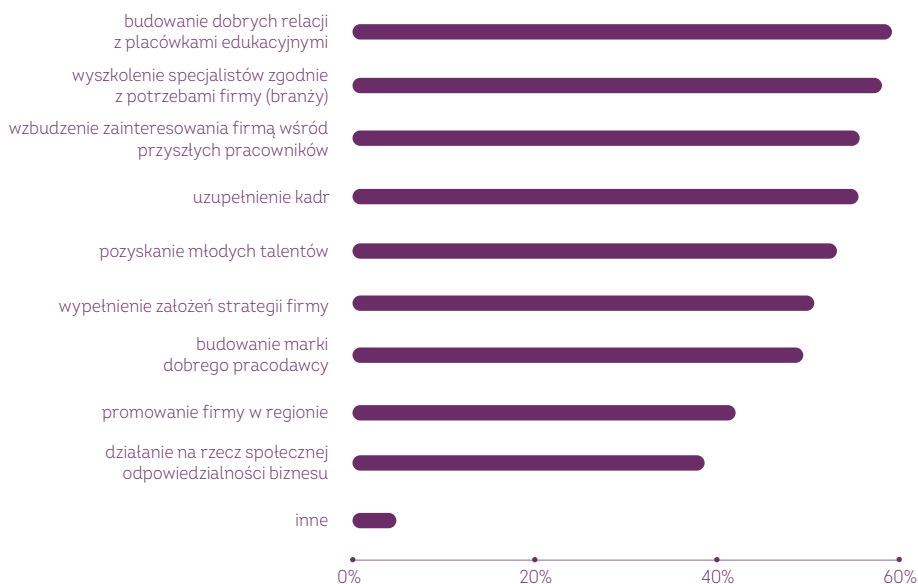


Wśród powodów rozpoczęcia współpracy, przedstawiciele firm wymieniali przede wszystkim chęć budowania wspólnych relacji z placówkami edukacyjnymi (59%) oraz wyszkolenia specjalistów, zgodnie z potrzebami kadrowymi danej firmy lub branży (58%). Ponad połowa uczestników badania wskazywała również na aspekty związane z koniecznością uzupełnienia zasobów kadrowych, a także zwiększenia zainteresowania firmą u potencjalnych pracowników (55%). Ważnym powodem była również potrzeba pozyskania młodych, utalentowanych pracowników (52%).



**Wykres 23.**

Powody podejmowania współpracy przez pracodawców (pytanie wielokrotnego wyboru, n=71)



Ważnym czynnikiem motywującym przedsiębiorców do współpracy z instytucjami edukacyjnymi okazał się również potencjał promocyjny, związany z utrwalaniem marki jako dobrego pracodawcy (48%) oraz możliwościami umacniania pozycji firmy w regionie (41%). Co trzeci respondent motywował współpracę z sektorem edukacji możliwością większego zaangażowania swojej firmy w działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Badanie jakościowe pokazało, że szkoły niejednokrotnie same zgłaszały się do pracodawców z pomysłem nawiązania współpracy w zakresie kształcenia w danym zawodzie. Kiedy okazywała się ona sukcesem, pracodawcy często ją kontynuowali. Tak było w przypadku kilku badanych firm, gdy pilotażowe wsparcie pojedynczej klasy przerodziło się w systemowe działanie, angażujące znacznie większą grupę uczniów i szkół.

*SS Dyrektor jednej ze szkół zawodowych wyszedł z propozycją stworzenia nowego kierunku, kształcącego specjalistów potrzebnych w naszej firmie. Poprosił nas o objęcie patronatem klasy branżowej I stopnia.*  
[firma z branży motoryzacyjnej]

*SS Mocno zaangażowaliśmy się w kształcenie zawodowe. Zaczynaliśmy z jedną klasą i jedną szkołą, obecnie szkolimy prawie 150 uczniów.*  
[firma z branży produkcyjnej]

*SS Przez 15 lat nasza firma wykształciła 140 uczniów w czterech zawodach, 117 z nich zatrudniliśmy. Do dzisiaj pracuje u nas 65% tych osób - to duża wartość dodana, bo świetnie znają firmę, mogą się u nas rozwijać, awansować.*  
[firma z branży produkcyjnej]

Często jednak to sami przedsiębiorcy zgłaszali się do szkół z propozycją nawiązania współpracy i kształcenia w konkretnej, poszukiwanej przez nich specjalizacji. Przedstawiciele jednej z firm z branży motoryzacyjnej, w której pojawiło się zapotrzebowanie na fachowców w zawodzie mechatronika samochodowego, doszli do wniosku, że pożądane kompetencje w dużym stopniu pokrywają się z podstawą kształcenia w zawodzie mechanika. Ponieważ system edukacji dopuszcza wprowadzenie zmian w programie, firma mogła wpłynąć na kształt programu nauczania w danym zawodzie.

*SS Inicjatywa podjęcia współpracy ze szkołami średnimi pojawiła się w 1999 roku i od tamtego czasu kontynuujemy oraz rozwijamy wspólne działania.*  
[firma z branży budowlanej]

„Doradziliśmy, by szkoła zawodowa uruchomiła kierunek „operator maszyn i urządzeń do przetwórstwa tworzyw sztucznych”. Bardzo trudno dziś znaleźć pracownika, który ma kompetencje w tym zakresie.

[firma z branży produkcyjnej]

Zdecydowana większość badanych pracodawców podkreślała, że współpraca pomiędzy firmami i sektorem edukacji jest inicjowana przez przedsiębiorstwa i szkoły kształcenia zawodowego. Zdarzało się również, że w jej nawiązaniu pomagały inne podmioty, m.in. izby handlowo-gospodarcze, zrzeszenia pracodawców oraz władze lokalne.

Z uzyskanych w trakcie badania informacji wynika, że dla niemieckich firm działających na terenie Polski istotną rolę w nawiązywaniu współpracy odgrywa Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK), która organizuje dla uczniów praktyczne egzaminy, uwzględniające standardy edukacji i rynku pracy w Niemczech. Z kolei w firmie produkcyjnej (motoryzacja) z kapitałem szwajcarskim, w nawiązaniu współpracy ze szkołą pomagała Polsko-Szwajcarska Izba Gospodarcza.

„Na początku egzaminy prowadzili pracownicy z Hanoweru, ale zapotrzebowanie było tak duże, że ze względów czasowych i ekonomicznych stało się to nieoptyczne. W tej sytuacji podjęliśmy współpracę z Polsko-Niemiecką Izbą Przemysłowo-Handlową (AHK Polska), czyli podmiotem reprezentującym interesy gospodarcze Niemiec w Polsce. Przedstawiciele AHK organizują egzamin pod względem formalnym, a przeprowadzają go nasi instruktorzy, specjalnie przeszkoleni do tego zadania.

[firma z branży budowlanej]

„Dlaczego organizujemy te egzaminy? Dlatego, że chcemy mieć porównanie do niemieckiego systemu kształcenia i zyskać pewność, że automatyk, którego wykształcimy, dysponuje takimi samymi umiejętnościami, jak jego odpowiednik z tamtego kraju.

[firma z branży produkcyjnej]

„Ścisłe współpracujemy z Polsko-Szwajcarską Izbą Gospodarczą. Wspólnie staramy się przeszczepiać szwajcarskie standardy na rynek polski. W 2016 roku zainicjowaliśmy np. cykl spotkań dla lokalnych szkół na temat stosowanego w tym kraju dualnego systemu kształcenia.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Przedstawiciele przedsiębiorstw z branży budowlanej wskazywali, że pomocna w nawiązaniu współpracy ze szkołami była Sekcja Szkół Budowlanych przy Polskiej Izbie Budownictwa. Dołączenie do Sekcji ułatwia dostęp do wszystkich zrzeszonych w niej szkół. Dzięki temu, np. firmy produkujące materiały budowlane mogą docierać do nauczycieli i uczniów z wiedzą o nowoczesnych technologiach i trendach w budownictwie. Podczas nawiązywania współpracy z sektorem edukacji przedsiębiorcy korzystają również z pomocy instytucji branżowych (np. Związku Polskie Okna i Drzwi) czy organizacji zrzeszających rzemieślników.

W nawiązywanie współpracy przedsiębiorców i szkół włącza się również samorząd lokalny. W 2017 roku Sejmik Województwa Wielkopolskiego podjął uchwałę o utworzeniu pięciu jednostek organizacyjnych Centrum Wsparcia Rzemiosła, Kształcenia Dualnego i Zawodowego w największych miastach województwa (Poznań, Kalisz, Konin, Leszno, Piła). Jednym z zadań centrów jest koordynowanie kształcenia dualnego, zawodowego oraz wspieranie współpracy między firmami i szkołami.

Najczęściej podawanym przez pracodawców powodem inicjowania współpracy ze szkołami był brak satysfakcji z poziomu edukacji zawodowej w Polsce. Przedsiębiorcy deklarowali również, że chcą wspierać proces przygotowania młodych ludzi do wejścia na rynek pracy (w sektorze gospodarki, w którym działają). Wspominali ponadto o chęci zaznajomienia młodzieży z potrzebami i oczekiwaniami swojej firmy.

☺☺ *Edukacja zawodowa w Polsce w dużej części nie spełnia oczekiwań i potrzeb pracodawców.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Współczesne podręczniki do przedmiotów zawodowych nie nadążają za rozwojem technologicznym w naszej branży.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Chcemy wykształcić sobie pracownika, który nie będzie wymagał wdrożenia do pracy.*

[firma z branży budowlanej]

☺☺ *Pracodawcy powinni kreować zapotrzebowanie na rynku pracy i sugerować szkołom, w jakim kierunku powinny kształcić swoich uczniów. Jednak przede wszystkim placówki edukacyjne muszą zbierać informacje od przedsiębiorstw i dopasowywać nauczanie do potrzeb pracodawców.*

[firma z branży usługowej IT]

Dla firm istotna była przede wszystkim kwestia podnoszenia jakości kadr. W jednym z przedsiębiorstw z branży budowlanej bodźcem do podjęcia współpracy ze szkołą okazały się braki kadrowe na lokalnym rynku pracy, a w innym (branża motoryzacyjna) najważniejszą kwestią było wykształcenie przyszłych pracowników zgodnie z potrzebami firmy. Niektórzy uczestnicy badania twierdzili, że nawiązanie współpracy z sektorem edukacji wynikało z założenia, iż szkoły nie są w stanie same, bez udziału przedsiębiorstw, odpowiednio przygotować ucznia.

Obecnie brakuje osób przygotowanych do pracy w zawodzie automatyka. Doszliśmy zatem do wniosku, że skoro nie możemy pozyskać odpowiednich pracowników z rynku pracy, to warto ich sobie wykształcić. To dla nas główny bodziec do rozpoczęcia współpracy ze szkołami.

[firma z branży budowlanej]

Chcieliśmy pozyskać młodą kadrę. Zależało nam na „wychowaniu” sobie pracowników - nie tylko umiejących pracować, ale znających specyfikę firmy. Zapoznajemy ich z kulturą przedsiębiorstwa, żeby mogli się u nas łatwo odnaleźć.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Bardzo trudno znaleźć pracownika, który posiada wszystkie niezbędne umiejętności. Szkoła daje uczniom bardzo dobre przygotowanie teoretyczne, a my chcemy im pomóc w zastosowaniu tej wiedzy w praktyce.

[firma z branży produkcyjnej]

Co ważne, firmy zwracały uwagę nie tylko na zaspokajanie potrzeb młodych pracowników, lecz także na potrzeby kadrowe całej branży.

Naszej firmie zależy na dobrze przygotowanych pracownikach. Patrząc szerzej - identyczne potrzeby mają wszystkie przedsiębiorstwa z branży budowlanej. Absolwenci szkół wyposażeni w niezbędne umiejętności i prezentujący odpowiednie postawy będą atrakcyjnymi kandydatami do zatrudnienia.

[firma z branży budowlanej]

[Współpraca ze szkołami] umożliwia nam kształtowanie osób, które w przyszłości będą u nas pracować. Dzięki niej możemy przekazać im dobre praktyki.

[firma z branży budowlanej]

Badani przedsiębiorcy zostali również poproszeni o określenie przesłanek, jakimi kierowali się przy wyborze szkoły do współpracy. W odpowiedziach dominowały trzy kryteria:

- ⌋ niewielka odległość szkoły od firmy;
- ⌋ oferta kierunków kształcenia spełniająca wymagania firmy;
- ⌋ inicjatywa i chęć do współpracy ze strony szkoły.

Sąsiedztwo placówek edukacyjnych było ważne dla przedsiębiorstw, które współpracują ze szkołami podczas organizacji staży i praktyk zawodowych. W dużej firmie produkcyjnej (motoryzacja), w związku z budową fabryki w nowej lokalizacji zdecydowano się na nawiązanie współpracy z miejscową placówką kształcenia zawodowego. Postanowiono otworzyć też nowy kierunek kształcenia razem z firmą partnerską. Dla przedsiębiorstw, które nie organizują staży i praktyk, lokalizacja szkoły nie miała istotnego znaczenia podczas nawiązywania współpracy.

Niektóre przedsiębiorstwa były rozczarowane lokalną szkołą i postanowiły zwrócić się do placówek położonych w większej odległości od siedziby firmy.

*SS Niestety, żadna z lokalnych szkół nie posiadała takiego zaplecza warsztatowego, które gwarantowałoby dobry poziom kształcenia automatyków. Klasy były wielozawodowe, uczyli się w nich jednocześnie przyszli piekarze, fryzjerzy, mechanicy, ale nie były one w stanie zapewnić odpowiedniego poziomu edukacji w dziedzinie automatyki. Zaczęliśmy zatem w innym miejscu szukać partnera kształcenia zawodowego. Codziennie dowoziliśmy uczniów do Swarzędza, bo do tamtejszej szkoły przekonał nas bardzo dobry warsztat przygotowawczy.*

[firma z branży produkcyjnej]

Jeśli dana szkoła spełniała wymagania przedsiębiorców, to byli oni gotowi ponosić dodatkowe koszty związane m.in. z transportem uczniów do firmy. Jednym z ważniejszych kryteriów podczas wyboru placówki edukacyjnej do współpracy było prowadzenie przez nią kierunków nauczania, odpowiadających wymaganiom firmy. Przykładem mogą być przedsiębiorcy z branży budowlanej, którzy zwracali uwagę na profil nauczania w szkołach zawodowych, kształcących specjalistów z takich dziedzin, jak: technik budownictwa, dekarz, monter stolarki budowlanej oraz technolog robót wykończeniowych w budownictwie. Uczestnicy badania podkreślali, że wybierali szkoły biorąc pod uwagę głównie możliwość pozyskania przyszłych pracowników, a więc kształcące na kierunkach odpowiadających potrzebom firmy (np. elektryk, stolarz, kierowca, lakiernik, ślusarz).

☺☺ *To jest duże przedsięwzięcie logistyczne, ale gra jest warta świeczki. Ponosimy dużo większe koszty, niż gdybyśmy wystali uczniów do szkół w naszej miejscowości, ale jeśli w efekcie uzyskamy dobrze wykształconych i przygotowanych pracowników, uważam, że nam się to opłaci.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Zrobiliśmy rozeznanie rynku i okazało się, że klasa we Wrześni najbardziej odpowiada naszym potrzebom. Jeżeli chodzi o podstawę merytoryczną, bardzo pomagała nam szkoła – dotyczyło to m.in. wymagań formalnych, podstawy programowej. Musieliśmy również zadbać o elementy kształcenia, których nie byliśmy w stanie rozwijać w naszej firmie.*

[firma z branży budowlanej]

Niektórzy przedsiębiorcy, ze względu na niedobory pracowników w danym zawodzie, inicjowali otwieranie w szkołach kierunków nauczania, odpowiadających ich potrzebom. Zarząd jednej z dużych firm produkcyjnych (z branży motoryzacyjnej), w porozumieniu ze starostwem powiatowym, podjął decyzję o uruchomieniu szkoleń w nowym zawodzie (firma nie była w stanie w całości pokryć kosztów warsztatów dla uczniów, stąd współpraca z samorządem). Inne duże przedsiębiorstwo produkcyjne, mające trudności z pozyskaniem automatyków, pomagało szkole w uruchomieniu takiego kierunku kształcenia.

