

dr Jan Przewoźnik, adiunkt ZPSB

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie

Potrzeby kierownictwa placówek handlowych wobec szkolnictwa zawodowego w Polsce

Streszczenie:

Badania na temat szkolnictwa zawodowego w Polsce (kształcenie pracowników handlu detalicznego) przeprowadzono na terenie całej Polski w okresie IX 2020 – II 2021. Grupa osób badanych składała się głównie z kierowniczek i kierowników placówek handlu detalicznego, ale także osób zarządzających w firmach handlowych. W badaniach wzięło udział 45 kobiet i 15 mężczyzn. Wyniki badań zebrano za pomocą techniki wywiadu telefonicznego, w której wykorzystano narzędzie w postaci kwestionariusza wywiadu. Przeprowadzono też analizę danych zastanych.

Tylko 12% osób badanych (N=60) posiada wszystkich lub prawie wszystkich pracowników z wykształceniem handlowym. Jako najważniejsze w aktualnych programach nauczania badani postrzegają BHP, sprzedaż towarów, podstawy handlu, organizowanie sprzedaży. Osoby badane proponują w nauczaniu położyć szczególny nacisk na następujące zagadnienia: obsługa klienta (59 wskazań), badanie potrzeb klientów (58), przyjmowanie reklamacji i reagowanie na zastrzeżenia (58), merchandising (56), psychologia sprzedaży (56 wskazań), prezentacja produktów (54 wskazania), sprzedaż produktów przez Internet (53 wskazania). Ich zdaniem praktyki powinny być powiązane z programem nauczania (31 wskazań), należy zwiększyć liczbę godzin praktyk zawodowych (23 wskazania), ważna jest współpraca szkoły, instruktorów i pracowników sklepów (17 wskazań); 31% osób badanych uważa, że ta współpraca jest niewystarczająca. Osoby badane zalecają zwiększenie kontaktów szkół handlowych z pracodawcami organizującymi praktyki dla uczniów (20 wskazań).

Słowa kluczowe:

szkolnictwo zawodowe, branża handlowa

Wprowadzenie

W artykule postawiono ważne we współczesnym biznesie pytania o aktualną ofertę edukacyjną szkół dla obecnych i przyszłych pracowników branży handlowej. Programy szkoleniowe, metodyka nauczania, praktyczna nauka zawodu mają ukształtować pracowników w pełni przygotowanych do czekających ich zadań w handlu. Właściwie przeprowadzona nauka koreluje ze skutecznością firm na rynku (Becker, Huselid, Ulrich, 2002¹, Kirkpatrick, 2001², Kossowska, Sołtysińska, 2002³, Philips., Stone, Philips, 2003⁴, Philips, Philips, Stone, Burkett, 2009⁵). Celem badań, opracowanych w artykule, było zebranie propozycji zmian w programach nauczania pracowników branży handlowej zgłoszonych przez pracodawców. W kontekście dalszego rozwoju firm ważne będą propozycje zmian oferty szkół w opinii kadry zarządzającej branży handlowej. W okresie intensywnych zmian szczególnego znaczenia nabiera diagnoza sytuacji „tu i teraz”, dokonana przy współpracy kierownictwa placówek handlowych i szkół kształcących handlowców. Ci pierwsi widzą aktualne zadania biznesowe i cele do osiągnięcia, a ci drudzy mogą dostarczyć wiedzę, umiejętności i doświadczenie edukacyjne. Dopiero taka współpraca dwóch wymienionych grup może sprzyjać zarządzaniu złożonymi sytuacjami biznesowymi w coraz popularniejszym duchu zwinności⁶.

¹B. Becker, M. Huselid, Karta wyników zarządzania zasobami ludzkimi, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002

²D. Kirkpatrick, Ocena efektywności szkoleń, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2001

³M. Kossowska, I. Sołtysińska, Szkolenia pracowników a rozwój organizacji, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002

⁴J. Philips., R. Stone, P. Philips, Ocena efektywności w zarządzaniu zasobami ludzkimi, Human Factor, Kraków 2003

⁵P. Philips, J. Philips, R. Stone, H. Burkett, Zwrot z inwestycji w szkolenia i rozwój pracowników. Praktyczny podręcznik wdrażania modelu ROI, Oficyna a Wolters Kluwer business, Kraków 2009

⁶M. Żurawik, A. van Bennekum, Zwinna transformacja Harvard Business Review Polska, 2019, nr 201, listopad

W projekcie zrealizowanym przez Federację Związków Zawodowych Pracowników Spółdzielczości, Handlu i Usług w Polsce⁷ podjęto się zadania udzielenia odpowiedzi na pytanie o aktualną ofertę edukacyjną szkół w branży handlowej, uwzględniając programy, metodykę, praktyczną naukę zawodu. Na bazie tego projektu powstał niniejszy artykuł. Głównym problemem badawczym w niniejszym opracowaniu było udzielenie odpowiedzi na pytanie: Jaka jest aktualna oferta edukacyjna szkół dla obecnych i przyszłych pracowników branży handlowej w opinii kadry zarządzającej? Głównym celem opracowania było przedstawienie zapotrzebowania na zmiany kierunków tego kształcenia. Podobne badania przeprowadzono w przeszłości⁸. Z badań tych wynika, że poprawy wymaga szczególnie praktyczne przygotowanie do zawodu.

Jedną z podstaw określania obszarów problemowych w niniejszej pracy są badania *Barometr Zawodów*⁹. W ostatnich latach prognozowano, że przybędzie zawodów, w których ofert pracy będzie więcej niż pracowników chętnych do jej podjęcia i spełniających wymagania pracodawców. W tej sytuacji, przy jednoczesnym spadku bezrobocia, istotną rolę instytucji rynku pracy będzie pomoc pracodawcom w zapewnieniu wykwalifikowanych pracowników¹⁰.

W analizie rynku zawodowego w Polsce bardzo pomocna może być też strona mapy karier¹¹, która stanowi bardzo ważne źródło informacji zarówno dla osób uczących się w szkołach handlowych, jak i pracodawców, chcących zatrudnić absolwentów szkół handlowych. Dzięki niej internauta w szybkim czasie może zorientować się, jakimi cechami, wymaganiami i możliwościami charakteryzują się wybrane zawody¹². Według stanu na dzień 16 września 2021 na stronie opisano 646 zawodów.

W tabeli nr 1 przedstawiono zestawienie wszystkich branżowych szkół I oraz II stopnia, techników handlowych i techników księgarstwa. W Polsce istnieje 1612 szkół kształcących osoby dla handlu, a wśród nich 984 branżowych I stopnia, kształcących sprzedawców, 97 branżowych II stopnia i 515 techników handlowych, kształcących techników handlowców, oraz 16 techników księgarstwa.

⁷Badania, do których odnosi się niniejszy artykuł, prowadzone były w ramach projektu „Problemy społeczne pod lupą”, o numerze POWR.02.20.00-00-00011/18, który finansowany był ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój, poddziałanie 2.20 „Wysokiej jakości dialog społeczny w zakresie dostosowania systemów edukacji i szkolenia do potrzeb rynku pracy”. Realizatorami projektu były następujące osoby: Paulina Górczyńska (koordynacja), Dorota Wiktorowska (badaczka – zaprojektowanie badań i ankietowanie), Joanna Górczyńska (badaczka – zaprojektowanie badań i ankietowanie), Jan Przewoźnik (ekspert, kodowanie wyników). Dziękuję kierownictwu Federacji Związków Zawodowych Pracowników Spółdzielczości, Produkcji, Handlu i Usług w Polsce za możliwość udostępnienia wyników badań szerszej społeczności.

⁸Por.: M. Kunasz, Ocena efektywności szkolenia w przedsiębiorstwie w świetle wyników badań. *Studia i Materiały – Wydział Zarządzania UW*, 2006, 1, 29-36. http://sim.wz.uw.edu.pl/sites/default/files/artykuly/sim_2006_1_kunasz.pdf [dostęp z dnia: 01/11/2021], A. Poczowski, Najlepsze praktyki zarządzania zasobami ludzkimi w Polsce. *Studia przypadków, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002*, Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej, Badanie funkcjonowania systemu kształcenia zawodowego w Polsce, Raport z badania wśród dyrektorów szkół kształcących w zawodzie i CKP metodą wywiadów wspomaganym komputerowo (CAWI lub CAPI), Warszawa, luty 2011 r. Pobrane z: <https://wyszukiwarka.efs.men.gov.pl/product/raport-z-badania-wsrod-dyrektorow-szkol-kszaltcaczych-w-zawodzie-i-ckp-metoda-wywiadow-wspomaganych-komputerowo-cawi-lub-capi/attachment/2088> [dostęp z dnia: 01/11/2021], B. Rożnowski, Przejście z systemu edukacji na rynek pracy i jego uwarunkowania. W: B. Rożnowski, M. Łąguna: Człowiek w pracy i w organizacji. Perspektywa psychologiczna, Wydawnictwo KUL, Lublin 2011, s. 243-266, U. Jędraszek, Unowocześnianie metod i form kształcenia zawodowego w Polsce, IPISS, Warszawa 2012, E. Goźlińska, A. Kruszewski, Stan szkolnictwa zawodowego w Polsce. Raport, Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej, Warszawa 2013, J. Nowak, Stan i perspektywy rozwoju szkolnictwa zawodowego w Polsce. *Edukacja-Technika-Informatyka*, nr 4/26/2018, U. Sztanderska, E. Drogosz-Zabłocka, Wykształcenie zawodowe. Perspektywa systemu edukacji i rynku pracy. Wydawnictwo Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa 2019, T. Magnowski, Informator o zawodach szkolnictwa branżowego w Polsce, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa: 2020. Pobrane z: <https://www.ore.edu.pl/2020/12/informator-o-zawodach-szkolnictwa-branzowego/> [dostęp z dnia: 01/11/2021].

⁹<https://barometr Zawodow.pl/> [dostęp z dnia: 01/11/2021].

¹⁰A. Świder, Biernat, Furmanek, Kałwa, Panecka-Niepsuj, Perczyk, Simonides, 2018; por. np.: Główny Urząd Statystyczny. Zapotrzebowanie rynku pracy na zawody z systemu szkolnictwa zawodowego. Warszawa 2018. https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultstronaopisowa/6149/1/1/raport_zapotrzebowanie_na_zawody.pdf [dostęp z dnia: 01/11/2021].

¹¹<https://mapakarier.org/> [dostęp z dnia: 01/11/2021].

¹²<https://mapakarier.org/city/> [dostęp z dnia: 01/11/2021].