☺☺ *[Sugerowaliśmy szkołom zawodowym], żeby otworzyły kierunek operator maszyn i urządzeń do przetwórstwa tworzyw sztucznych. Bardzo trudno pozyskać osobę, która ma odpowiednie kompetencje do pracy w tym zawodzie.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Współpraca polega na zaspokajaniu potrzeb wszystkich uczestników tego procesu. W uczelniach czy szkołach brakuje materiałów i narzędzi do praktycznej nauki zawodu, a w zakładach pracy dostęp do nich jest bardzo łatwy. Pracodawcy potrzebują kandydatów do zatrudnienia, wykwalifikowanych w obszarze nie zawsze ujętym w podstawie programowej. Trudno będzie nam zatrudnić pracownika, jeśli nie ma wiedzy i praktycznych umiejętności z jakiejś wąskiej dziedziny (np. z pneumatyki) lub nie umie obsługiwać określonego programu graficznego.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Inicjatywa do podjęcia współpracy ze strony szkoły to ważne kryterium, mające znaczenie dla wszystkich badanych przedsiębiorców. Pracodawcy wskazywali również, że szczególnie istotna jest chęć do współdziałania ze strony kadry zarządzającej placówką edukacyjną (głównie dyrektorów szkół).

☺☺ *Dobra współpraca opiera się na otwartości zarówno przedsiębiorstwa, jak i szkoły. Jeśli widać zaangażowanie po obu stronach, to szybko dojdą one do porozumienia.*

[firma z branży budowlanej]

☺☺ *Czynnikiem decydującym o rozpoczęciu współpracy była otwartość dyrekcji szkoły i widoczna chęć do współdziałania z nami.*

[firma z branży produkcyjnej]

Respondenci podkreślali, że szkoły, z którymi mają do czynienia, są bardzo otwarte na współpracę, a nawet same podejmują dodatkowe działania – np. starają się pozyskać środki unijne czy zorganizować dodatkowe programy dla uczniów. Zdaniem pracodawców najlepiej współpracuje się z placówkami prowadzonymi przez ludzi zaangażowanych, gotowych do różnorodnych działań, ale też dzielących się pomysłami i otwartych. Pracodawcy szczególnie podkreślali znaczenie dobrej, transparentnej komunikacji z dyrektorami szkół podczas realizacji wspólnych działań. Jeżeli po stronie szkoły pojawia się gotowość i chęć do współpracy, to przedsiębiorca widzi sensowność zaangażowania się we wspólne działania. Uczestnicy badania wskazywali również, że powodem rozpoczęcia współpracy z placówkami edukacyjnymi, była chęć działania zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu.

☺☺ *[Szkoly] sygnalizują nam, jak możemy je wesprzeć. Dla nas często jest to nieduży wysiłek, a dla placówek edukacyjnych pewne rzeczy są sporym problemem.*

[firma z branży budowlanej]

☺☺ *Myszę, że współpraca z Zespołem Szkół Łączności w Poznaniu jest udana, ponieważ nie czujemy się wyłącznie sponsorem. Oczywiście, dajemy pieniądze na wyposażenie szkoły czy fundujemy stypendia, ale jesteśmy traktowani po partnersku, bierzemy udział w spotkaniach, debatach. Nasze zdanie jest dla szkoły bardzo ważne.*

[firma usługowa z branży IT]



☺☺ *Kierujemy się zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu – oddajemy to, co otrzymujemy od klientów, kupujących nasze produkty. Zależy nam, by mieć swój wkład w proces unowocześniania kształcenia i podnoszenia poziomu edukacji.*

[firma z branży budowlanej]

# Komunikacja i dobre praktyki



Uczestnicy wywiadów odpowiadali o pytania dotyczące komunikacji ze szkołą, uczniami, młodymi pracownikami, a także ich rodzicami i opiekunami. Pierwszy kontakt z uczniami, przed wyborem przez nich drogi zawodowej (a także przed rozpoczęciem praktyk w firmach), odbywał się najczęściej poprzez strony internetowe przedsiębiorstw oraz media społecznościowe. Wykorzystywano język dostosowany do potrzeb młodzieży.

*SS Naszą ofertę kierujemy przede wszystkim do młodego pokolenia, więc treść i forma są dostosowane do ich sposobu odbioru.*

[firma z branży produkcyjnej]

*SS [Korzystamy] głównie z mediów społecznościowych, założyliśmy profil na Facebooku. Zorganizowaliśmy też „Noc zawodowców”. Staramy się docierać do odbiorców poprzez radio, w małych miejscowościach dobrze się to sprawdza. Nie mamy jeszcze kanału na YouTube, ale planujemy go uruchomić.*

[firma z branży budowlanej]

Przedstawiciele firm wspominali również o udziale w różnych szkolnych wydarzeniach (np. dniach otwartych), podczas których mieli możliwość zaprezentowania uczniom, jak dany zawód wygląda w praktyce. Niektóre przedsiębiorstwa nagrywały filmy, pokazujące przebieg pracy w firmie.

*SS Uczestniczymy w targach w szkole, podczas których mamy okazję porozmawiać m.in. z rodzicami uczniów. Pojawiamy się też na zajęciach z doradztwa zawodowego.*

[firma z branży budowlanej]

*SS Nasza kampania polega przede wszystkim na udziale w prezentacji szkół - zawsze organizujemy stoisko obsługiwane przez naszych instruktorów zawodu i uczniów w strojach firmowych. Pokazujemy również film na temat naszej oferty i przebiegu praktyk.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Komunikacja przedsiębiorstw ze szkołami odbywała się w różny sposób, w zależności od firmy. Niektórzy przedsiębiorcy mieli bardzo dobry kontakt z młodymi pracownikami, inni z kolei przyznawali, że były z tym spore problemy. Pozytywne relacje z uczniami często wynikały stąd, że pracownicy przedsiębiorstw szkolili się w zakresie prawidłowego podejścia do młodych pracowników.

☺☺ *Mamy bardzo dobre doświadczenia z naszymi uczniami. Chłopcy sami zaproponowali, że mogliby pojechać do swojej byłej szkoły i opowiedzieć, jak się z nami pracuje.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Nie jesteśmy w tej dziedzinie mistrzami, nie mamy wypracowanego procesu komunikacji z młodzieżą.*

[firma z branży budowlanej]

☺☺ *Uczono nas technik wyjaśniania uczniom poszczególnych zagadnień. W zakładzie operator obróbki skrawaniem pewne elementy można zrobić dużo szybciej, ale ważne jest to, aby nie wywierać na nowych pracownikach presji. Trzeba dać im odpowiedni czas na wykonanie zadania, by się nie przestraszyli, nie zniechęcili.*

[firma z branży produkcyjnej]

Respondenci twierdzą, że w jasny i klarowny sposób przedstawiali młodym praktykantom wymagania swoich firm. Reguły były określane już na pierwszych spotkaniach, co eliminowało niejasności i ewentualne problemy komunikacyjne. Dzięki temu uczniowie i ich opiekunowie mieli możliwość poznać wymagania danej firmy i zdecydować, czy takie zasady im odpowiadają. Podczas spotkań z przedsiębiorcami młodzi ludzie podejmowali pierwsze ważne decyzje o swojej karierze i dalszym życiu zawodowym, dlatego część z nich była mocno zestresowana.

☺☺ *[Uczniowie] są zestresowani. Nie dziwię się im, ponieważ trafiają do firmy zwykle po raz pierwszy. Wiele kwestii jest dla nich nowością (np. podpisanie umowy). Są też bardzo ciekawi i zadają dużo pytań.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Uczniowie wiedzą, czego od nich oczekujemy. Po zakończeniu praktyk liczymy średnią ważoną, wystawiamy ocenę z egzaminu, bierzemy też pod uwagę sprawdziany i oceny ze szkoły. Mamy ustalone progi, wskazujące, od ilu punktów możemy przyjąć absolwenta do pracy. Te reguły wszyscy znają od początku.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

☺☺ *Chcemy uczniów traktować, o ile jest to tylko możliwe, jak naszych partnerów. Szanujemy się wzajemnie. Na samym początku ustaliliśmy zasady*

*dotyczące naszej współpracy. Uczestnicy szkoleń wiedzieli, że nie można korzystać z telefonu zbyt długo i nie tolerujemy przeklinania.*

[firma z branży budowlanej]

Kolejną poruszaną w badaniu kwestią była komunikacja firmy ze szkołą. Wszyscy respondenci podkreślali, że jest ona kluczem do owocnej współpracy. Ważne było partnerskie podejście obu stron. Część osób narzekała jednak, że szkoły traktowały przedsiębiorstwa bardziej jako sponsorów niż partnerów. W opinii przedsiębiorców, przyjacielskie relacje, stały kontakt ze szkołą, wspieranie się w działaniach to droga do wspólnego sukcesu. Ważnym elementem wspólnej pracy z uczniami był udział doradców zawodowych.



*Jeżeli szkoła dostrzeże w przedsiębiorcy partnera, który nie tylko przekazuje pieniądze, ale też wspiera wizerunek placówki edukacyjnej, to nawiązuje się nić porozumienia.*

[firma z branży usługowej IT]



*Przede wszystkim należy zadbać o uczniów – wspierać ich decyzje i działania, żeby mogli wybrać, czy na pewno chcą wykonywać dany zawód. Praktyki to czas na zastanowienie się.*

[firma z branży produkcyjnej]



*Doradcy zawodowi powinni odpowiadać za nawiązanie i utrzymywanie relacji na linii: szkoła – pracodawca. Oprócz ogólnej znajomości tematyki, muszą znać cały lokalny rynek pracy, wiedzieć, których zawodów w danym regionie potrzeba, a w których kształci się uczniów.*

[firma z branży budowlanej]

Przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z tego, jak ważna jest właściwa komunikacja, część z nich jednak wskazuje, że relacje ze szkołami nie zawsze można uznać za idealne, a błędy leżą po obu stronach.



*Współpraca przedsiębiorstw ze szkołami jest bardzo często incydentalna i doraźna. Jest wiele barier, bo pracodawcy nie myślą długofalowo o pracy z placówką edukacyjną.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ Często jest tak, że przedsiębiorstwa są traktowane wyłącznie jako sponsorzy, nie jako partnerzy, którzy do współpracy mogą wnieść coś poza finansami.  
[firma z branży usługowej IT]

Kolejnym ważnym aspektem poruszonym w wywiadach były kwestie związane z *employer brandingiem*, czyli budowaniem marki pracodawcy na zewnątrz i wewnątrz firmy. Najpopularniejszymi formami zewnętrznych działań przedsiębiorstwa były, według respondentów:

- ☺ warsztaty w szkołach;
- ☺ targi kariery;
- ☺ aktywność w mediach społecznościowych;
- ☺ upowszechnianie logotypu firmy w szkołach.

Wszyscy respondenci podkreślali, że ich firmy biorą czynny udział w targach pracy, dniach otwartych szkół, same też organizują wydarzenia, podczas których mają okazję się zaprezentować. Badane przedsiębiorstwa kładą duży nacisk na aktywną współpracę ze szkołami średnimi z najbliższej okolicy. W ten sposób umacniają dobry wizerunek wśród potencjalnych przyszłych pracowników.

☺☺ *Dopiero w ostatnich latach przedsiębiorcy zaczęli być widoczni, wchodząc we współpracę z uczelniami i szkołami. To wymaga nakładów, jednak przynoszą one spore korzyści, nie zawsze mierzalne. Chociażby employer branding, który obecnie ma ogromne znaczenie, bo realnie wpływa na to, jacy eksperci trafiają do danej firmy.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

☺☺ *Bardzo aktywnie współpracujemy z lokalnymi szkołami średnimi, w których spotykamy się z uczniami, zapraszamy ich do nas, kształtujemy nasz wizerunek jako dobrego, lokalnego pracodawcy, pokazujemy że jesteśmy firmą stabilną, pewną, z dużymi możliwościami rozwojowymi. Włączamy się w inicjatywy szkół – w pikniki naukowe czy imprezy sportowe. Umożliwiamy uczniom klas patronackich udział w wydarzeniach branżowych.*

[firma z branży budowlanej]

Badanie pokazało również, że firmy często biorą udział w spotkaniach z młodzieżą, ponieważ budują w ten sposób świadomość swojej marki. Tego typu działania mogą być także skierowane do rodziców. Bardzo popularne było rozpowszechnianie logotypu poprzez gadzety firmowe, np. długopisy, notatniki czy koszulki, przekazywane szkołom i rozprowadzane wśród uczniów.

„ Duży wpływ na kształcenie młodych ludzi mają rodzice, więc gdy firma współpracuje ze szkołami, może ich przekonać do słuszności ścieżki zawodowej, wybieranej przez dzieci.

[firma z branży motoryzacyjnej]

„ Drukowaliśmy ulotki, reklamowaliśmy się w prasie i na billboardach. Zależało nam, żeby dotrzeć do uczniów i ich rodziców. Kiedy zbliżał się moment wyboru szkół, uczestniczyłam w zebraniach z rodzicami, podczas których opowiadałam o zaletach współpracy z naszą firmą. Na pewno w kolejnym roku szkolnym będziemy starali się powtórzyć tę akcję i w ten sposób pozyskiwać uczniów.

[firma z branży budowlanej]

„ Przed rozpoczęciem nauki zorganizowaliśmy trzy spotkania. Podczas nich przedstawiliśmy nasz zespół, pokazaliśmy firmę, wyjaśniliśmy uczniom, czego od nich oczekujemy. Na wszystkie te wydarzenia zapraszaliśmy rodziców. Uczestnicy otrzymali od nas drobne upominki – artykuły biurowe.

[firma z branży budowlanej]

Niektórzy respondenci wykorzystywali popularne kanały informacyjne (m.in. Facebook, YouTube). Przedstawiciel jednej z badanych firm budowlanych z kapitałem austriackim wspominał, że w planach ma nie tylko założenie kanału na popularnym wśród młodzieży serwisie YouTube, ale również profilu na Instagramie, wzorem macierzystej firmy w Austrii, która także korzysta z tego medium.

Badanie pokazało, że *employer branding* skierowany do uczniów, jest również prowadzony w samych przedsiębiorstwach. Spośród działań związanych z budowaniem marki wewnątrz firm respondenci wyróżnili:

- ⌋ zapewnienie uczniom strojów roboczych z logotypem firmy;
- ⌋ szkolenie dotyczące misji i wizji firmy;
- ⌋ imprezy integracyjne.

Niektóre firmy zwracają też uwagę na wydarzenia związane z integracją uczniów w przedsiębiorstwie. Co więcej – w stażach i wizytach biorą czasem udział także nauczyciele teoretycznej i praktycznej nauki zawodu z placówek kształcenia zawodowego.

„ Przed rozpoczęciem roku szkolnego, wręczyliśmy uczniom T-shirty, wyposażyliśmy ich w niezbędne środki ochrony indywidualnej, obuwie i spodnie robocze.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Przekazujemy nauczycielom nieodpłatnie narzędzia, wspierające ich pracę z uczniami.

[firma z branży budowlanej]

Po raz pierwszy młodzi ludzie mają styczność z firmą podczas organizowanej u nas inauguracji roku szkolnego. Na galę przyjeżdżają starostowie, prezydenci, burmistrzowie okolicznych miast, nasz zarząd. Podczas spotkania uczniowie, w eleganckich garniturach, odbierają umowy. Bardzo często zapraszamy na te wydarzenia absolwentów, którym udało się coś osiągnąć, by pokazać przyszłakom, że jak ktoś chce, to sukces jest na wyciągnięcie ręki.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Istotnym celem badania było również pogłębienie wiedzy na temat zakresu obowiązków i odpowiedzialności osób, które wykonują zadania związane z komunikacją, planowaniem, realizacją i ewaluacją szkoleń zawodowych w przedsiębiorstwie. Niektóre firmy deklarowały, że musiały przeszkolić pracowników w zakresie praktycznej nauki zawodu, ponieważ przed rozpoczęciem współpracy ze szkołą brakowało odpowiednio przygotowanych osób do kształcenia młodocianych pracowników.

Zasady i zakres praktyk są określone i spisane w naszych wewnętrznych procedurach oraz wytycznych działu HR. Nie jest to jednak dokument, który reguluje jedynie współpracę ze szkołami.

[firma z branży produkcyjnej]

Badanie pokazało, że instruktorzy nauki zawodu to osoby, które nie tylko mogą uczyć młodych pracowników, ale również odpowiadać za akcje marketingowe. Respondenci wspominali również o znaczeniu opiekunów personalnych, którzy są odpowiednikami wychowawców w szkołach i przejmują ich rolę podczas pobytu uczniów w firmie na praktykach.