Tab. 1. Zestawienie szkół ponadpodstawowych w Polsce kształcących sprzedawców i handlowców w poszczególnych województwach

	Branżowa szkoła I stopnia o profilu handlowym	Branżowa szkoła II stopnia o profilu handlowym	Technika handlowe lub technika posiadające klasy o profilu handlowym	Technika księgarskie lub posiadające klasy o profilu księgarskim	Ogółem
Polska	984	97	515	16	1612
dolnośląskie	75	7	34	2	118
kujawsko-pomorskie	78	8	32	0	118
lubelskie	42	3	31	1	77
lubuskie	34	6	21	1	62
łódzkie	57	5	28	0	90
małopolskie	97	7	43	0	147
mazowieckie	92	7	55	1	155
opolskie	38	6	21	2	67
podkarpackie	33	1	25	0	59
podlaskie	24	0	11	0	35
pomorskie	67	7	30	1	105
śląskie	96	13	59	4	172
świętokrzyskie	41	7	36	2	86
warmińsko-mazurskie	49	3	23	0	75
wielkopolskie	115	14	51	2	182
zachodniopomorskie	46	3	15	0	64

Źródło: opracowanie własne, na podstawie danych uzyskanych z Rejestru Szkół i Placówek Oświatowych Ministerstwa Edukacji i Nauki, www.rspo.mein.gov.pl [dostęp z dnia: 01/11/2021].

Metoda

Zastosowano technikę pogłębionego wywiadu telefonicznego. Narzędziem badania był specjalnie przygotowany kwestionariusz wywiadu, częściowo standaryzowany. Badania zostały zrealizowane w okresie wrzesień 2020 – luty 2021. Realizując badanie pierwotne respondentom zadawano pytania zgodnie z porządkiem ustalonym w kwestionariuszu. Odpowiedzi były zapisywane na nośnikach audio, później transkrybowane, a następnie kodowane przez eksperta. Niestety nie udało się spełnić wszystkich postulatów doboru próby do badań, między innymi z powodu panującej w tym okresie pandemii. Przy zbadanej wielkości populacji dobrano liczebność zbliżoną do wymaganej. Przeprowadzono też analizę da-nych zastanych.

Grupa badawcza składała się głównie z kierowników placówek handlu detalicznego, ale także osób zarządzających placówkami handlowymi. W badaniach wzięło udział 45 kobiet i 15 mężczyzn, w grupach wiekowych: 18-24 lat – 1 osoba, 25-34 lata – 0 osób, 35-44 lata – 12 osób, 45-54 lata – 24 osoby, 55-64 lata – 16 osób, ponad 65 lat – 7 osób (razem N=60). Zatem 67% respondentów mieści się w przedziale wiekowym 45-64 lat. Średni staż pracy ba-da-nych osób wynosi 23 lata. Można przyjąć, że stanowisko kierownicze w placówkach handlowych obejmuje się najczęściej po ukończeniu 34. roku życia. Zastanawiające jest też, jakie mogą być przyczyny braku reprezentantów przedziału 25-34 lata.

Wykształcenie osób badanych przedstawia się następująco w poszczególnych grupach: podstawowe lub gimnazjalne – 0 osób, zawodowe – 6 osób, średnie – 36 osób, wyższe – 18 osób, MBA – 0 osób (N=60). Zatem jeśli chodzi o wykształcenie, to zdecydowanie przeważa średnie i wyższe (90% respondentów). Zatem zgodnie z oczekiwaniami wyższe stanowiska w badanych placówkach korelują z wykształceniem zmierzającym w kierunku od niższego do wyższego, z najliczniejszą grupą z wykształceniem średnim. Osoby badane reprezentowały następujące funkcje w firmie: członek Zarządu – 3 osoby, zastępca kierownika – 3, kierownik – 45 osób, Prezes Zarządu – 9 osób (N=60).

Wielkość przedsiębiorstw, z których pochodziły osoby badane: mikroprzedsiębiorstwo (zatrudniające do 9 pracowników) – 1 osoba, małe przedsiębiorstwo (zatrudniające od 10 do 49 pracowników) – 19 osób, średnie przedsiębiorstwo (zatrudniające od 50 do 249 pracowników) – 29 osób, duże przedsiębiorstwo (zatrudniające więcej niż 250 pracowników) – 11 osób (N=60). Dominowały zatem przedsiębiorstwa małe i średnie (razem 80%).

Przedsiębiorstwa znajdowały się w miejscowościach, pogrupowanych wg przedziałów: wieś – 3 osoby, miasto do 10.000 – 4 osoby, miasto do 50.000 – 23 osoby, miasto do 100.000 – 9 osób, miasto do 500.000 – 9 osób, miasto powyżej 500.000 – 12 osób, N=60). Zatem zdecydowanie najliczniej reprezentowane były miejscowości do 50.000 mieszkańców (38%).

W dalszej części artykułu przedstawione są odpowiedzi respondentów na pytania z kwestionariusza.

Wyniki

Osoby badane pytano, czy wykształcenie handlowe jest atutem dla nowego pracownika? Większość osób badanych (83%) uważa, że wykształcenie handlowe jest atutem – 50 wskazań. Z kolei 9 osób uważa, że nie jest, a 1 osoba udzieliła odpowiedzi „Nie wiem”, N=60. Taki wynik potwierdza zasadność przeprowadzonych w projekcie badań – respondenci uważają, że kształcenie się w szkole handlowej jest ważne dla rozwoju zawodowego pracowników. Umiarkowanie przeważają opinie, że na rynku pracy wykształcenie handlowe jest atutem dla nowego pracownika; szkoły przygotowują uczniów do wykonywania zawodu i wyposażają ich w odpowiednie kompetencje i doświadczenie (62 % wskazań, N=60). Osoby badane pytano też, ile mniej więcej procentowo osób w firmie lub sklepie ma wykształcenie handlowe? Średnio 43% kadry w sklepie posiada wykształcenie handlowe, N=59. Taka proporcja, 43:57, umożliwia przekazywanie wiedzy i umiejętności handlowych.

Zapytano badane osoby, z czego wynika liczebność pracowników z wykształceniem handlowym w przedsiębiorstwie, które reprezentują. Otrzymane wyniki przedstawiono w tabeli nr 2.

Tab. 2. Okoliczności zatrudniania absolwentów szkół handlowych, N=57

Okoliczność	Liczba wskazań
1. Brak szkół w regionie	23
2. Brak osób z fachowym wykształceniem	20
3. Brak ludzi do pracy	16
4. Wykształcenie handlowe ma starsza kadra	11
5. Odeszło się od nauczania zawodowego, a takie szkoły są potrzebne	7
6. Wszyscy (prawie wszyscy) pracownicy mają wykształcenie handlowe	7
7. Dajemy równe szanse osobom po szkole handlowej i bez niej	5
8. Korzystamy z absolwentów szkół handlowych	2
Ogółem	91

Źródło: Badania własne

Tylko 12% osób ma ten komfort posiadania wszystkich lub prawie wszystkich pracowników z wykształceniem handlowym. Tak niski odsetek osób może korespondować ze słabszą jakościowo obsługą klientów, a zatem i mniejszą konkurencyjnością na rynku.

Osoby badane zapytano o występowanie szkół handlowych w regionie funkcjonowania przedsiębiorstwa, które reprezentują. Prawie połowa osób (41%) odpowiedziała twierdząco na pytanie o występowanie szkół handlowych w regionie – 24 wskazania. Natomiast 21 osób odpowiedziało, że w okolicy nie funkcjonują takie szkoły (36%), 14 osób nie wiedziało, czy takie szkoły są w regionie (24%); N=59. Procent odpowiedzi twierdzących koreluje bardzo wysoko z procentem odpowiedzi na pytanie o zatrudnienie osób z wykształceniem handlowym. Respondenci wyrażali swoją opinię na temat optymalnej liczby szkół w regionie. Wyniki pokazały, że 16 respondentów uznało ilość szkół w regionie za wystarczającą – 36%. Z kolei 27 osób stwierdziło, że ilość ta jest niedostateczna (60%), a 2 osoby nie potrafiły udzielić odpowiedzi (4%); N=45. Wynika stąd wniosek, że szkoły przygotowujące do wykonywania zawodu sprzedawcy są potrzebne w większej ilości.

Osobom badanym zadano pytanie o opinię na temat szkół handlowych kształcących pracowników handlu. Ponad jedna trzecia osób badanych, 38% respondentów, pozytywnie ocenia poziom nauczania w szkołach handlowych. Wysocki jest procent osób, którym trudno sobie wyrobić jednoznaczne zdanie na ten temat – 28%. Zatem w oczach kierowników sklepów pojawia się wyraźna potrzeba podniesienia jakości kształcenia w szkołach zawodowych handlu detalicznego.

Respondentom przedstawiono 12 obszarów kompetencyjnych, które są składową podstawą programowej nauczania w szkołach handlowych. Poproszono, aby przypisali do nich wagi, mając do dyspozycji skalę:

- 1 – bardzo mało ważne
- 2 – mało ważne
- 3 – średnio ważne
- 4 – ważne
- 5 – bardzo ważne.

Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli nr 3.

Tab. 3. Ważność poszczególnych obszarów z programu nauczania w opinii badanych osób, N=60

Obszar problemowy	Średnie arytmetyczne z not
1. Bezpieczeństwo i Higiena Pracy	4,70
2. Sprzedaż towarów	4,60
3. Podstawy handlu	4,53
4. Organizowanie sprzedaży	4,48
5. Kompetencje personalne i społeczne	4,17
6. Organizacja pracy małych zespołów	3,72
7. Organizacja gospodarki magazynowej	3,65
8. Język obcy zawodowy	3,63
9. Sporządzanie dokumentacji ekonomiczno-finansowej	3,52
10. Prowadzenie działań posprzedażowych	3,44
11. Planowanie działań sprzedażowych i monitorowanie realizacji budżetu	3,43
12. Zarządzanie działaniami handlowymi	3,40

Źródło: Badania własne

W ocenie ważności elementów nauczania najwyżej postrzegane są obszary: BHP, sprzedaż towarów, podstawy handlu, organizowanie sprzedaży, kompetencje personalne i społeczne. Otrzymały one średnie noty powyższej oceny 4, czyli przez większość respondentów zostały uznane za bardzo ważne i ważne. Noty pozostałych obszarów kompetencyjnych najczęściej zostały uznane za średnio ważne. Średnia arytmetyczna ocen tych obszarów kompetencyjnych mieści się w przedziale między 3 i 4.

Osobom badanym przedstawiono inne obszary kompetencyjne, niewchodzące w skład podstawy programowej szkół handlowych, z zapytaniem o opinie na temat zasadności włączenia ich do programu nauczania. Tematy te zaproponowano po prześledzeniu ofert firm szkoleniowych. Osoby badane poproszono o odpowiedź „Tak” lub „Nie”. Wyniki przedstawiono w tabeli nr 4.