[Opiekunowie personalni] zajmują się wszystkimi kwestiami: podpisują umowy, przyjmują absolwentów w firmie, a podczas trwania współpracy organizują wywiadówki.

[firma z branży produkcyjnej]

Jeżeli współpraca ma charakter formalny, to oparta jest na regulujących ją konkretnych przepisach prawnych. Przykładem jest nauka zawodu realizowana u pracodawcy w formie zajęć praktycznych, a w technikum w formie praktyk zawodowych. Zajęcia praktyczne mogą odbywać się u pracodawców na zasadach dualnego systemu kształcenia, na podstawie:



- ⤿ umowy o pracę (dotyczącej przygotowania zawodowego), zawartej pomiędzy pracodawcą a młodocianym pracownikiem;
- ⤿ umowy o praktyczną naukę zawodu, zawartej między dyrektorem szkoły a pracodawcą, który przyjmuje uczniów.

Oprócz ogólnych wytycznych współpracy, wynikających z obowiązujących przepisów prawnych, pracodawcy zwracali uwagę na proces tworzenia odpowiednich procedur i dokumentacji, który zwykle zaczynał się od zorganizowania kilkunastu spotkań i podpisania listów intencyjnych oraz porozumienia o współdziałaniu. Zazwyczaj odpowiednie dokumenty były przygotowywane przez szkoły, a pracodawcy wprowadzali do nich ewentualne korekty, żeby zapewnić spójność z wewnętrznymi procedurami firmy. Oprócz ustalenia zasad współpracy (np. sposobów dostarczenia materiałów edukacyjnych, przekazania ekspozycji), pracodawcy podkreślali, że z każdą szkołą prowadzą współpracę „uszytą na miarę” wzajemnych potrzeb i możliwości.

*SS* *Otrzymaliśmy mnóstwo dokumentów z Centrum Kształcenia Zawodowego i ze szkoły. Ich pracownicy wszystko nam tłumaczyli, krok po kroku. My zaoferowaliśmy naszych ekspertów i narzędzia. Cały proces rozpoczęcia współpracy był długi – nauczyciele często gościli w naszym zakładzie, a nasi specjaliści wizytowali CKZ, m.in. po to, żeby zobaczyć, jak doposażone są sale zajęć praktycznych.*  
[firma z branży motoryzacyjnej]

*SS* *Z perspektywy czasu można ocenić, że współpraca przebiegła gładko. Organizację kształcenia zaczęliśmy jednak jako laicy bez wykształcenia pedagogicznego. Na szczęście otrzymaliśmy duże wsparcie ze strony dyrekcji szkoły i nauczycieli CKZ. Każdy z nas mówił trochę innym językiem, więc na początku musiał nam ktoś wytłumaczyć, w sposób zrozumiały, przebieg całego procesu. Dyrektorzy szkół i pracownicy CKZ wyjaśniali nam zawiłe określenia podstawy programowej, skomplikowane wykresy. My z kolei przekazywaliśmy im nasze oczekiwania.*  
[firma z branży motoryzacyjnej]

Badanie pokazało, że porozumienia o współpracy mogą zawierać różnorodne zapisy, obejmować różne obszary i formy współpracy. Przykładem może być badana szwajcarska firma motoryzacyjna, która wypracowała dokumentację w porozumieniu ze szkołą oraz lokalnym Centrum Kształcenia Zawodowego. Podczas warsztatów i spotkań z nauczycielami program kształcenia w jednym z zawodów dopasowano do potrzeb przedsiębiorstwa. Inne podejście przyjęła średniej wielkości firma budowlana, która podpisała ze szkołą umowę, na podstawie której trzej uczniowie dołączyli do klasy patronackiej innego dużego przedsiębiorstwa, ale swoje praktyki odbywali w jej zakładzie produkcyjnym.

# Monitoring i ewaluacja współpracy



Badani przedstawiciele firm zwrócili uwagę na znaczenie procesów monitoringu i ewaluacji. W niektórych przedsiębiorstwach współpraca ze szkołami i uczniami była koordynowana przez wyodrębnione działy (zajmujące się np. szkoleniami), w innych zajmowały się nią specjalne grupy projektowe, a w części firm za monitoring odpowiadali pracownicy pełniący funkcję instruktorów zawodu.

W uczestniczącym w badaniu przedsiębiorstwie produkcyjnym (z branży motoryzacyjnej) ewaluacja była realizowana za pomocą krótkiej ankiety przeprowadzanej wśród uczniów. Uczniowie odpowiadali na szereg pytań dotyczących kształcenia zawodowego prowadzonego na terenie zakładu produkcyjnego. Wskazywali m.in. czy realizowany w firmie program ma realny wpływ na ich wiedzę, umiejętności i postawy (i przełożenie na oceny z przedmiotów zawodowych), czy podoba im się sposób prowadzenia zajęć, czy narzędzia i infrastruktura są na odpowiednim poziomie. Deklarowali też, czy chcieliby podjąć pracę w firmie, w której odbywają praktyki. Przedstawiciele innego badanego przedsiębiorstwa (produkcyjnego z kapitałem szwajcarskim, branża motoryzacyjna) wraz z nauczycielami z Centrum Kształcenia Zawodowego podsumowywali zakończony rok szkolny i tworzyli plan realizacji kształcenia na kolejne dwa semestry. W dużej firmie produkcyjnej (artykuły budowlane) za współpracę ze szkołami odpowiadało centrum szkoleń – dział zajmujący się monitorowaniem kooperacji z placówkami edukacyjnymi. Zadaniem tej jednostki był stały kontakt z dyrektorami szkół. Współpraca z lokalnymi placówkami edukacyjnymi w zakresie pozyskiwania przyszłych pracowników była koordynowana w większości badanych firm przez dział zarządzania zasobami ludzkimi (HR), który przygotowywał okresowe analizy, zestawienia oraz raporty z efektywności podjętych działań.

SS *Spotykamy się w sierpniu i na nowo weryfikujemy program nauczania, liczbę godzin do realizacji, wprowadzamy aktualizacje.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

SS *[Instruktorzy] znają wszystkie swoje roczniki, przeprowadzają zebrania, przedstawiają uczniom swoje oczekiwania.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

W jednej z badanych firm budowlanych działa grupa projektowa, zajmująca się kształceniem zawodowym. Odpowiada głównie za kwestie merytoryczne i przebieg szkoleń, wyznacza opiekunów uczniów na terenie zakładu pracy. W tym przedsiębiorstwie w proces kształcenia zawodowego włączony jest też dział HR, który zajmuje się rekrutacją oraz *employer brandingiem* wśród młodzieży. Oba zespoły spotykają się, omawiają poszczególne etapy współpracy ze szkołami kształcenia zawodowego oraz jej efekty. W innym przedsiębiorstwie produkcyjnym (motoryzacja) instruktorzy nauki zawodu, oprócz sprawowania roli wychowawczej nad młodocianymi pracownikami, zajmują się również całościową koordynacją procesu kształcenia praktycznego uczniów.

# Korzyści ze współpracy



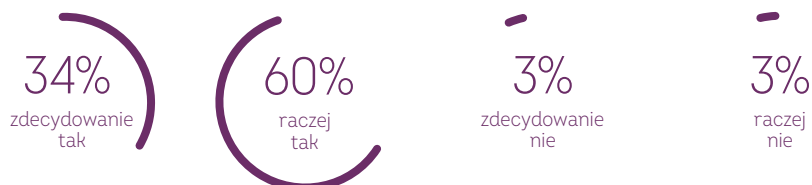
Badanie pokazało, że zdecydowana większość przedsiębiorstw jest zadowolona ze współpracy z instytucjami kształcenia zawodowego. Nieco ponad 6% przedstawicieli badanych firm wyraziło opinię przeciwną, przy czym jedynie 3% zdecydowanie negatywnie oceniło współpracę.



**Wykres 24.**

Ocena współpracy z instytucjami edukacyjnymi (n=71)

*Czy jesteś zadowolona/zadowolony ze wspólnych działań z instytucjami edukacyjnymi?*

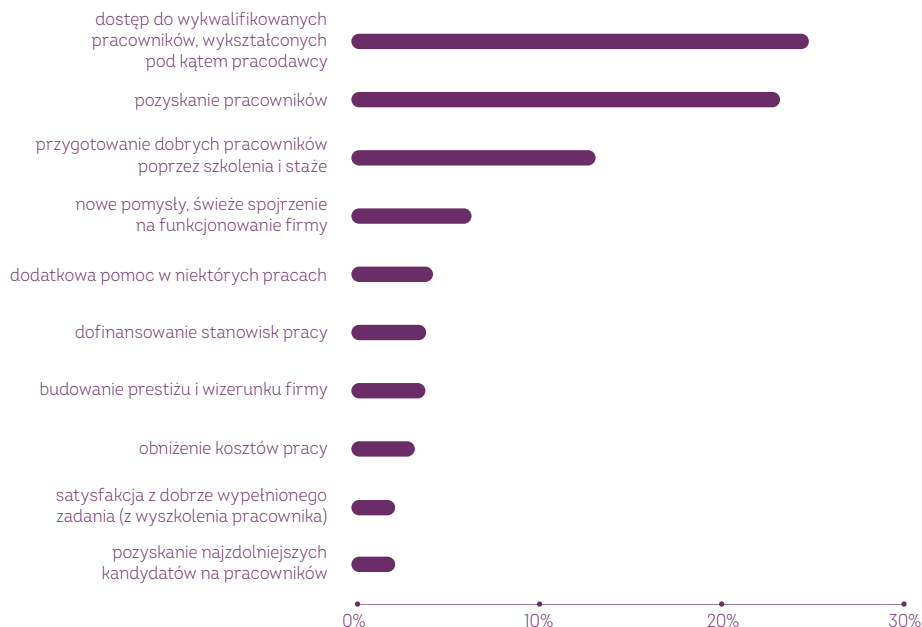


W opinii uczestników badania współpraca z instytucjami sektora edukacji to przede wszystkim inwestycja w kapitał ludzki. Wśród potencjalnych korzyści, jakie przedsiębiorstwo może uzyskać w wyniku realizacji wspólnych inicjatyw z placówkami edukacyjnymi, respondenci wymieniali przede wszystkim możliwość dostępu do wykwalifikowanej kadry (25%), pozyskania nowych pracowników (24%), a także przeszkolenia uczniów zgodnie z potrzebami kadrowymi firmy (13%).



**Wykres 25.**

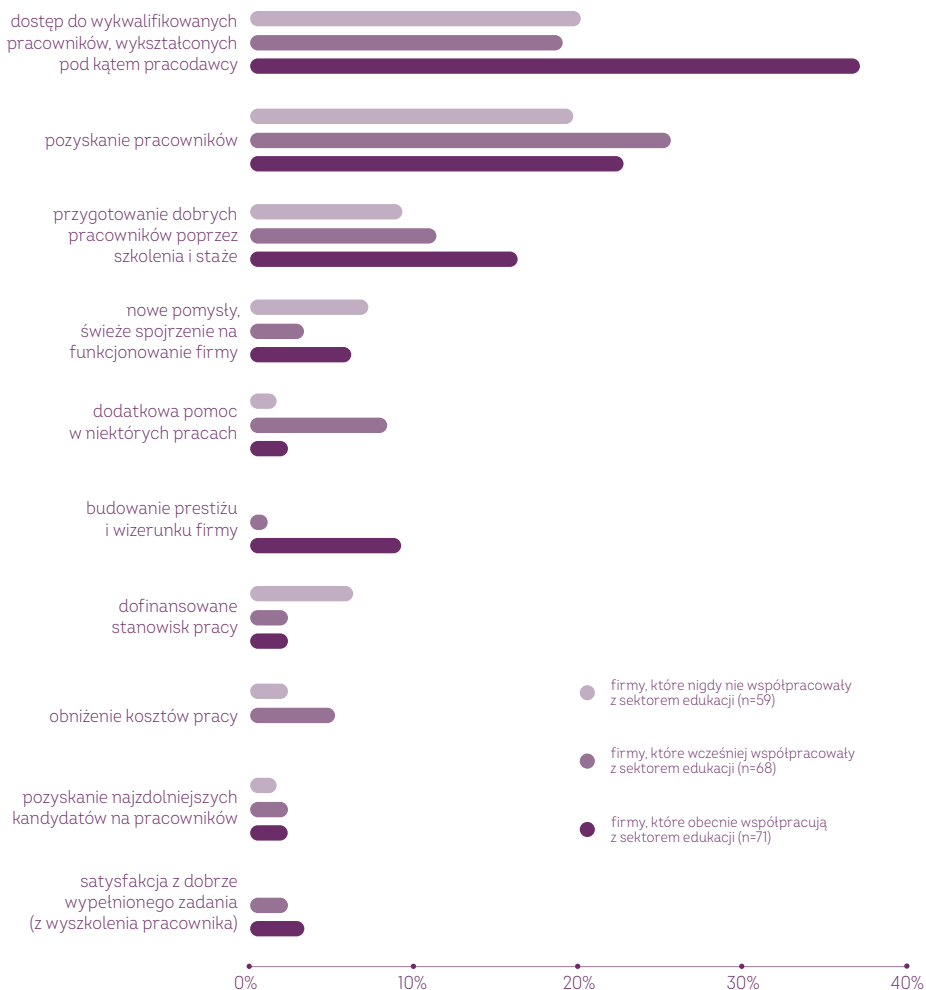
Potencjalne korzyści dla firm, wynikające ze współpracy z instytucjami edukacyjnymi (n=198)



Można założyć, że im większa liczba inicjatyw podejmowanych we współpracy z jednostkami sektora edukacji, tym łatwiej pozyskać wykwalifikowanych pracowników (szczególnie wtedy, gdy współpraca dotyczy staży i szkoleń). Badanie pokazało ponadto, że firmy aktywnie współpracujące z sektorem edukacji częściej dostrzegają korzyści w zakresie promocji i budowania pozytywnej marki.

**Wykres 26.**

Potencjalne korzyści dla firm, wynikające ze współpracy z instytucjami edukacyjnymi w podziale na grupy docelowe badania



Również w badaniu jakościowym przedsiębiorcy przedstawili rachunek zysków i strat wynikających ze współpracy z sektorem edukacji, a także zwrócili uwagę na swoje oczekiwania i potrzeby w tym zakresie. Uczestnicy wywiadów zgodnie twierdzili, że jest to inwestycja długofalowa, która generuje różnego rodzaju koszty (finansowe, kadrowe, czasowe).

☺☺☺ *To normalne, że nasze działania wymagają na początku inwestowania, ale ono później procentuje. Wprawdzie celem nadrzędnym współpracy jest pozyskanie pracownika i specjalisty, jednak równie ważne jest zbudowanie pozytywnego wizerunku firmy na rynku. To pozwala później przyciągać ciekawych kandydatów.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Najważniejszą potrzebą, zgłaszaną przez wszystkich respondentów, było pozyskanie dobrze przygotowanych pracowników. W wypowiedziach przedstawiciele firm często pojawiały się ponadto perspektywa globalna całego sektora, czyli troska o pracowników dla danej branży. Pracodawcy zwracali również uwagę na pozytywny wpływ współpracy między jednostkami edukacyjnymi a przedsiębiorcami na rozwój całej gospodarki.

☺☺☺ *W szkolnictwie zawodowym tylko ścisła i długofalowa współpraca pomiędzy sektorem edukacji a biznesem gwarantuje odpowiednią jakość kształcenia, a co za tym idzie – rozwój gospodarki.*

[firma z branży produkcyjnej]

Pracodawcy zwracali uwagę na konieczność położenia większego nacisku na kształcenie umiejętności praktycznych i praktycznej wiedzy uczniów. Podkreślali również znaczenie budowania ich kapitału społecznego i kompetencji interpersonalnych.

☺☺☺ *Konieczne jest kształcenie umiejętności praktycznych uczniów i przekazanie im praktycznej wiedzy. Ważne są również kwestie dotyczące kapitału społecznego i umiejętności współpracy. Jako uczniowie, a później pracownicy, gramy do jednej bramki – musimy mieć ze sobą współpracować i sobie ufać.*

[firma z branży produkcyjnej]

Istotnym wymaganiem respondentów wobec sektora edukacji było lepsze dopasowanie kierunków kształcenia do potrzeb rynku pracy i poprawienie sposobów oraz narzędzi przekazywania treści w szkołach.