Tab. 4. Tematy, jakie zdaniem osób badanych warto włączyć do programu nauczania w szkołach handlowych, N=59

Proponowany temat programu szkolnego	Liczba wskazań pozytywnych
1. Obsługa klienta	59
2. Badania potrzeb klientów	58
3. Przyjmowanie reklamacji i reagowanie na zastrzeżenia	58
4. Merchandising	56
5. Psychologia sprzedaży	56
6. Prezentacja produktów	54
7. Sprzedaż produktów przez Internet	53

Źródło: opracowanie własne, na podstawie danych uzyskanych z Rejestru Szkół i Placówek Oświatowych Ministerstwa Edukacji i Nauki, www.rspo.mein.gov.pl [dostęp z dnia: 01/11/2021].

Zatem badane osoby potwierdziły w bardzo dużym stopniu zaproponowane im tematy programu nauczania w szkołach handlowych (96% potwierdzeń).

Osoby badane podały propozycje obszarów tematycznych, które warto włączyć do podstawy programowej szkół handlowych. Na zadane pytanie o to, co jeszcze mogłoby uczynić naukę zawodu handlowca bardziej efektywną otrzymano sugestie, które przedstawiło w tabeli nr 5.

Tab. 5. Opinie osób badanych na temat działań, które mogą uczynić naukę zawodu sprzedawcy bardziej efektywną, N=48

Propozycje poprawy nauczania w szkołach handlowych	Liczba wskazań
1. Wdrażanie wszystkich wymienionych tematów, które podała osoba badająca*	23
2. Profesjonalna obsługa klienta	4
3. Trudno powiedzieć	4
4. Psychologiczne przygotowanie do pracy	3
5. Nauka towaroznawstwa	2
6. Sprzedaż aktywna, polecenie innych towarów	2
7. Budowanie relacji z klientami	2
8. Godność sprzedawcy	1
9. Efektywne wykorzystanie czasu pracy	1
10. Współpraca w zespole	1
11. Historia powstawania towarów (np. skąd dany towar pochodzi)	1
12. Radzenie sobie ze stresem w trudnych sytuacjach	1
13. Uznanie praktyk jako równoważnych przedmiotom zawodowym	1
Ogółem	46

Źródło: Badania własne

* *Tematy, które wymieniała osoba badająca: Bezpieczeństwo i Higiena Pracy, podstawy handlu, organizowanie sprzedaży, sprzedaż towarów, język obcy zawodowy, kompetencje personalne i społeczne, planowanie działań sprzedażowych i monitorowanie realizacji budżetu, zarządzanie działaniami handlowymi, organizacja gospodarki magazynowej, prowadzenie działań posprzedażowych, sporządzanie dokumentacji ekonomiczno-finansowej, organizacja pracy małych zespołów.*

Warto zwrócić uwagę na fakt, że badane osoby zaakceptowały przedstawione im wcześniej kierunki usprawnień w edukacji.

Praktyka ma ogromne znaczenie w handlu. To poprzez umiejętne, praktyczne działanie buduje się w uczniach pozytywny obraz siebie, formują się przekonania, że sukces jest możliwy; to poprzez skuteczną praktykę budzi się duch przedsiębiorczości (Łaguna, 2010¹³). Dlatego też poproszono osoby badane o wyrażenie swojej opinii na temat praktyk zawodowych. W pytaniu położono nacisk na czas ich trwania, sposób organizacji, program i nadzoru nad nimi. Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli nr 6.

¹³Łaguna, 2010

Tab. 6. Opinie osób badanych na temat praktyk zawodowych w szkołach handlowych, N=60

Opinie osób badanych na temat praktyk zawodowych	Liczba wskazań
1. Powiązanie programu nauczania w szkołach z praktyką zawodową	31
2. Zwiększenie liczby godzin praktyk zawodowych	23
3. Ważna jest współpraca szkoły (nauczyciele) i pracodawców (instruktorzy i pracownicy sklepów), w procesie przekazywania wiedzy	17
4. Wyznaczenie kierownika sklepu jako gratyfikowanego nadzorca realizacji praktyk	16
5. Nie mamy praktykantów	14
6. Prowadzenie zajęć motywujących do nauki zawodu dla praktykantów	4
7. Ustalenie wynagrodzenia za prace w trakcie praktyk zawodowych	3
8. Ustanowienie zakazu wykorzystywania praktykantów do wykonywania prostych i ciężkich prac niezgodnych z programem nauczania/praktyk	3
9. Wyznaczenie kierownika sklepu i nauczyciela zawodu ze szkoły do przygotowania programu praktyk	2
10. Ustalenie elastycznego harmonogramu realizacji praktyk	1
11. Stworzenie programu wymiany naukowej uczniów szkół handlowych ze szkołami z innych krajów Unii Europejskiej	1
12. Ustalenie zasad komunikacji pomiędzy pracownikami sklepów a praktykantami	1
Ogółem	116

Źródło: Badania własne

Jeśli zsumujemy pierwsze trzy kategorie wypowiedzi dotyczące ważności praktycznych zajęć, to stanowić to będzie 61% wszystkich odpowiedzi. To bardzo wysoki wskaźnik, biorąc pod uwagę szerokie spectrum możliwych odpowiedzi. Osoby badane jednoznacznie wskazują na ogromną wagę zajęć praktycznych. Gdyby jeszcze odjąć wskazania z tych placówek, w których nie ma praktyk, to wskaźnik ważności kształtowałby się na poziomie 70%. Zatem niniejsze badania dobitnie pokazują, że praktykom szkolnym należy poświęcić szczególną uwagę i wdrożyć programy korygujące.

Respondenci wyrazili swoją opinie na temat jakości współpracy placówek handlowych ze szkołami kształcącymi sprzedawców. Zadano pytanie, czy uważają, że współpraca między szkołami handlowymi a pracodawcami (sklepami) jest wystarczająca? Uzyskano następujące odpowiedzi: jedna piąta badanych osób, 21%, udzieliła odpowiedzi twierdzącej – 9 wskazań. Natomiast więcej, bo 13 respondentów twierdziła, że współpraca jest niewystarczająca (31%), 7 osób badanych nie potrafiło udzielić odpowiedzi (17%), a 13 osób odpowiedziało, że pytanie ich nie dotyczy, bo ich placówki nie prowadzą praktycznej nauki zawodu dla uczniów (31%). Wyniki przedstawiono na rysunku nr 1 (N=42).



Rys. 1. Opinie respondentów na temat współpracy między szkołami handlowymi a pracodawcami, N=42

Źródło: opracowanie własne.

To kolejny wynik wskazujący na potrzebę podwyższenia jakości kształcenia w szkolnictwie zawodowym handlu detalicznego.

Poproszono respondentów i o zaproponowanie działań, które ich zdaniem mogłyby poprawić współpracę między szkołami handlowymi a pracodawcami. Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli nr 7.

Tab. 7. Opinie respondentów na temat możliwości poprawy współpracy między szkołami i pracodawcami, N=25

Możliwości poprawy współpracy między szkołami i pracodawcami	Liczba wskazań
1. Zwiększenie kontaktów szkół handlowych z pracodawcami organizującymi praktyki	20
2. Zwiększenie przez szkoły kontroli pracodawców organizujących praktyki	5
3. Wyznaczenie opiekunów praktyk ze strony szkoły	3
4. Dopasowanie programów do aktualnych potrzeb edukacyjnych uczniów i przedsiębiorców	2
5. Dobór odpowiednich instruktorów w szkole	2
6. Przygotowanie przez praktyków zakresu egzaminu zawodowego	1
7. Monitoring miejsc praktyk prowadzony przez nauczycieli	1
8. Dostosowanie miejsc praktyk do potrzeb edukacyjnych uczniów	1
9. Zakaz wykorzystywania praktykantów do wykonywania prostych i ciężkich prac niezgodnych z programem nauczania/praktyk	1
10. Przyznanie wynagrodzenia dla instruktorów praktyk	1
11. Prelekcje na temat zawodu handlowca	1
12. Wyznaczenie mentora dla każdego ucznia przez organizatora praktyk	1
13. Ustanowienie instruktora nauki zawodu łącznikiem między szkołą a organizatorem praktyk	1
Ogółem	40

Źródło: Badania własne

Pierwsze trzy kategorie odpowiedzi dotyczą komunikacji i stanowią 55% wszystkich odpowiedzi. Respondenci sugerują więc, że to komunikacja między szkołą a placówkami handlowymi powinna być priorytetem.

Dyskusja

Badania wykazały, że w opinii osób kierujących placówkami handlowymi wykształcenie *stricte* handlowe jest lub może być atutem. Dobrze zorganizowane szkoły tego typu przygotowują uczniów do wykonywania zawodu i wyposażają ich w odpowiednią wiedzę, umiejętności i doświadczenia. A skoro mniej niż połowa kadry ma takie wykształcenie, to pojawia się możliwość poprawy sytuacji, poprawy funkcjonowania placówek handlowych w przyszłości. Żeby tak się stało, to po pierwsze, szkoły handlowe muszą powstać w tych regionach, w których ich brakuje, po drugie – te już istniejące muszą się zmienić. Respondenci widzą obszary do poprawy. Jednym z najważniejszych jest nawiązanie ściślejszej komunikacji między szkołami handlowymi a placówkami handlowymi. Z ramienia szkół powinni występować bardziej zaangażowani wychowawcy klas, instruktorzy, opiekunowie praktyk, a ze strony placówek handlowych – kierownicy lub delegowani do opieki nad praktykantami pracownicy. Nacisk podczas całej nauki musi być kładziony na praktyczną stronę zajęć. Praktyk powinno być więcej, programy nauczania w szkołach muszą być powiązane z praktyczną nauką zawodu. Aby tak się stało, powinny być wspólnie projektowane przez kierowników sklepów oraz nauczycieli zawodu. Nadzór nad praktykantami powinni mieć kierownicy sklepów; powinni otrzymywać za to gratyfikacje. Praktyki powinny odbywać się elastycznie w różnych dniach i godzinach. Ponieważ ocenianie jakości nauczania przez uczniów może przynieść bardzo pozytywne efekty edukacyjne, należy taki model wypracować, np. Elektroniczny System Oceny Nauczania, w którym uczniowie oceniają instruktorów oraz kierowników¹⁴.

Niezmiernie ważny jest sposób komunikowania się pracowników sklepu z praktykantami – otwarty, życzliwy, kompetentny, wspierający. Praktykanci nie mogą być traktowani jako „tania siła robocza” lub ludzie do „brudnych prac”. „Ciemna Triada” (the Dark Triade) – makiawelizm, narcyzm i psychopatia stanowi wielkie zagrożenie w komunikacji w biznesie, gdzie relacje międzyludzkie są bardzo ważne¹⁵.