☺☺☺ *Szkoła powinna dostosowywać się do zmieniającego świata.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Byłoby dobrze, gdyby szkoły nie zamykały uczniów w wąskich specjalizacjach, ale kładły nacisk na wszechstronność.*

[firma z branży usługowej IT]

Przedsiębiorcy zwracali też uwagę na pozycję i rolę nauczycieli, którzy – według nich – powinni w taki sposób dobierać formy kształcenia, by zainteresować uczniów przekazywaną wiedzą (postulowali wykorzystanie w tym celu nowoczesnych technologii). Zgodnie z opiniami uczestników badania nauczyciel powinien przekazywać uczniom wiedzę także o najnowszych rozwiązaniach i narzędziach, wykorzystywanych w danej branży. Według nich nauczyciele muszą również „wyjść poza podręcznik”, zdobywać szerszą (nowsza) wiedzę i przekazywać ją uczniom.

☺☺ *Nie można przez cały czas wracać do epoki liczydła i zaprawy mieszanej w betoniarkach.*

[firma z branży budowlanej]

☺☺ *Nauczyciele powinni w taki sposób zmieniać i dobierać formy kształcenia, by były atrakcyjne, ciekawe i zrozumiałe dla współczesnego ucznia. Mogą wykorzystać nowoczesne narzędzia i aplikacje. Nauczyciel musi umieć przekazać uczniom wiedzę o najnowszych materiałach, technologiach, rozwiązaniach stosowanych w danym obszarze zawodowym.*

[firma z branży produkcyjnej]

Do przedsiębiorców, którzy przygotowują własne materiały edukacyjne (np. firmy produkujące artykuły budowlane), trafiają prośby od szkół o ich udostępnienie. Zdaniem uczestników badania, materiały przekazywane przez firmy przynoszą korzyść zarówno uczniom, którzy, dzięki możliwości poznania innowacyjnych rozwiązań, będą atrakcyjnymi kandydatami na rynku pracy, jak i samym pracodawcom, którzy zyskują dobrze przygotowanych kandydatów do zatrudnienia. Respondenci uważają, że bardzo ważne jest, by placówki edukacyjne jasno komunikowały swoje potrzeby związane z materiałami edukacyjnymi.

☺☺ *[Materiały] przekazujemy szkołom bardzo chętnie, bo czerpiemy obopólną korzyść.*

[firma z branży budowlanej]

Badani pracodawcy dążyli do tego, by ich marka była rozpoznawana już na początku procesu kształcenia wśród przyszłych pracowników branży. Dla respondentów współpraca z sektorem edukacyjnym wiązała się również z możliwością nawiązywania dialogu z młodzieżą, która w przyszłości



może stać się grupą docelową danej firmy. Działania te przynoszą oczywiście zyski w długofalowej perspektywie, ponieważ sprzyjają promocji marki przedsiębiorstwa i jego produktów.

*SS Chcemy mieć swój wkład w to, w jaki sposób są kształtowani studenci. Młodzi ludzie otrzymają od nas praktyczne rozwiązania, a w przyszłości być może będą użytkownikami naszych produktów.*

[firma z branży budowlanej]

*SS Nadal będziemy stawiać na budowanie znajomości marki, zapoznawać z nią młodych ludzi. To jest bardzo dobra inwestycja, która zadecyduje o naszym sukcesie na rynku. Jestem bardzo mocno przekonany, że warto to robić.*

[firma z branży budowlanej]

*SS Jeśli uczniowie zapamiętają naszą firmę jako tę, która pomagała im na pewnym etapie edukacji, to kiedy rozpoczną życie zawodowe, nie będziemy dla nich anonimowi.*

[firma z branży produkcyjnej]

*SS Wiemy, że uczniowie, którzy za jakiś czas staną się fachowcami w branży budowlanej, znając nasze produkty, chętniej polecą je swoim klientom.*

[firma z branży budowlanej]

Wszyscy badani pracodawcy zauważyli też, że istotne jest odpowiednie dopasowanie struktury firmy do współpracy z sektorem edukacji, a szczególnie stworzenie działu zajmującego się kształceniem zawodowym, zatrudnienie nowych osób bądź umożliwienie pracownikom uzyskania wymaganych kwalifikacji. Przykładem może być duża firma produkcyjna (automatyka), która stworzyła własne Centrum Kształcenia Zawodowego, zajmujące się nauczaniem specjalistów potrzebnych w przedsiębiorstwie, a także – szerzej – budowaniem pozytywnego wizerunku sektora edukacji zawodowej. Inna badana firma produkcyjna (branża motoryzacyjna) stworzyła własne sale edukacyjne, w których uczniowie odbywają zajęcia praktyczne pod okiem nauczycieli i ekspertów, wykorzystując półprodukty firmy.

*SS Nasz dział kształcenia zawodowego powstał w 2003 roku. Na początku zajmował się wyłącznie nauczaniem ślusarzy i mechatroników, ale z czasem dodaliśmy inne branże.*

[firma z branży produkcyjnej]

„ Nie chcemy, żeby szkoły zawodowe były negatywnie postrzegane przez społeczeństwo, a dziś sporo osób twierdzi, że te placówki to największe zło. Ja tak nie uważam, sam zaczynałem w „zawodówce”, a pracowałem w młodym wieku.  
[firma z branży produkcyjnej]

„ Przygotowaliśmy specjalnie klasy dla uczniów, nie muszą zatem pracować w halach produkcyjnych. Nauczanie odbywa się w oddzielnych pomieszczeniach, zajęcia są realizowane z wykorzystaniem naszych narzędzi i materiałów. Prowadzą je nauczyciele z Centrum Kształcenia Zawodowego oraz ekspert z naszej firmy (od 2019 roku jest on samodzielnym nauczycielem klasy trzeciej na terenie zakładu).

[firma z branży motoryzacyjnej]

W średniej wielkości firmach za współpracę z sektorem edukacji najczęściej odpowiedzialne są pojedyncze osoby. Z kolei w badanej dużej firmie produkcyjnej (artykuły budowlane) utworzono specjalny zespół projektowy, który zajmuje się stroną merytoryczną kształcenia, jego monitoringiem oraz procesem rekrutacji. W innym dużym przedsiębiorstwie produkcyjnym (motoryzacja) dział kształcenia nie zajmuje się szkoleniem uczniów, lecz marketingiem i rekrutacją.

„ Działa u nas grupa projektowa – są w niej osoby, które interesują się edukacją i naprawdę chcą się zajmować tą dziedziną. Jedna z koleżanek odpowiada głównie za merytorykę i przebieg kształcenia zawodowego, jest opiekunem naszych uczniów. Moim zadaniem jest rekrutacja i employer branding. Po każdym zakończonym etapie organizujemy spotkanie i omawiany wspólnie wyniki naszej współpracy. Pozostajemy w stałym kontakcie.

[firma z branży budowlanej]

„ W dziale, który zajmuje się kształceniem zawodowym, pracują dwie osoby (w tym ja). Naszym zadaniem jest wyłącznie organizacja procesu edukacyjnego – nie uczymy, ale w pełni odpowiadamy za kształcenie zawodowe, począwszy od marketingu, przez pozyskanie absolwentów, po znalezienie im zatrudnienia.

[firma z branży motoryzacyjnej]

„ Wyzwaniem jest sensowne ustalenie czasu kształcenia zawodowego, przypisanie kosztów, zbudowanie struktury. W większych firmach pewnie działa to lepiej, a u nas można jeszcze coś poprawić w tej kwestii.

[firma z branży budowlanej]



# Oczekiwania wobec szkół, stażystów i praktykantów

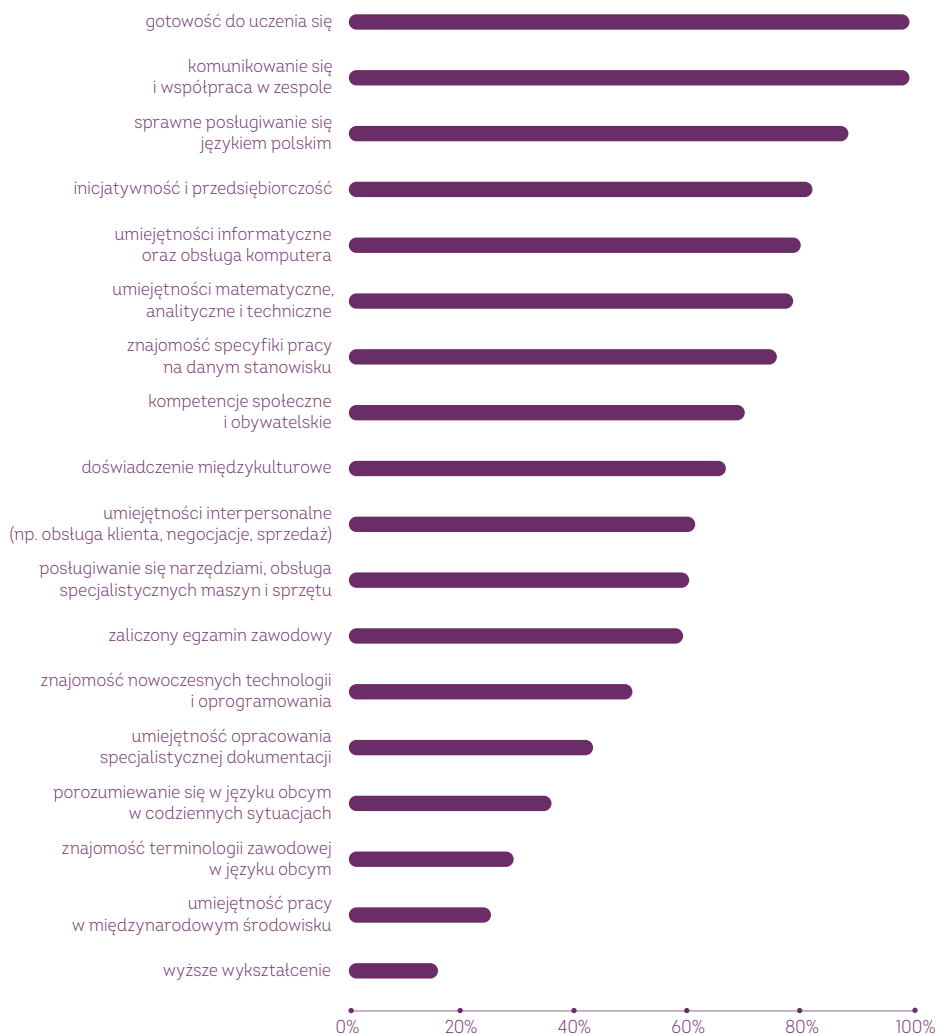


Uczestnicy badania zostali poproszeni o wskazanie najbardziej pożądanых cech, które według nich powinny posiadać młode osoby odbywające staże i praktyki w ich firmach. Zebrane dane pokazują, że polscy pracodawcy zwracają przede wszystkim uwagę na kompetencje kluczowe i miękkie. Niemal wszyscy respondenci wskazywali na takie cechy, jak: gotowość do uczenia się oraz umiejętność komunikacji i współpracy w zespole. Zdecydowana większość badanych potwierdziła również, że ważna jest umiejętność sprawnego posługiwania się językiem ojczystym (89%) oraz inicjatywność i przedsiębiorczość (81%).



#### Wykres 27.

Cechy, umiejętności, kompetencje oraz poziom wykształcenia stażystów i praktykantów oczekiwane przez pracodawców (pytanie wielokrotnego wyboru, n=198)



Wyniki badania pokazują również, że pracodawcy zdecydowanie rzadziej żądali od uczestników staży formalnego potwierdzenia wykształcenia. 60% respondentów wskazało, że dla ich firmy istotną kwestią jest zaliczenie przez potencjalnych stażystów egzaminu zawodowego, a jedynie co piąty uznał za istotne posiadanie dyplomu uczelni.

Nietrudno zauważyć, że dla dużej części pracodawców relatywnie mniej ważne okazały się również kompetencje międzykulturowe. O ile gotowość do nauki i współpraca w zespole były kompetencjami docenianymi niemal przez wszystkich badanych, to już jedynie 67% z nich potwierdziło, że istotne jest dla nich obycie międzykulturowe stażystów, a 28% badanych uznało, że znaczenie mają umiejętności pracy w międzynarodowym środowisku. Można założyć, że z tych samych powodów pracodawcy zdecydowanie rzadziej przykładali wagę do kompetencji językowych potencjalnych kandydatów na praktyki. Tylko 38% badanych potwierdziło, że ważna jest zdolność do posługiwania się językiem obcym w codziennych sytuacjach, a jedynie 32% uznało za istotną znajomość terminologii zawodowej w języku obcym. Wydaje się, że na te odpowiedzi miał wpływ przede wszystkim profil działalności firmy, w tym jej obecność na rynku międzynarodowym lub częstotliwość kontaktów z zagranicznymi partnerami. Im niższy poziom umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa, tym mniejsze wymagania dotyczące znajomości języków obcych i posiadania kompetencji międzykulturowych.

Relatywnie wysoko w hierarchii pożądanых przez pracodawców kompetencji znalazły się umiejętności informatyczne (79%), matematyczne, analityczne i techniczne (78%). Co ciekawe, za mniej ważne pracodawcy uznali umiejętności zawodowe. Chociaż w rankingu dość wysoko znalazła się ogólna znajomość specyfiki danego miejsca pracy (wymieniła ją trzy czwarte badanych), to umiejętności bezpośrednio związane z realizacją obowiązków zawodowych były istotne dla około dwóch trzecich badanych przedstawicieli polskich firm.

Nieco inaczej wygląda kwestia formalnego potwierdzenia kompetencji potencjalnych kandydatów na staże i praktyki u pracodawców, którzy aktywnie współpracują z sektorem edukacji. Jak pokazują wyniki badania, dla nich zdecydowanie ważniejszy okazał się zdany egzamin zawodowy stażystów (69% deklaracji w tej grupie wobec 54% wskazań przedstawicieli firm, które nigdy nie współpracowały z placówkami i instytucjami edukacyjnymi).

Różnice w przypisywaniu znaczenia poszczególnym kompetencjom przez przedstawicieli firm aktywnie współpracujących z sektorem edukacji oraz tych, które nie podejmują takich działań są również widoczne w odniesieniu do umiejętności twardych, np. kompetencji TIK. Dla firm, które współpracują z placówkami edukacji zdecydowanie ważniejsza okazała się nie tylko ogólna znajomość obsługi komputera (89% wskazań w tej grupie wobec 68% deklaracji firm niepodjęmą-

cych wspólnych działań z sektorem edukacji), ale również posiadanie wiedzy z zakresu nowoczesnych technologii i oprogramowania (58% wobec 39%). Respondenci z tej grupy częściej wskazywali również, że istotne są dla nich kompetencje matematyczne, analityczne i techniczne kandydatów (87% wobec 76%) oraz umiejętności interpersonalne w zakresie np. obsługi klienta, negocjacji czy technik sprzedażowych (70% a 59%).

Warto również zaznaczyć, że badani przedstawiciele firm niepodejmujących współpracy z sektorem edukacji zdawali się częściej przywiązywać wagę do kompetencji ogólnych, kluczowych i przekrojowych, takich jak chociażby umiejętność sprawnego posługiwania się językiem ojczystym (92% wobec 87%), językiem obcym w codziennych sytuacjach (41% wobec 38%), a także komunikacja, współpraca w zespole i gotowość do uczenia się (100% wskazań w odniesieniu do tych kompetencji).

Chociaż dane dotyczące oczekiwań pracodawców znajdują potwierdzenie w wynikach badania jakościowego, należy zaznaczyć, że uczestnicy wywiadów nie określili jednoznacznie, czy ważniejsze są dla nich kompetencje miękkie, czy też umiejętności zawodowe stażystów i praktykantów. Respondenci zostali zapytani również o to, jakich kwalifikacji brakuje młodym pracownikom oraz kto powinien być odpowiedzialny za ich kształtowanie (najczęściej w odpowiedziach pojawiał się podział na te uzyskiwane w trakcie nauki zawodu w szkole oraz w ramach kursów zawodowych).

Kwalifikacje to zarówno wiedza, jak i umiejętności, potrzebne do wykonywania określonego zawodu (potwierdzone dyplomami, zaświadczeniami czy świadectwami). Dla pracodawców wykwalifikowany człowiek to osoba wykształcona, posiadająca wiadomości i doświadczenie praktyczne, a także stosowne uprawnienia do wykonywania określonego zawodu.

*SS Nigdy nie wymagamy, żeby pracownik był w stu procentach dopasowany do naszej firmy. Często wolimy zadać sobie trud i wykonać dłuższą pracę nad jego rozwojem. Dzięki temu mamy czas na przygotowanie sobie takiego pracownika, jakiego oczekujemy.*

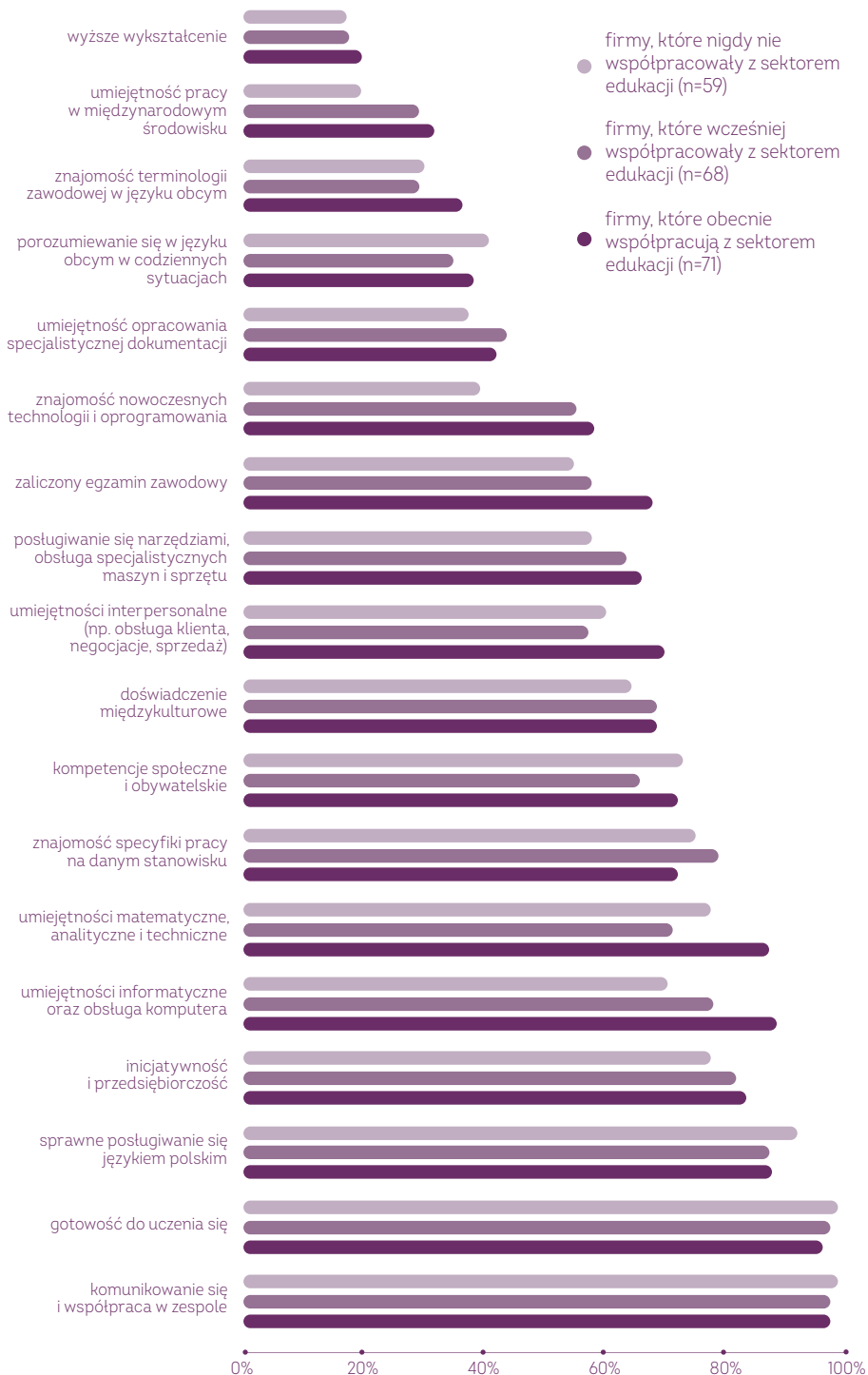
[firma z branży budowlanej]

*SS Jeśli ktoś wybiera jakiś kierunek nauczania, który go interesuje i chce odbyć praktyki w tym obszarze, zdobyć doświadczenie, to może być w przyszłości bardzo cennym pracownikiem. Będzie miał duże szanse na rozwój i dalszą karierę zawodową.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

**Wykres 28.**

Cechy, umiejętności, kompetencje oraz poziom wykształcenia stażystów i praktykantów oczekiwane przez pracodawców w podziale na grupy docelowe badania (pytanie wielokrotnego wyboru)





Kształtowanie kwalifikacji powinno się rozpocząć w szkole branżowej I stopnia i być kontynuowane w trakcie pracy w zawodzie. W tym kontekście ważnym aspektem jest reakcja szkół na potrzeby przedsiębiorców i dostosowanie programów nauczania do potrzeb rynku pracy.

*Wiele zależy od osobowości człowieka – część kwalifikacji uczeń wyniesie ze szkoły, a pozostałe zdobędzie dzięki chęci dokończania i rozwijania się.*  
[firma z branży budowlanej]

Firmy stawiają na wszechstronne umiejętności uczniów – chcą im nie tylko przekazać konkretną wiedzę w wybranym zawodzie, ale też zdolności, które ułatwią im odnalezienie się na rynku pracy. Wszyscy uczestnicy wywiadów podkreślali, że najważniejsze jest dla nich zaangażowanie uczniów.

*Nasza firma nie wymaga od młodego pracownika pełnego przygotowania – chcemy taką osobę nauczyć zawodu i dać jej możliwość rozwoju. Najważniejsze jest zaangażowanie ucznia.*  
[firma z branży budowlanej]

*U nas w firmie są na tyle interdyscyplinarne stanowiska pracy, że osoby, które mają np. umiejętności programistyczne i jednocześnie dużą wiedzę z zakresu elektroniki, mogą pracować jako inżynierowie testów. To jest stanowisko, które łączy w sobie te dwie umiejętności.*  
[firma z branży usługowej IT]

Respondentów badania jakościowego zapytano również o to, czego młodzi ludzie dowiadują się w przedsiębiorstwach. Niektórzy rozmówcy podkreślali znaczenie wiedzy teoretycznej – podczas praktyk uświadamiali uczniom, że zdobyte przez nich wiadomości mogą być wykorzystane w pracy, że nie warto się uczyć jedynie po to, żeby zdać i zapomnieć. Wielu respondentów wskazało, że w trakcie szkoleń zawodowych uczniowie potrzebują rozmowy, poświęcenia im uwagi (respondenci zwracali uwagę na wrażliwość młodych ludzi). Ważnym aspektem praktyk było pokazanie uczestnikom, jak funkcjonuje sektor przedsiębiorstw – przede wszystkim uświadomienie im, że działania firmy opiera się na współpracy, na wspólnocie, a nie na pojedynczych stanowiskach pracy.

Respondenci zastanawiali się, czy u potencjalnego pracownika ważniejsze są posiadane kwalifikacje, czy umiejętności miękkie. Rozmówcy mieli na ten temat różne opinie. Część z nich twierdziła, że z punktu widzenia pracodawcy ważniejsze są posiadane kwalifikacje, z kolei osoby mające zdanie przeciwne uważają, że osobę chętną można wszystkiego nauczyć, natomiast jeśli brak jej podstawowych kompetencji miękkich (np. umiejętności w zakresie współpracy i komunikacji), znacznie trudniej

będzie jej się zaadaptować w przedsiębiorstwie. W jednej z badanych firm z branży produkcyjnej (motoryzacja), najbardziej poszukiwanymi kandydatami do pracy są osoby chętne do nauki i otwarte, takie, które zadają pytania i nie boją się brania odpowiedzialności.

SS *Najważniejsze, żeby pracownik był chętny do pracy. Istotne jest też to, by potrafił mówić o tym, jak czuje się w danej sytuacji, a w razie problemu z realizacją zadania zgłaszał to odpowiednim osobom (np. z działu personalnego).*  
[firma z branży budowlanej]

SS *Podstawą jest to, by praktykant był otwarty i chętny do nauki. W czerwcu 2020 roku nasza pierwsza klasa patronacka zdawała egzaminy zawodowe, kończące naukę w szkole branżowej I stopnia. Spośród 30 uczniów dwóch chciało przychodzić do nas do pracy w wakacje. Sami wyszli z taką inicjatywą, pytali, czy mogliby u nas pracować nawet w czasie wolnym od nauki. Zawarliśmy z nimi umowy cywilnoprawne. Ta sytuacja powtarzała się przez ostatnie dwa lata.*  
[firma z branży motoryzacyjnej]

W badaniach jakościowych postawiono również pytanie o to, jak powinien wyglądać proces kształcenia, by przynosił jak największe korzyści firmom. Według większości pracodawców, jakość procesu nauczania zawodowego skutecznie poprawiłoby zwiększenie liczby zajęć praktycznych czy zapoznanie uczniów z zasadami funkcjonowania przedsiębiorstw i biznesu. Zajęcia teoretyczne, nawet najlepiej prowadzone, nigdy nie będą w stanie zastąpić tego, co daje praktyka. Respondenci zgodzili się, że absolwenci liceów ogólnokształcących są znacznie gorzej przygotowani do wejścia na rynek pracy niż uczniowie, którzy ukończyli branżowe szkoły zawodowe czy technika.

SS *Wniosek jest prosty, studia nie są w stanie dostarczyć takiej wiedzy i takich umiejętności, jakie można zdobyć w technikum. Zawsze uważałem, że licea ogólnokształcące robią krzywdę młodzieży. Oczywiście nie mówię o każdej sytuacji, bo jeżeli ktoś idzie na studia humanistyczne, to zostanie do nich dobrze przygotowany. Jednak jest wiele kierunków studiów (np. kosmetologia), które zdecydowanie lepiej tęczyłyby się z technikum.*  
[firma z branży spożywczej]

Respondenci zwrócili również uwagę na przygotowanie placówek edukacyjnych. Wspominali o tym, że w wyniku złego przystosowania szkoły do potrzeb kształcenia (np. poprzez tworzenie klas wielozawodowych), niektórych zajęć praktycznych nie dało się przeprowadzić na zadowalającym poziomie.

Choć respondenci chwalili kompetencje miękkie młodych pracowników, to wielu z badanych twierdzi, że również ten aspekt kształcenia powinien zostać poprawiony.

SS *Jeśli kształcenie ma przynieść korzyści zarówno pracodawcy, jak i uczniowi, powinno odbywać się w szkole, która jest do tego odpowiednio przygotowana.*  
[firma z branży budowlanej]

SS *Odnoszę wrażenie, że szkoła mogłaby kłaść większy nacisk na rozwój kompetencji miękkich uczniów. Szkoły branżowe bardzo mocno skupiają się na umiejętnościach ściśle związanych z zawodem, ale zapominają o kompetencjach miękkich.*  
[firma z branży produkcyjnej]

Uczestnicy badania przedstawili również swoją opinię na temat kompetencji, które będą poszukiwane w przyszłości na rynku pracy. Można podzielić je na trzy grupy: poznawcze, techniczne i społeczne. W ramach kompetencji poznawczych uczestnicy wywiadów wskazywali: rozwiązywanie złożonych problemów, kreatywność, krytyczne myślenie oraz elastyczność poznawczą. W odpowiedziach na temat kompetencji technicznych pojawiały się przede wszystkim podstawowe i zaawansowane umiejętności cyfrowe oraz inżynierskie. Za najważniejsze kompetencje społeczne młodych pracowników badani przedstawiciele firm uznali: przedsiębiorczość, inteligencję emocjonalną oraz sferę związaną z obszarem zarządzania i współpracy w zespole. W tym kontekście wskazywano również na interdyscyplinarność i umiejętność szybkiego adaptowania się do nowych warunków.

SS *Z punktu widzenia pracodawcy najważniejsze będą prawdopodobnie takie kompetencje, jak: interdyscyplinarność, kompetencje informatyczne, matematyczno-techniczne, społeczne i obywatelskie. Bardzo ważne będą również: cierpliwość, dokładność, skrupulatność, dążenie do osiągnięcia rezultatów, dobra organizacja pracy.*  
[firma z branży budowlanej]

SS *Na wszystkich etapach życia zawodowego (uzyskanie i utrzymanie zatrudnienia, awans) będzie się liczyła umiejętność szybkiego adaptowania się do nowych warunków oraz budowania dobrych relacji, a także inteligencja emocjonalna.*  
[firma z branży budowlanej]

Najczęściej uczestnicy wywiadów deklarowali, że bardzo ważna będzie znajomość technologii informacyjno-komunikacyjnej (TIK), nowinek technologicznych, automatyki, robotyki. Widać wyraźnie, że wyobrażenie o kształceniu w przyszłości koncentruje się wokół rozwoju technologii.

SS *[Znaczenie będzie miała] perfekcyjna znajomość komputera, kompetencje IT – uczeń nie może się bać obsługi wysoko skomputeryzowanego urzędnika.*  
[firma z branży produkcyjnej]

SS *Przechodzimy z urządzeń analogowych na mocno zautomatyzowane, zatem będziemy stawiać na osoby bardzo dobrze obeznane z branżą IT, na automatyków.*  
[firma z branży budowlanej]

SS *Świat zmierza ku automatyzacji, dlatego potrzebujemy kompetentnych osób, które będą obsługiwać nowoczesne maszyny.*  
[firma z branży produkcyjnej]

W badaniu jakościowym padły również pytania ogólne o to, jak pracodawcy postrzegają młodych ludzi wchodzących obecnie na rynek pracy. Zdarzały się bardzo pozytywne opinie na temat uczniów, przeważało jednak zdanie, że młodzi ludzie zdecydowanie różnią się od poprzednich pokoleń i nie zawsze są to różnice korzystne. Uczestnicy wywiadów wspominali również o tym, że czasami młodzież nie potrafi zachować się adekwatnie do sytuacji (np. dobierając ubiór do pracy czy podczas spotkania z zarządem firmy). W tym kontekście istotnym problemem jest również zmiana w systemie edukacji – po reformie do firm trafiają nawet czternastolatki. Często tak młodzi ludzie nie mają jeszcze sprecyzowanych celów i nie wiedzą dokładnie, co chcą robić w życiu. W wielu przypadkach ścieżkę zawodową wybierają za nich rodzice, a to sprawia, że podczas zajęć w przedsiębiorstwie nie wykazują zainteresowania tym, co robią.

SS *Jeśli ktoś założy strój adekwatny do miejsca pracy, to od razu mam poczucie, że taka osoba traktuje praktykę poważnie. Mam wrażenie, że szkoła nie przygotowuje uczniów do tego, jak się mają zachować, aby zrobić dobre pierwsze wrażenie.*

[firma z branży budowlanej]

SS *Teraz przychodzą do nas czternastolatki, więc nie ma co się dziwić, że mają mniej sprecyzowane oczekiwania niż starsi uczniowie.*

[firma z branży produkcyjnej]

Spora część uczestników badania twierdziła, że młodzież jest roszczeniowa, podchodzi lekceważąco do obowiązków i szybko się zniechęca, gdy coś nie wychodzi. Pojawiły się głosy na temat negatywnego wpływu technologii na młodych ludzi. Respondenci wyrażali również pozytywne opinie o stażystach. Doceniali ich kreatywność, przyszłościowe myślenie, chęć samorealizacji oraz pewność siebie. Nie umknęło ich uwadze również to, że młodzi ludzie dobrze znają nowe technologie, co często przydaje im się w pracy.