Chociaż respondenci mało mówili o innowacyjności, to nie można przekreślać jej roli w rozwoju każdego przedsiębiorstwa. Dlatego we wspólnych pracach na linii szkoły handlowe – placówki handlowe należy intensywnie śledzić „Barometr zawodów”, dosłownie i w przenośni. Dosłownie – czyli śledzić badania na rynku polskim¹⁶; w przenośni – czyli szukać możliwości tworzenia nowych zawodów w przyszłości, których jeszcze nie ma¹⁷.

W wypowiedziach respondentów nie podnoszono wprost potrzeby oceniania szkół handlowych przez uczniów, jak na przykład postulują w cytowanych wcześniej badaniach Prianto i współpracownicy¹⁸. Może warto przygotować odpowiednią metodę do zbierania danych i bardziej promować takie działania w szkołach.

Mocno postulowana przez osoby badane współpraca między szkołą zawodową a placówkami handlowymi odzwierciedla dobre praktyki zaproponowane przez Achieve Global (Cocker i in., 2005¹⁹), na podstawie badań firm skutecznych w sprzedaży – należy w firmach tworzyć zespoły poświęcone rozwiązywaniu konkretnych problemów klientów.

Zakończenie

Wyniki opisane w niniejszym artykule mogą stanowić impuls do nowych działań w polskiej edukacji, na przykład w stylu Fabryki Uczenia – metodologii nauczania opartej na aktywnym uczeniu się²⁰. Taka metodologia może być wdrażana przy współpracy przedstawicieli szkół handlowych i kierowników placówek handlowych, z uwzględnieniem następujących wskaźników rozwojowych uczniów (sprawdzonych w biznesie; w nawiasach angielskie skróty metody):

1. Intensywność udziału uczniów w zajęciach edukacyjnych (PrCt)
2. Uwaga (Attn)
3. Praca zespołowa (TWk)
4. Inicjatywa (Int)
5. Zobowiązanie do wykonywania zadań (Cmtn)
6. Chęć bycia najlepszym (E-Tb)
7. Odpowiedzialność za powierzone zadania (Rnsbt)
8. Duma z pracy (PRoW)
9. Chęć myślenia uporządkowanego podczas wykonywania zadań (HOTs)
10. Komunikacja między członkami pracy zespołowej (Cmnc)²¹.

¹⁴E. Sypryadi, H. Y. Indro, E. Prianto, F. Surwi, Students, Evaluation on Teaching in Vocational and Technical Schools. *Internat. Journal of Instruction*, April 2020, Vol.13, No. 2, 621-636.

¹⁵R. Čopkova, A. Jendrkova, Dark Triad in the context of career choice. *Sociální pedagogika Social Education*, 2020, volume 8, issue 2, November, 44–58, <https://doi.org/10.7441/soced.2020.08.02.03> [dostęp z dnia: 01/11/2021].

¹⁶Antończak-Świder, Biernat, Furmanek, Kał-wa, Panecka-Niepsuj, Perczyk, Simonides, 2019.

¹⁷Konferencja upowszechniająca mikroinnowacje w obszarze edukacji, Szczecin: 2019, <http://www.innowacje.zgd.com.pl/category/aktualnosci/> [dostęp z dnia: 01/11/2021].

¹⁸E. Prianto, Winardi, Umi Nur Quomaryah: The Effect of the Implementation of Teaching Factory and Its Learning Involvement toward Work Readiness of Vocational School Graduates. *International Journal of Instruction*, 2021, Vol. 14, No. 1, s. 283-302.

¹⁹D. Coker, E. del Gaizo, K. Murray, S. Edwards, Organizacje skuteczne w sprzedaży. Jak zdobyć przewagę konkurencyjną, Achieve Global, Warszawa 2003

²⁰E. Prianto, Winardi, Umi Nur Quomaryah: The Effect... op. cit., s. 283-302.

²¹Ibidem.

Bibliografia

- Barometr zawodów 2019. Raport podsumowujący badanie w Polsce, (red.) Antończak-Świder K., Biernat, A., Furmanek, M., Kałwa, O., Panecka-Niepsuj, M., Perczyk, M., Simonides, P., Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie, Kraków 2018. https://barometrzwodow.pl/userfiles/Barometr/2019/raport_ogolnopolski_pl.pdf
- Becker, B., Huselid, M., Ulrich, D., Karta wyników zarządzania zasobami ludzkimi, Oficyna Ekonomiczna, Kraków: 2002
- Coker, D., Del Gaizo, E., Murray, K., Edwards, S.: Organizacje skuteczne w sprzedaży. Jak zdobyć przewagę konkurencyjną, Achieve Global, Warszawa 2003.
- Čopkova, R., Jendrkova, A.: Dark Triad in the context of career choice. Sociální pedagogika | Social Education, 2020, volume 8, issue 2, November <https://doi.org/10.7441/soced.2020.08.02.03>
- Faliński, M., A., Zadanie 3.1: Opis sektora oraz określenie potrzeb badawczych z punktu widzenia zapotrzebowania na kompetencje/kwalifikacje – badanie eksploracyjne, analizy (desk reserch). Raport III. Ocena ilościowej oferty edukacyjnej instytucji występujących w sektorze handlu. PARP, Sektorowa Rada ds. Kompetencji. Handel, Warszawa: 2020. Pobrane z: <http://sektorowarada-handel.kigcp.pl/wp-content/uploads/2021-03-26-ocena-ilosciowej-oferty-edukacyjnej-instytucji-wystepujacych-w-sektorze-handlu.pdf>
- Główny Urząd Statystyczny. Zapotrzebowanie rynku pracy na zawody z systemu szkolnictwa zawodowego. Warszawa: 2018, www.stat.gov.pl.
- Goźlińska E., Kruszewski A., Stan szkolnictwa zawodowego w Polsce. Raport, Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej, Warszawa 2013.
- Kirkpatrick D., Ocena efektywności szkoleń, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2001.
- Konferencja upowszechniająca innowacje, Szczecińskie Centrum Przedsiębiorczości, Szczecin 2019 <http://www.innowacje.zgd.com.pl/category/aktualnosci/>
- Kossowska M., Sołtysińska I., Szkolenia pracowników a rozwój organizacji, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
- Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej. Badanie funkcjonowania systemu kształcenia zawodowego w Polsce. Raport z badania wśród dyrektorów szkół kształcących w zawodzie i CKP metodą wywiadów wspomaganym komputerowo (CAWI lub CAPI), Warszawa, luty 2011, <https://wyszukiwarka.efs.men.gov.pl/product/raport-z-badania-wsrod-dyrektorow-szkol-kszaltaczych-w-zawodzie-i-ckp-metoda-wywiadow-wspomaganych-komputerowo-cawi-lub-capi/attachment/2088>
- Kunasz M., Ocena efektywności szkolenia w przedsiębiorstwie w świetle wyników badań, Studia i Materiały – Wydział Zarządzania UW, 2006, 1, http://sim.wz.uw.edu.pl/sites/default/files/artykuly/sim_2006_1_kunasz.pdf
- Łąguna M., Człowiek w pracy i w organizacji. Perspektywa psychologiczna, Wydawnictwo KUL, Lublin: 2011.
- Magnowski T., Informator o zawodach szkolnictwa branżowego w Polsce, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2020, <https://www.ore.edu.pl/2020/12/informator-o-zawodach-szkolnictwa-branzowego/>