*SS Powszechna cyfryzacja sprawia, że dla uczniów często liczy się tylko telefon.*  
[firma z branży produkcyjnej]

*SS Jeszcze pięć lat temu nie zdarzało się, żeby uczeń nie przyszedł na spotkanie integracyjne pracowników firmy, natomiast obecnie część stażystów opuszcza takie wydarzenia. Młodzież żyje w swoim świecie, odcina się od aktywności społecznej.*  
[firma z branży spożywczej]

*SS Młodzi ludzie wchodzący obecnie na rynek pracy należą do pokolenia Z. Są to osoby ambitne, chłonna wiedzy z każdej strony. Należą do świata nowinek technologicznych, nieobce są im najnowsze rozwiązania. Mają określone cele i dążą do ich realizacji, są pewni siebie. Są realistami, cenią samorozwój, kreatywność i niezależność. W pracy oczekują ciekawych zadań i ciągłego rozwoju, a od pracodawcy wymagają ciągłej informacji zwrotnej.*  
[firma z branży produkcyjnej]

Uczestnicy badania starali się scharakteryzować młode osoby (praktykantów, stażystów, młodocianych pracowników), z którymi pracowali. Rozmówcy podkreślali, że nietatwo znaleźć pracownika, który posiada wszystkie niezbędne umiejętności związane z wykonywaniem obowiązków w danym zawodzie. Respondenci opisują praktykantów jako osoby zaciekawione tym, co się wokół nich dzieje, zaangażowane w życie firmy, ale też zestresowane w związku z otaczającą ich nową rzeczywistością.

Wielu respondentów wspominało o problemach wychowawczych, m.in. z frekwencją na praktykach. Przyjmując młode osoby do pracy, trzeba zdawać sobie sprawę, że mogą się pojawić tego typu kłopoty, w związku z czym konieczne jest utrzymywanie stałego kontaktu z wychowawcą lub z kierownikiem zajęć praktycznych. Przedsiębiorcy podkreślali konieczność ustalenia zasad współpracy. Powinny być one oparte przede wszystkim na wzajemnym szacunku do siebie i poszanowaniu wykonywanej pracy. Ustalenie reguł musi nastąpić już na początku, by zarówno uczeń, jak i jego rodzice wiedzieli, jakie konsekwencje grożą za nieodpowiednie zachowania. Podpisanie porozumienia (a tym samym

rozpoczęcie współpracy) jest możliwe dopiero wtedy, gdy obie strony akceptują warunki umowy. Pozwala to uniknąć potencjalnych konfliktów i nieporozumień.

Według respondentów młode osoby szybko się nudzą tym, co robią, o czym wspominają pracodawcom. Dzieje się tak najczęściej, kiedy praktyczna nauka zawodu nie leży w kręgu ich zainteresowań, a jest wyłącznie obowiązkiem. O tego typu problemach opowiadali np. przedstawiciele firmy produkcyjnej (automatyka). Podczas praktyk z grona uczniów wybierany jest lider, który ma się zajmować koordynowaniem prac grupy oraz zgłaszaniem ewentualnych problemów. Często jednak zdarza się, że w trakcie weryfikacji rezultatów działania taka osoba nie sygnalizuje pracodawcy wszystkich istotnych kwestii.

☺☺ *Uczniowie nie chcą lub nie potrafią informować pracodawców o problemach.*  
[firma z branży budowlanej]

☺☺ *[Grupa] nie wykonała wszystkich zadań, ponieważ według lidera zabrakło czasu. Wcześniej jednak nie zgłaszał nam żadnych problemów.*  
[firma z branży produkcyjnej]

Podczas wywiadów pytano również o to, czy absolwenci mają szansę otrzymać ofertę pracy w firmach, w których realizują praktyki, i co o tym decyduje. Odpowiedzi były zdecydowanie twierdzące, a przedsiębiorcy deklaruwali, że bardzo zależy im na zatrudnieniu byłych praktykantów. Respondenci podkreślali też, że kładą duży nacisk na rozwój pracowników, aby można było wykorzystać ich potencjał. Kiedy pojawia się potrzeba zatrudnienia osób w konkretnych działach firmy, w pierwszej kolejności pracodawcy poszukują ich wśród osób, które zajmują niższe stanowiska lub ukończyły praktyki.

☺☺ *Niejednokrotnie zdarza się, że zatrudniamy absolwentów bezpośrednio po zakończeniu nauki w szkole czy na uczelni. Często są to osoby, które mimo braku doświadczenia zawodowego mają dużą wiedzę branżową, techniczną oraz umiejętności do pracy na stanowisku.*  
[firma z branży budowlanej]

☺☺ *Wspieramy rozwój pracowników. Bywa tak, że osoby wykonujące u nas pracę fizyczną dostają propozycję przeniesienia do biura. Dajemy młodym ludziom szansę rozwoju, pokazujemy im lepszą perspektywę zawodową.*  
[firma z branży budowlanej]



Powody  
niepodejmowania  
współpracy  
z sektorem edukacji





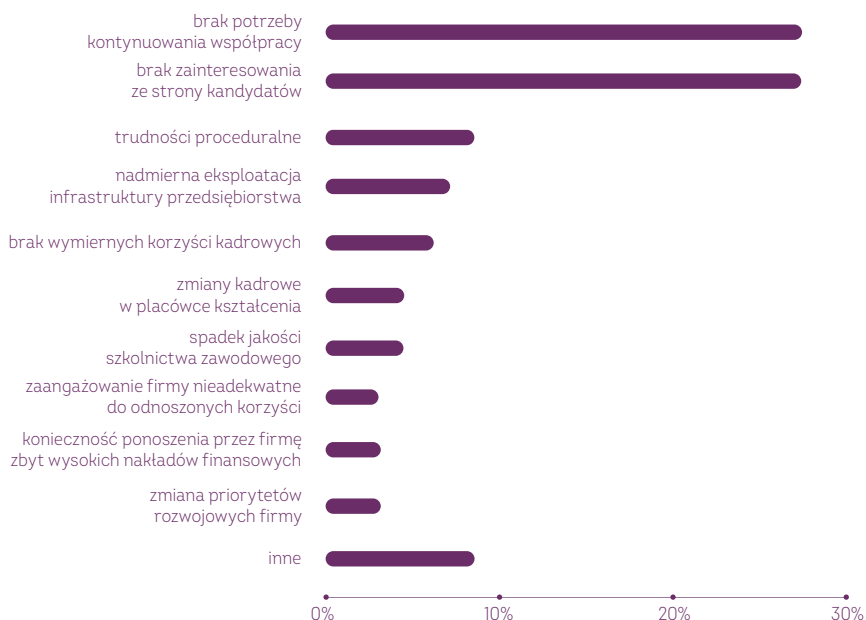
Przedstawiciele firm, które zaniechały lub w ogóle nie podjęły wspólnych działań z instytucjami sektora edukacji zostali zapytani o przyczyny takiego stanu rzeczy. Zebrane wyniki pokazują, że w obu wypadkach głównym powodem był brak zapotrzebowania na tego rodzaju współpracę. Wskazała tak co czwarta osoba z przedsiębiorstw, które nie kontynuowały współpracy. Podobny odsetek respondentów jako powód wskazał brak zainteresowania ze strony potencjalnych stażystów. Do przerwania współpracy przyczyniał się również brak zaangażowania instytucji edukacyjnych w kształcenie praktyczne oraz brak realnego partnerstwa w ramach wspólnych działań.

Zdecydowanie mniejsza liczba respondentów jako powód zaniechania realizacji wspólnych inicjatyw na rzecz kształcenia zawodowego wskazała różnego rodzaju trudności o charakterze organizacyjno-logistycznym. Prawie co dziesiąty badany uznał, że podejmowane wspólnie działania wiązały się z koniecznością spełnienia zbyt wielu wymagań proceduralnych. Ważnym powodem był również warunek dotyczący poniesienia sporych nakładów: ankietowani podkreślali nadmierną eksploatację infrastruktury przedsiębiorstwa, a niektórzy wskazali również, że zaangażowanie ich firmy było nieporównywalnie duże (3%) i niewspółmierne ani do ponoszonych kosztów (4%), ani do potencjalnych korzyści kadrowych (6%), ani do osiągniętych ogólnych korzyści (3%). Część firm wskazywała wprost na problemy wynikające ze słabnącej pozycji szkolnictwa zawodowego w okresie po transformacji, doszukując się przyczyn takiego stanu rzeczy w likwidacji placówek kształcenia zawodowego w ostatnich latach (4%).



### Wykres 29.

Powody zaprzestania współpracy z sektorem edukacji (pytanie wielokrotnego wyboru, n=68)

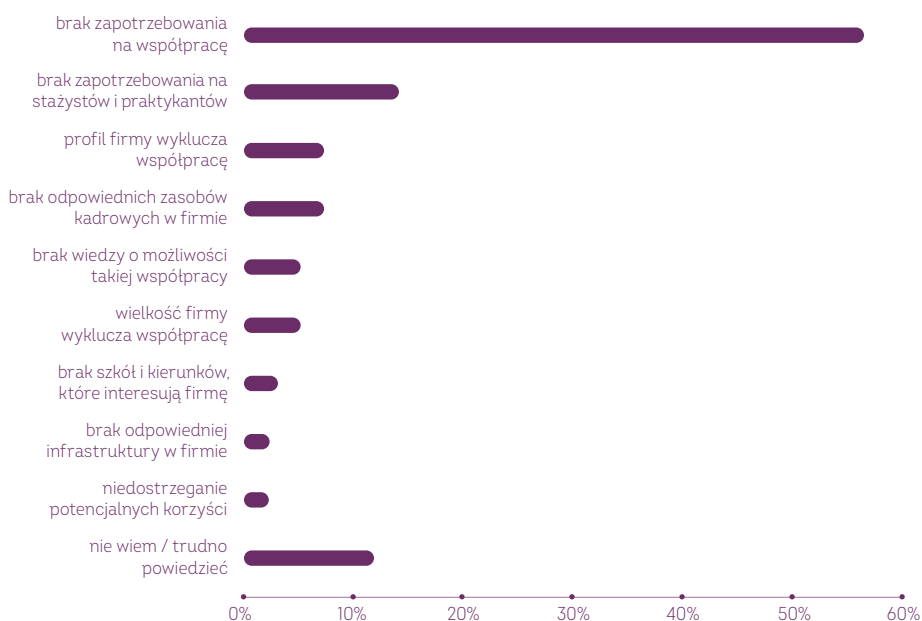


Zdecydowana większość przedstawicieli firm, które nigdy nie podejmowały wspólnych działań z instytucjami edukacyjnymi, uznała, że taki stan rzeczy wynika przede wszystkim z braku zapotrzebowania na taką współpracę (56%), a także z braku potrzeby zatrudniania stażystów i praktykantów (14%). Niektórzy respondenci upatrywali przyczyn w profilu działalności przedsiębiorstwa (7%), inni natomiast wskazywali, że ich firma jest zbyt mała (5%), nie posiada odpowiedniej infrastruktury (2%) i wystarczających zasobów kadrowych (7%). Z drugiej strony należy dodać, że chociaż większość badanych nie widzi potrzeby ani nie dostrzega korzyści związanych ze współpracą z sektorem edukacji, to 5% badanych przyznaje, że ich firma nie nawiązywała kontaktów ze szkołami ze względu na brak informacji na temat tego rodzaju partnerstw.



### Wykres 30.

Powody niepodjęcia współpracy z instytucjami edukacyjnymi  
(pytanie wielokrotnego wyboru, n=59)



Wśród firm, które nigdy nie podejmowały współpracy z instytucjami edukacyjnymi, ponad jedna trzecia wykazywała chęć rozpoczęcia tego rodzaju działań w przyszłości. Podobne deklaracje również dwóch trzecich przedstawicieli firm, które zaprzestały współpracy.

**Wykres 31.**

Gotowość do podjęcia współpracy w przyszłości (firmy, które nigdy nie realizowały wspólnych działań z sektorem edukacji, n=59)

**Wykres 32.**

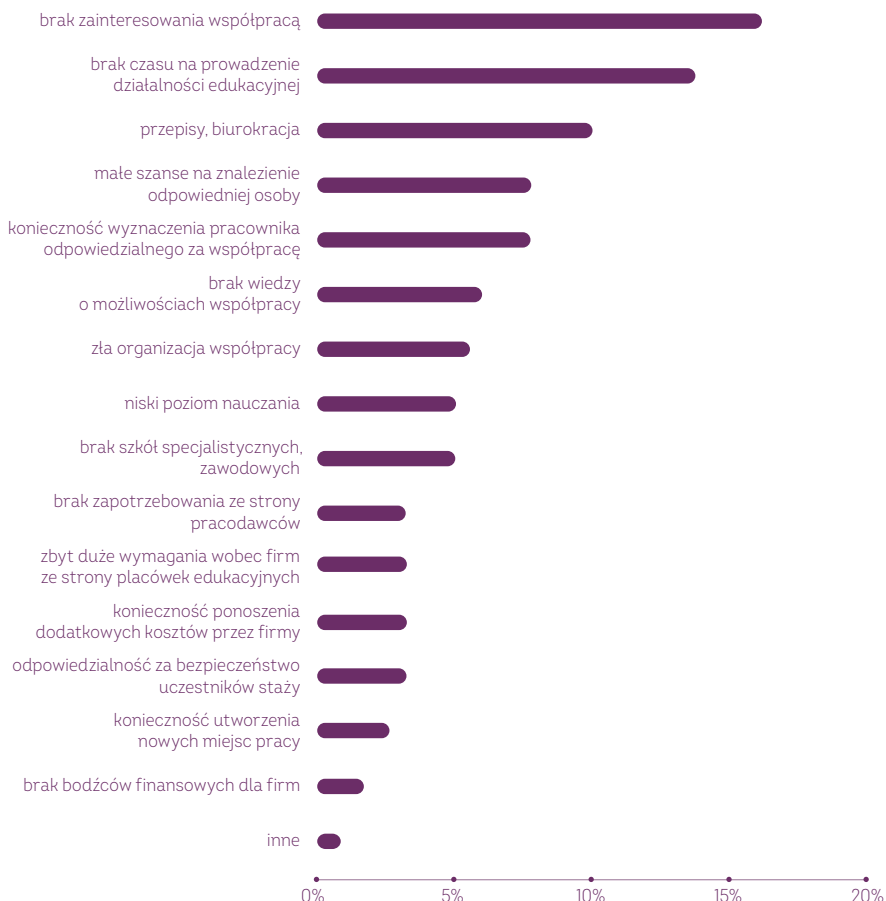
Gotowość do podjęcia współpracy w przyszłości (firmy, które zaprzestały wspólnych działań z sektorem edukacji, n=68)



Wszyscy uczestnicy badania (zarówno przedstawiciele firm współpracujących, jak i tych, które zaprzestały współdziałania z placówkami edukacyjnymi) zostali zapytani o główne przeszkody powstrzymujące firmy przed podejmowaniem wspólnych inicjatyw z sektorem edukacji. Wyniki badania pokazują, że polskim przedsiębiorcom trudno wskazać jednoznacznie dominującą przyczynę takiego stanu rzeczy. Respondenci wskazywali na słabe zainteresowanie ze strony szkół (14%), na brak czasu na prowadzenie takiej działalności (12%), brak odpowiednio przygotowanych pracowników, którzy mogliby zajmować się takimi działaniami (8%). Co dziesiąta badana firma upatruje głównego źródła problemów w barierach systemowych. Część respondentów uznała, że wina leży po stronie instytucji sektora edukacji, wskazując na: niski poziom nauczania (5%), brak odpowiednich szkół specjalistycznych i zawodowych (5%), a także nadmierne wymagania stawiane firmom przez placówki edukacyjne (4%).



**Wykres 33.** Powody braku podejmowania współpracy (kategoryzacja odpowiedzi na pytanie otwarte, n=201)



Niektórzy uczestnicy wywiadów zwracali uwagę, że mimo reform oświaty, wprowadzenia szkół branżowych i rozwoju techników, wielu pracodawców nadal niechętnie nawiązuje kontakty ze szkołami kształcenia zawodowego i wstrzymuje się przed przyjmowaniem osób na praktykę. Przedstawiciele firm, w szczególności średniej wielkości, zwracają uwagę na konieczność sfinansowania pobytu młodego pracownika w przedsiębiorstwie. Realizacja stażu czy praktyki wiąże się z działaniem instruktora zawodu z kursem pedagogicznym, który nauczył lub zaprezentuje, jak należy wykonać poszczególne zadania. Jeśli we właściwy sposób nie przeszkoli się uczniów do pracy, firma może ponieść dodatkowe straty. Zdaniem respondentów, przedsiębiorcy, którzy nie współpracują ze szkołami, nie czują się do takiej kooperacji odpowiednio przygotowani. Zwracali oni również uwagę na brak gratyfikacji finansowej za rzetelne przygotowanie młodocianego pracownika.

„ Podejmując współpracę ze szkołami i inwestując środki finansowe nie osiągamy natychmiastowego i bezpośredniego zysku. Doskonale jednak wiemy, jak ważne jest profesjonalne przygotowanie młodych ludzi, którzy dzięki gruntownej edukacji mogą w przyszłości stać się świetnymi fachowcami.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Wszyscy respondenci byli jednak zgodni, że w szkolnictwie zawodowym tylko ścisła i długofalowa współpraca pomiędzy edukacją a biznesem jest podstawą oraz gwarantem odpowiedniej jakości kształcenia, a co za tym idzie, rozwoju gospodarki oraz odpowiedniego wsparcia młodych osób wchodzących na rynek pracy.

Rekomendacje  
dotyczące  
poprawienia  
jakości współpracy

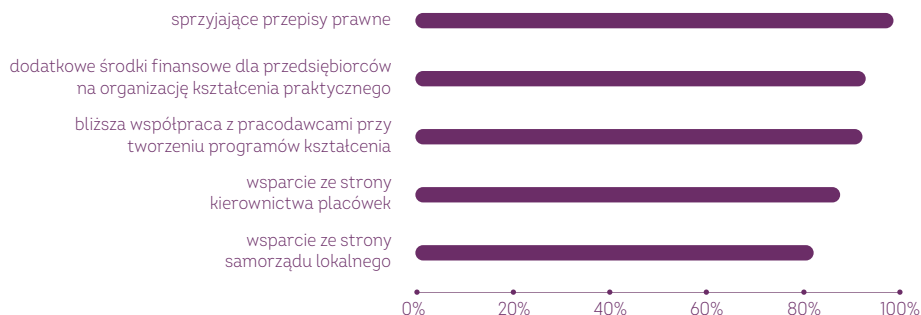


Według uczestników badania współpracę przedsiębiorstw z instytucjami edukacyjnymi poprawiłoby wprowadzenie zmian systemowych – przede wszystkim odpowiednich uregulowań prawnych (94%) oraz dodatkowego wsparcia finansowego dla przedsiębiorców, które mogliby przeznaczyć na prowadzenie kształcenia praktycznego (93%).



#### Wykres 34.

Czynniki ułatwiające współpracę przedsiębiorstw z placówkami edukacji zawodowej (pytanie wielokrotnego wyboru, n=201)



Przedstawiciele firm wskazywali również na konieczność zacieśnienia współpracy ze szkołami, szczególnie w zakresie kształcenia praktycznego. 92% uczestników badania stwierdziło, że współdziałanie biznesu z sektorem edukacji zdecydowanie ułatwiłaby intensyfikacja wspólnych działań na rzecz opracowywania programów kształcenia. 89% uznało, że konieczne byłoby większe zaangażowanie kierownictwa szkół, a 82% oczekuje również wsparcia ze strony instytucji samorządowych.

Badanie jakościowe potwierdziło, że przedsiębiorcy pozytywnie oceniają współpracę z placówkami edukacyjnymi oraz widzą potrzebę jej dalszego pogłębienia. Respondenci podkreślali również, że zależy im na zmianie społecznego postrzegania kształcenia zawodowego, a sposobem na nowocześnieńie tego obszaru edukacji mogą być praktyki w przedsiębiorstwach.



*Wrażenia [ze współpracy] są oczywiście bardzo pozytywne i budujące, ponieważ mamy czynny udział w przygotowywaniu kolejnych pokoleń młodych ludzi do wejścia na rynek pracy. Możemy analizować braki w przygotowaniu absolwentów, omawiać aktualne potrzeby rynku, podpowiadać i proponować różne działania nauczycielom, które pomogą jeszcze lepiej przygotować uczniów do roli pracownika.*

[firma z branży budowlanej]

**Wykres 35.**

Postulowane przez przedsiębiorców rozwiązania systemowe na rzecz rozwoju edukacji zawodowej (pytanie wielokrotnego wyboru, n=201)




Jak wskazują informacje zebrane podczas wywiadów, współpraca powinna polegać na partnerstwie. Warto, żeby teoria przekazywana w szkole była kompatybilna z nauką praktyczną, realizowaną u pracodawcy. Wszyscy badani pracodawcy podkreślali, że ogromne znaczenie ma również stały przekaz informacji, spotkania i dobry kontakt pomiędzy obiema stronami współpracy. Traktowanie przedsiębiorców jako partnerów sprzyja dobrej komunikacji oraz podtrzymaniu ich chęci do dalszych wspólnych działań. Niektórzy respondenci przyznawali jednak, że byli postrzegani przez szkołę bardziej jako sponsorzy niż partnerzy, co może negatywnie wpływać na postrzeganie całego obszaru edukacji przez sektor biznesu.





*Wspólne działania edukacji i biznesu w dużym stopniu przekładają się na to, jak uczniowie postrzegają szkołę oraz współpracujące z nią przedsiębiorstwo.*  
[firma z branży budowlanej]






*Kierujemy uczniów do tych działów w naszej firmie, które w jakimś stopniu mają związek z tym, czego uczą się w szkole. Chcę, żeby w ten sposób mieli szansę poznać przedsiębiorstwo i zaznajomić się z zagadnieniami, które ich interesują.*  
 [firma z branży budowlanej]

Respondenci wyrażali swoje zdanie w sprawie wprowadzenia odgórnego modelu współpracy firm ze szkołami oraz o możliwych korzyściach i wyzwaniach z tym związanych. Niektórzy przedsiębiorcy mieli kłopot z formalną organizacją praktyk, sporządzaniem dokumentacji czy z komunikacją ze szkołami, część badanych firm dostrzega zatem potrzebę standaryzacji modeli współpracy (uwzględniającą np. pomoc w zakresie opracowywania wspólnej dokumentacji) – z powodu braku wsparcia w tym zakresie wiele szkół i spora grupa pracodawców rezygnuje z podejmowania wspólnych inicjatyw.


*Wyzwaniem nazwałbym w ogóle chęć podjęcia współpracy ze szkołami. Firma, która się na to decyduje, nie otrzymuje wystarczającego wsparcia systemowego. Przedsiębiorstwo inwestuje swoje środki finansowe i nie uzyskuje żadnych rekompensat. Być może wprowadzenie narzędzi wspierających (np. w postaci ulg podatkowych czy dofinansowania) byłoby motorem napędzającym współpracę biznesu z edukacją.*  
 [firma z branży produkcyjnej]


*Ujednolicenie zasad ułatwiłoby podjęcie decyzji o współpracy. Mogłoby to być rozwiązanie korzystne dla obu stron. Uważam, że dzisiaj wiele firm nie współpracuje ze szkołami z obawy, że nie podoła niejasnym wymaganiom, niezrozumiałym zasadom czy skomplikowanym przepisom.*  
 [firma z branży produkcyjnej]


*Byłoby dobrze, gdyby funkcjonowały instytucje, które dostarczałyby gotowe modele współpracy – sami chętnie skorzystalibyśmy z pomocy w kwestii komunikacji. Dzięki wiedzy na temat najbardziej efektywnych form kontaktu łatwiej moglibyśmy zorganizować proces kształcenia.*  
 [firma z branży budowlanej]


*[Przydałby się] model oparty na jasnych, przejrzystych zasadach, określających prawa obu stron w zakresie możliwości skorzystania z należnych ulg, dofinansowań i innych narzędzi wsparcia.*  
 [firma z branży budowlanej]

Widzę minusy standaryzacji współpracy. Dokumenty musiałyby uwzględniać różnice występujące w potrzebach i możliwościach poszczególnych branż, co może być dużym utrudnieniem w opracowaniu jednolitych zasad. Narzucenie odgórnych reguł może w wielu przypadkach przynieść odwrotny skutek do zamierzonego – zamiast wspierać, utrudni nawiązanie współpracy.

[firma z branży produkcyjnej]

Warto również dodać, że wiele badanych firm samodzielnie opracowało ramy współpracy ze szkołami. Ich przedstawiciele podkreślali, że wspólne ustalanie zasad kooperacji pozwala uwzględnić indywidualne potrzeby i specyfikę danej placówki edukacyjnej bądź wymagania firmy.

Wypracowanie własnych zasad współpracy między firmą a szkołą gwarantuje, że zasady, obszary i formy wspólnych działań będą dopasowane do potrzeb obu stron.

[firma z branży produkcyjnej]

Moim zdaniem trzeba zachować indywidualne podejście. Duże przedsiębiorstwa mają swoją specyfikę, a rozpoczęcie współpracy wymaga sporego zaangażowania, nakładu pracy i czasu.

[firma z branży budowlanej]

Jak wynika z wywiadów, narzucenie odgórnych zasad może prowadzić do paraliżu i ograniczenia współpracy, natomiast pozostawienie dużej dowolności wymaga dojrzałości zarówno od szkół, jak i od firm.

Przy tym systemie trzeba jednak bardzo liczyć na uczciwość i otwartość, zarówno firm, jak i szkół, ponieważ istnieje duże ryzyko „zawłaszczania” szkół przez firmy czy firm przez szkoły. Może to prowadzić do wprowadzenia swego rodzaju monopolu na pewne działania, skutkującego blokowaniem dostępu do szkół innym przedsiębiorstwom, np. konkurencyjnym wobec tego, które pierwsze nawiązało współpracę. W skrajnym przypadku absolwenci danej szkoły kończą edukację z przekonaniem, że na rynku jest tylko jeden klej do płytek, jeden rodzaj okien czy jedyny słuszny materiał na konstrukcję budynku.

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Określone powinny być tylko ogólne ramy współpracy, bo sztywno zdefiniowana jest podstawa programowa. To, jaki model współdziałania przyjmujemy, powinno zależeć od nas.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Spora część uczestników badania deklarowała, że powinny powstać organizacje pomagające w tworzeniu modeli współpracy. Obecnie w dużej mierze to dyrektorzy szkół przejmują inicjatywę w nawiązywaniu współpracy ze środowiskami biznesowymi.

☺☺ *Widzę coraz większą potrzebę powstania takiej instytucji, bo dialog między biznesem a szkołą jest bardzo istotny. Niestety, polski system edukacyjny uniemożliwia nam wiele działań.*

[firma z branży produkcyjnej]

☺☺ *Przydałby się łącznik, który ułatwiłby kooperację sektora biznesu i edukacji, ponieważ tego rodzaju współpraca jest niezwykle istotna.*

[firma z branży usługowej IT]

☺☺ *Ciekawym przykładem jest Tarnowo Podgórne, które wybudowało szkołę techniczną. Dyrekcja placówki sama zainicjowała kontakt z przedsiębiorcami, zwracała się bezpośrednio do firm (z którymi obecnie realizowana jest współpraca). Kadra kierownicza składa się z osób, które wcześniej działały w biznesie i które wzięły sprawy w swoje ręce.*

[firma usługowa z branży IT]

We współpracy mogłyby pomagać m.in. samorządy – jednostki, które powinny przede wszystkim zadbać o to, żeby lokalne szkoły były odpowiednio wyposażone i przygotowane pod kątem potrzeb zakładów pracy działających się na danym terenie.

☺☺ *Wspierać [szkoły] warto przede wszystkim dlatego, że to nasz wspólny interes – lepsza edukacja gwarantuje rozwój gospodarki. W zasadzie [we współpracy] powinni być zaangażowani wszyscy: ministerstwa, urzędy pracy, uczelnie, samorządy terytorialne, izby branżowe, związki pracodawców.*

[firma z branży budowlanej]

Uczestników wywiadów zapytano również o to, jakie formy wsparcia podczas nawiązywania współpracy uznają za najbardziej efektywne. Najczęściej wskazywali oni spotkania networkingowe – udział w regionalnych bądź ogólnopolskich debatach i konferencjach (stacjonarnych, online) z przedstawicielami przedsiębiorców, szkół oraz administracji publicznej. Tego rodzaju spotkania umożliwiają definiowanie wzajemnych potrzeb partnerów, określanie wspólnych obszarów współpracy oraz wypracowywanie metod i form kooperacji.

Istotnym narzędziem wspierającym współpracę są inicjatywy realizowane w ramach stowarzyszeń, związków czy organizacji (takich, jak: Związek Polskie Okna i Drzwi, Polska Izba Budownictwa, Polska Izba Rzemieślnicza). Wspólne działania edukacji i biznesu przynoszą lepsze efekty, firmy i szkoły zrzeszone i działające w szerszym gronie mają większą siłę przebicia, ale przede wszystkim uwzględniane są interesy i potrzeby większej liczby szkół oraz firm, a nie pojedynczych podmiotów.

Wśród postulowanych form wsparcia współpracy pomiędzy sektorami edukacji i biznesu wskazano m.in. tworzenie platform komunikacji dla szkół i firm. Respondenci wspominali, że obecnie brakuje przestrzeni umożliwiającej dzielenie się doświadczeniami ze współpracy.

*Chciałabym, żeby istniała platforma komunikacji, na której moglibyśmy sprawdzić, jakie są potrzeby konkretnych szkół, na jakich kierunkach kształcą uczniów, jakie mają programy, jakich profili możemy oczekiwać. Z kolei szkoły mogłyby uzyskać informacje na temat tego, jakie przedsiębiorstwa funkcjonują na ich terenie, czym się zajmują, co produkują oraz jakich poszukują ekspertów. Dzięki takiemu rozwiązaniu obie strony mogłyby się łatwiej dopasować.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Jak podkreślają pracodawcy, wzorzec (model) współpracy z sektorem edukacji jest często za pożyczany z systemów państw, w których standardem jest wpisanie praktycznej nauki zawodu w system szkolnictwa zawodowego. W takich wypadkach wskazane jest, by osoba wdrażająca miała doświadczenie we współpracy z firmami z danego kraju. Przykładem mogą być podmioty wykorzystujące niemiecki model kształcenia dualnego, zakładający ścisłą kooperację między przedsiębiorstwem a szkołą.

*W dużym stopniu skorzystaliśmy z doświadczenia kolegów z Niemiec, czyli z kraju, w którym tradycja kształcenia zawodowego we współpracy z przedsiębiorstwami sięga lat powojennych.*

[firma z branży motoryzacyjnej]

Od początku kariery zawodowej jestem związany z firmami niemieckimi, zatem oczywiste dla mnie jest, że grupa praktykantów jest cały czas u nas obecna i mamy realny wpływ na ich edukację.

[firma z branży budowlanej]

Jedna z firm uczestniczących w badaniu współpracę z sektorem edukacji prowadzi na podstawie modelu stosowanego w centrali w Niemczech. Przetłumaczyła na język polski podstawę programową z tego kraju, co ułatwiło przedstawienie szkółom oczekiwaniom wobec absolwentów. Wprawdzie polska podstawa różni się od niemieckiej, jednak firma wykorzystuje możliwość wprowadzania modyfikacji do programu nauczania zawodu, by dopasować go do swoich potrzeb. Pracownicy firmy (instruktorzy zawodu) mają stały kontakt z nauczycielami w szkole, a uczniowie po zakończeniu edukacji zdają dodatkowy egzamin, zgodny z niemieckim standardem kształcenia. Takie podejście wynika z międzynarodowego zasięgu firmy i zatrudniania pracowników z różnych krajów.

Może zdarzyć się, że w Hanowerze będą potrzebować dwustu mechatroników. Wiedząc, że mamy taką klasę, szukamy w systemie absolwentów i wysyłamy ich do Niemiec.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Podobnie przebiega proces organizacji kształcenia w firmach z kapitałem austriackim i szwajcarskim, które czerpią ze wzorców dualnego modelu kształcenia zawodowego w tych krajach.

Korzystamy z austriackiego modelu edukacyjnego. W jego ramach uczniowie zdobywają wiedzę, a jednocześnie pracują. Jest to bardzo popularna ścieżka rozwoju, realizowana częściej niż system: matura – uniwersytet.

[firma z branży budowlanej]

Czerpaliśmy sporo z doświadczeń naszej centrali w Austrii, szczególnie w zakresie procesu rekrutacyjnego i określenia potrzeb naszej firmy.

[firma z branży budowlanej]

Szwajcaria ma bardzo rozbudowany model dualnego kształcenia. Ściśle współpracujemy z Polsko-Szwajcarską Izbą Gospodarczą, dzięki czemu poznaliśmy ten system i zajęliśmy się przenoszeniem tamtejszych standardów na grunt polski.