- Nowak J., Stan i perspektywy rozwoju szkolnictwa zawodowego w Polsce, Edukacja-Technika-Informatyka, nr 4/26/2018.
- Philips J., Stone R., Philips P., Ocena efektywności w zarządzaniu zasobami ludzkimi, Human Factor, Kraków 2003.
- Philips P., Philips J., Stone R., Burkett H., Zwrot z inwestycji w szkolenia i rozwój pracowników. Praktyczny podręcznik wdrażania modelu ROI, Oficyna a Wolters Kluwer business, Kraków 2009.
- Poczowski A., Najlepsze praktyki zarządzania zasobami ludzkimi w Polsce. Studia przypadków, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
- Prianto E., Winardi, Umi Nur Quomaryah, The Effect of the Implementation of Teaching Factory and Its Learning Involvement toward Work Readiness of Vocational School Graduates. International Journal of Instruction, January 2021, Vol. 14, No. 1.
- Przewoźnik J., Raport z wyników badań: Badanie 1: Potrzeby szkoleniowe i edukacyjne w opinii pracodawców i pracowników branży handlowej (handlu detalicznego) i możliwość ich realizacji zrealizowanych w ramach projektu, Problemy społeczne pod lupą, FZZPSPHiUwP, Warszawa: 2021.
- Psychologia biznesu, (red.) B. Rożnowski, P. Fortuna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Rackham N., Sprzedaż metodą SPIN, Wydawnictwo Go Press, Warszawa 2011.
- Rożnowski B., Przejście z systemu edukacji na rynek pracy i jego uwarunkowania. w: B. Rożnowski, M. Łąguna, Człowiek w pracy i w organizacji. Perspektywa psychologiczna, Wydawnictwo KUL, Lublin 2011.
- Snyder T., Sprzedaż w trudnych czasach, Harvard Business Review Polska (CD-ROM), Warszawa 2009.
- Sypryadi E., Indro H. Y., Prianto E., Surwi F., Students' Evaluation on Teaching in Vocational and Technical Schools. Internat, Journal of Instruction, April 2020, Vol.13, No. 2.
- Sztanderska, U., Drogosz-Zabłocka E., Wykształcenie zawodowe. Perspektywa systemu edukacji i rynku pracy. Wydawnictwo Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa 2019.
- Unowocześnianie metod i form kształcenia zawodowego w Polsce, (red.) U. Jeruszka, IPISS, Warszawa: 2012.
- Żurawik M., Bennekum van A., Zwinna transformacja Harvard Business Review Polska, nr 201, listopad 2019.

Summary:

Research on vocational education in Poland (education of retail trade employees) was conducted throughout the Polish in the period September 2020 – February 2021. The group of respondents consisted mainly of managers of retail outlets, but also managers in commercial companies; 45 women and 15 men participated in the research. The results of the research were collected using the telephone interview technique, in which a tool in the form of an interview questionnaire was used. An analysis of the existing data was also carried out.

Only 12% of the respondents (N=60) have all or almost all employees with a commercial education. The respondents perceive health and safety, selling goods, basics of trade, and organizing sales as the most important in the current curricula. The respondents propose in teaching to put special emphasis on the following issues: customer service (59 indications), researching the needs of customers (58), responding to complaints and objections (58), merchandising (56), sales psychology (56 indications), product presentation (54 indications), sale of products via the Internet (53 indications). In their opinion, the internships should be related to the curriculum (31 indications), the number of hours of apprenticeships should be increased (23 indications), the cooperation of the school, instructors and shop employees (17 indications) is important; 31% of respondents believe that this cooperation is insufficient. The respondents recommend increasing contacts of trade schools with employers organizing internships for students (20 responses).

Keywords:

vocational education, trade industry