[firma z branży motoryzacyjnej]

Nieco inna jest sytuacja w przedsiębiorstwach z kapitałem zagranicznym, posiadających centrale w krajach, w których nie funkcjonują dualne formy kształcenia zawodowego (np. w badanej firmie usługowej z branży IT z centralą w Stanach Zjednoczonych). W takich wypadkach, chociaż możliwe jest czerpanie z zagranicznych standardów jakościowych, o wiele trudniej jest wykorzystać rozwiązania dotyczące przyjmowania młodych osób na staże i praktyki.

*Wyszliśmy z założenia, że nie da się u nas bezpośrednio zastosować systemu nauki czy doświadczeń z centrali amerykańskiej. Tym, co możemy w jakimś stopniu przeszczepić na nasz grunt, jest tamtejsza kultura organizacyjna – bardzo otwarta i nastawiona na rozwój. Koncentrujemy się na ludziach i staramy się zawsze organizować praktyki w taki sposób, by uczniowie czuli, że to oni są w centrum naszej pracy. Musimy jednak dostosować się do polskich realiów i wytycznych ministerstwa.*

[firma z branży usługowej IT]

Jeszcze inaczej wygląda sytuacja w firmach z kapitałem rodzimym, które nie mają możliwości wykorzystywania gotowych procesów i modeli kształcenia praktycznego. Zdarzają się przypadki, gdy tego rodzaju wzorce zamiast od firmy-matki są zapożyczane od międzynarodowej firmy działającej w Polsce. Tak zrobiło jedno z badanych przedsiębiorstw produkujących artykuły budowlane. Jego przedstawiciele spotkali się w sprawie kształcenia zawodowego z pracownikami innej dużej firmy produkcyjnej, a następnie dołączyli do prowadzonych przez nią działań edukacyjnych.

*Proces [kształcenia zawodowego] opracowujemy samodzielnie, uwzględniając wymagania i oczekiwania danej szkoły.*

[firma z branży budowlanej]

*Współpracę prowadzimy na podstawie wypracowanych przez nas zasad. Dużo uwagi poświęcamy temu, aby nauczyciele i uczniowie otrzymywali rzetelną oraz obiektywną wiedzę dotyczącą naszego obszaru działania.*

[firma z branży budowlanej]

Jak wynika z wypowiedzi przedstawicieli przedsiębiorstw, szanse na rozwój i kontynuowanie współpracy z placówkami edukacyjnymi w przyszłości są bardzo duże. Wielu z nich wspominało o możliwości rozwoju szkół branżowych, w wyniku pozytywnej zmiany ich wizerunku w społeczeństwie. Wszyscy rozmówcy podtrzymywali chęć współdziałania, a część respondentów postulowała szersze wykorzystanie sprawdzonych, dobrze funkcjonujących modeli zagranicznych. Uczestnicy badania podkreślali również konieczność wsparcia takiej współpracy, aby mogła ona nie tylko się rozwijać, ale

w ogóle prawidłowo funkcjonować. Z drugiej strony, respondenci twierdzili, że poprawienie wizerunku szkół zawodowych, a tym samym zmiana ich negatywnego obrazu w społeczeństwie, wymaga jeszcze ogromnej pracy. W tym kontekście zwracali również uwagę na rolę odpowiednio wykształconych i doświadczonych nauczycieli.

*Uważam, że kształcenie zawodowe ma szansę się odrodzić. Wiele osób wybrało się na studia, a brakuje kadry technicznej, fachowców. Specjaliści są pożądani na rynku pracy, a to jest duża szansa dla szkół branżowych.*  
[firma z branży produkcyjnej]

*Przede wszystkim myślę, że za mocno w świadomości rodziców utrwaliło się przekonanie, że szkoła branżowa jest czymś złym. Nie oszukujmy się, takie placówki są potrzebne, bo wykształceni specjaliści są poszukiwani na rynku.*  
[firma z branży produkcyjnej]

*Kadra kształcąca w technikach czy szkołach zawodowych powinna mieć dostęp do nowości na rynku. Mam wrażenie, że nauczyciele mają mniejszą wiedzę o zapotrzebowaniu rynku niż kadra uniwersytecka. Chciałbym, żeby mieli szansę się rozwinąć, doksztacić - to są zaangażowani ludzie, brakuje im tylko kontaktu z zawodem i nowoczesnymi rozwiązaniami.*  
[firma z branży budowlanej]

# Podsumowanie





Celem przeprowadzonych badań było określenie, czy i w jaki sposób polskie firmy współpracują z sektorem edukacji. Badanie CATI dotyczyło przede wszystkim określenia poziomu i charakteru tej współpracy, z kolei badanie jakościowe pozwoliło dodatkowo na opisanie praktyk wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa aktywnie współpracujące z placówkami kształcenia zawodowego. Z przeprowadzonych analiz wynika, że przedstawiciele polskich firm przeważnie dostrzegają korzyści, jakie można uzyskać dzięki współpracy z placówkami edukacyjnymi.

Chociaż badanie ilościowe pokazało, że w większości przedsiębiorstw współdziałanie z sektorem edukacji nie jest istotnym elementem działalności, a firmy aktywnie realizujące wielowektorową współpracę z większą liczbą instytucji partnerskich są w zdecydowanej mniejszości, to należy podkreślić, że przeważająca część respondentów jest zadowolona z rezultatów inicjatyw realizowanych z podmiotami edukacyjnymi. Na polskim rynku pracy działają firmy, które z powodzeniem współdziałają z sektorem oświaty, jednak w skali kraju jest ich nadal zbyt mało.

Jeżeli firmy kooperują z sektorem edukacji, to najczęściej ich partnerami są szkoły realizujące różne formy kształcenia zawodowego, a współpraca dotyczy głównie staży i praktyk. Należy dodać, że spory odsetek firm biorących udział w badaniu CATI realizuje staże bez udziału szkół (kandydaci są rekrutowani bezpośrednio i najczęściej zgłaszają się do firm w odpowiedzi na publikowane ogłoszenia).

Najważniejszym celem staży i praktyk jest najczęściej wyszkolenie potencjalnych pracowników. Aż trzy czwarte badanych firm potwierdziło, że stażyści i praktykanci znajdują w nich zatrudnienie po zakończeniu okresu nauki. Praktyki zawodowe i szkolenia umożliwiają sprawdzenie potencjalnego pracownika, a także zapoznanie go ze sposobem funkcjonowania firmy, co pozwala skrócić okres aklimatyzacji po zatrudnieniu go na stałe w przedsiębiorstwie.

Wyniki badania CATI pokazały, że ponad połowa przedsiębiorstw dąży do dostosowania praktycznego nauczania w szkole do własnych wymogów, a część z nich prowadzi konsultacje w zakresie programów nauki konkretnego zawodu i udostępnia swoją infrastrukturę na cele szkoleniowe. Przedsiębiorcy, którzy wzięli udział w wywiadach, potwierdzili również, że partycypują w kształceniu poprzez organizowanie zajęć w szkołach (pokazy, warsztaty, prelekcje). Prowadzone są one przez pracowników posiadających odpowiednią wiedzę teoretyczną i praktyczną z wykorzystaniem firmowego sprzętu (produkty, urządzenia). Większość przedsiębiorców finansuje współpracę ze szkołami z własnych środków. Niektórzy dzielą koszty między kilka firm (np. organizując wspólne klasy patronackie w jednej szkole), inni rozkładają wydatki między firmę, szkołę a jednostki samorządowe (wiele instytucji edukacyjnych korzysta również ze środków unijnych).

Zdobywanie przez młodych ludzi umiejętności w ramach praktycznej nauki zawodu u pracodawcy zwiększa możliwość uzyskania zatrudnienia i ułatwia przejście z systemu edukacji na rynek pracy. Kluczowe w kształceniu zawodowym są praktyki w rzeczywistym środowisku pracy. Przedsiębiorstwa oferują stabilne miejsce nauki zawodu, możliwość pracy na nowoczesnym sprzęcie oraz rozwój kwalifikacji praktycznych i miękkich (praca w grupie, rozwiązywanie problemów, komunikacja, prowadzenie negocjacji czy zarządzanie projektem). Pracodawcy, współtworzący system dualny, mają możliwość określania swoich potrzeb i informowania, w których obszarach brakuje pracowników z konkretnymi kwalifikacjami czy umiejętnościami miękkimi. Kształcenie dualne wymaga jednak od firmy poniesienia pewnych kosztów inwestycyjnych, np. przygotowania oddzielnych stanowisk dla uczniów. Przedsiębiorcy często postrzegają współpracę z sektorem edukacji w kategoriach bilansu zysków i strat. Wydaje się, że do poprawy jakości współpracy niezbędna jest intensyfikacja dialogu społecznego wszystkich zainteresowanych stron. Konieczna jest również modyfikacja systemu kształcenia zawodowego, w związku z zachodzącymi zmianami gospodarczymi oraz zmianami na rynku pracy.

Z badania ilościowego wynika, że dla przedsiębiorców największe znaczenie mają kompetencje komunikacyjne młodych pracowników, ich umiejętność współpracy w zespole oraz gotowość do uczenia się. Pracodawcy cenią także umiejętność sprawnego posługiwania się językiem polskim (dużo bardziej niż obcym). Dla pracodawców, którzy w momencie badania współpracowali z placówkami edukacyjnymi, znaczenie miały umiejętności matematyczne, informatyczne i interpersonalne młodych ludzi, umiejętności posługiwania się specjalistycznym sprzętem oraz narzędziami, a także zaliczony egzamin zawodowy. Przedsiębiorcy zwracali również uwagę na umiejętność pracy w międzynarodowym środowisku i znajomość terminologii zawodowej w języku obcym. Zdecydowanie rzadziej uczestnicy wymagali od kandydatów do pracy posiadania wyższego wykształcenia.

Zdaniem pracodawców nawiązywanie współpracy oraz prowadzenie wspólnych działań z placówkami edukacyjnymi utrudniały przede wszystkim kwestie natury formalnej, w tym bariery prawne i przeszkody finansowe. Duża część respondentów przyznała również, że problemy wynikały stąd, że szkoły miały zbyt wysokie (i nie zawsze możliwe do spełnienia) wymagania wobec firm. Zwracali również uwagę na niski poziom kształcenia oraz ogólny stan szkolnictwa zawodowego, które po latach zaniedbań znalazło się w kryzysie. Szkoły branżowe nie zawsze potrafiły sprostać realiom współczesnego rynku pracy i oczekiwaniom przedsiębiorców. Uczestnicy wywiadów upatrywali źródeł problemów we współpracy głównie po stronie sektora edukacji, zarówno na poziomie systemowym, jak i instytucjonalnym. Wskazywali na nieadekwatność podstawy programowej wobec oczekiwań pracodawców, biurokrację i skomplikowane procedury konieczne do rozpoczęcia wspólnych działań, brak zachęt finansowych dla przedsiębiorców czy wreszcie niewielkie zainteresowanie współpracą ze strony sektora edukacji.

Uczestnicy badania twierdzą, że należałoby wprowadzić standaryzowany, formalny system monitorowania oraz ewaluowania wspólnych inicjatyw, aby uniknąć nadużyć w ramach współpracy partnerskiej szkół i przedsiębiorstw. Kontrola jakości może obejmować ustalenia umowne dotyczące praw i obowiązków uczniów, młodocianych pracowników oraz pracodawcy, a także inspekcje, oceny i samooceny umiejętności nabytych podczas kształcenia praktycznego u pracodawcy. W badanej grupie respondentów dominowało przekonanie, że uproszczenie zasad będzie miało pozytywny wpływ na zwiększenie liczby przedsiębiorstw chętnych do współpracy z instytucjami edukacyjnymi, a w konsekwencji umożliwi lepsze dopasowanie kwalifikacji młodych pracowników do oczekiwań rynku pracy w danej branży. Badania pokazały również, że przedsiębiorcy oczekują rozwiązań systemowych, które gwarantowałyby transparentność działań oraz ułatwiłyby im kontakt z jednostkami edukacyjnymi, umożliwiając dotarcie do większej liczby młodych ludzi i ich rodziców.

# Bibliografia



1. Bliem, W., Petanovitsch, A., Schmid, K. (2016). *Dual Vocational Education and Training in Austria, Germany, Liechtenstein and Switzerland. Comparative Expert Study*. Wiedeń: Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft. [bit.ly/3hN7jck](https://bit.ly/3hN7jck) [dostęp: 7.07.2021].
2. Hanushek, E.A., Schwerdt, G., Woessmann, L., Zhang, L. (2017). **General Education, Vocational Education, and Labor-Market Outcomes over the Life-Cycle**. *The Journal of Human Resources*, 52(1): 48–87.
3. Hippach-Schneider, U., Huismann, A. (2019). *Vocational education and training in Europe: Germany. Cedefop ReferNet VET in Europe reports 2018*. [bit.ly/3i9Zjm3](https://bit.ly/3i9Zjm3) [dostęp: 7.07.2021].
4. Jeruszka, U. (red.) (2012). *Unowocześnienie metod i form kształcenia zawodowego w Polsce. Diagnoza i oczekiwane kierunki zmian*. Warszawa: Instytut Pracy i Spraw Socjalnych. [bit.ly/3qXgLy2](https://bit.ly/3qXgLy2) [dostęp: 7.07.2021].
5. Kabaj, M. (2010). *System kształcenia zawodowego i kierunki jego doskonalenia w warunkach integracji i wzrostu konkurencyjności. Diagnoza i elementy programu szerszego wdrożenia dualnego systemu kształcenia w Polsce*. Warszawa: Związek Rzemiosła Polskiego. [bit.ly/2VmEzzv](https://bit.ly/2VmEzzv) [dostęp: 7.07.2021].
6. Mok, K., Tan, J. (2004). *Globalization and marketization in education: a comparative analysis of Hong Kong and Singapore*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
7. Ryan, P. (2001). **The school-to-work transition: A cross-national perspective**. *Journal of Economic Literature*, 39: 34–92.
8. *System szkolnictwa zawodowego* (2016). Warszawa: Najwyższa Izba Kontroli. [bit.ly/2UG6M4c](https://bit.ly/2UG6M4c) [dostęp: 7.07.2021].
9. Tritscher-Archan, S. (2016). *Vocational education and training in Europe - Austria*. Cedefop ReferNet VET in Europe reports.
10. Zimmermann, K.F., Biavaschi, C., Eichhorst, W., Giulletti, C., Kendzia, M.J., Muravyev, A., Pieters, J., Rodríguez-Planas, N., & Schmidl, R. (2013). **Youth unemployment and vocational training**. *Foundations and Trends in Microeconomics*, 9(1–2): 1–157.



W obliczu zmian społeczno-gospodarczych istotnym czynnikiem ułatwiającym wejście na rynek pracy – oprócz wiedzy wyniesionej ze szkoły – są posiadane praktyczne umiejętności zdobyte w ramach staży i praktyk u pracodawców. Niniejszy raport podsumowuje wyniki dwóch badań zrealizowanych na zlecenie Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, dotyczących współpracy polskich przedsiębiorstw z sektorem edukacji, w szczególności z placówkami kształcenia zawodowego. Pierwsze miało charakter ilościowy i dotyczyło określenia poziomu oraz form współpracy polskich firm z instytucjami edukacyjnymi. Drugie badanie było jakościową analizą wspólnych działań pracodawców ze szkołami branżowymi i technicznymi. Zebrane w raporcie rekomendacje oraz przykłady dobrych praktyk mogą być inspiracją do podjęcia współpracy, a przede wszystkim pokazują znaczenie praktycznego kształcenia umiejętności młodych osób wchodzących na rynek pracy.

**Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji** działa od 1993 roku. Obecnie pełni funkcję Narodowej Agencji Programu Erasmus+ oraz Europejskiego Korpusu Solidarności na lata 2021–2027. Równolegle realizuje europejskie inicjatywy informacyjno-edukacyjne: eTwinning, Eurodesk Polska, Eurydice, Europass, EVET i EPALE. Wspiera również współpracę z krajami Europy Środkowo-Wschodniej przez Polsko-Litewski Fundusz Wymiany Młodzieży, Polsko-Ukraińską Radę Wymiany Młodzieży oraz Centrum Współpracy SALTO z Krajami Europy Wschodniej i Kaukazu. Od 2014 roku FRSE uczestniczy we wdrażaniu Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER).