

Wsparcie w relacjach z przedsiębiorstwami

Skrypt opracowany na potrzeby wsparcia eksperckiego realizowanego na etapie wdrożenia programu innowacji pedagogicznej w szkole

w ramach projektu

„Zintegrowany rozwój szkolnictwa zawodowego”



INSTYTUT
BADAWCZO
SZKOLENIOWY



FUNDACJA NA RZECZ ROZWOJU
EDUKACJI DZIECIĘCJ



KRAJOWA AGENCJA INFORMACYJNA "INFO" SP. Z O.O.



Fundusze
Europejskie
Program Regionalny



Rzeczpospolita
Polska



serce Polski

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Budowanie skutecznej współpracy z przedsiębiorstwami

*„Połączenie sił to początek,
pozostanie razem to postęp,
wspólna praca to sukces.”*

- Henry Ford

Szkolnictwo zawodowe powinno opierać się na potencjale regionalnej gospodarki, dlatego też zaangażowanie lokalnych przedsiębiorców w proces kształcenia przyszłych specjalistów jest niezwykle istotne. Możliwość uwzględnienia w procesie nauki zawodu, potrzeb przedsiębiorców, w tym np. konkretnych umiejętności zawodowych, zwiększa szansę absolwentów na znalezienie pracy po zakończeniu kształcenia. Ponadto skuteczna współpraca szkół z przedsiębiorcami z branży może przełożyć się na tworzenie kierunków nauczania, które są istotne dla przedsiębiorców i stwarzają możliwość pozyskania pracowników o kwalifikacjach zawodowych, które wpisują się w bieżące potrzeby przedsiębiorców z konkretnej branży.



Przedsiębiorstwa stanowią najważniejszych partnerów szkół branżowych, a budowanie efektywnej współpracy powinno stanowić priorytet działań kadry kierowniczej.

W celu poprawy jakości kształcenia zawodowego szkoła może wykorzystywać potencjał przedsiębiorców z regionu m.in. do:¹

- wdrażania **doradztwa popytowego**: gdzie doradca zawodowy posiada aktualne i bieżące informacje o zarobkach na danym stanowisku i możliwościach rozwoju. Dodatkowo przedstawia konkretne oczekiwania przedsiębiorstw związane z pracą na danym stanowisku. Doradztwo popytowe polega na przesunięciu punktu ciężkości z doradztwa odnoszącego się do aspiracji młodzieży i badania jej predyspozycji zawodowych na rzecz skoncentrowania się na realnych możliwościach rynku pracy. Nie skupia się wyłącznie na samym uczniu, ale opiera się przede wszystkim na potencjale i potrzebach firm,
- angażowania się w tworzenie **sieci interesariuszy**, gdzie lokalni przedsiębiorcy obok Powiatowych Rad Rynku Pracy, Wojewódzkiej Rady Rynku Pracy, uczelni wyższych, cech rzemieślniczych, izb rzemieślniczych, organizacji pozarządowych zajmujących się sprawami zatrudnienia, będą realnie wpływać na proces kształcenia przyszłych pracowników, przy jednoczesnym osadzeniu w strategicznych rozwiązaniach uwzględnionych w kluczowych dokumentach regionu (np. Strategia Rozwoju Regionalnego, Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza),
- stałego badania i monitorowania **potrzeb przedsiębiorców** z regionu w celu zdiagnozowania **luk kompetencyjnych** uczniów, aby jeszcze na etapie nauki w szkole, móc ich „wyposażyć” w niezbędne kwalifikacje zawodowe zgodne z wymaganiami danej branży.

¹ file:///C:/Users/M0794~1.KOZ/AppData/Local/Temp/1064-927.pdf, s. 82-89, dostęp dn. 17.08.2021r.

Korzyści wynikające ze współpracy między szkolnictwem branżowym a pracodawcami

Współpraca środowiska przedsiębiorców ze szkołami branżowymi najczęściej inicjowana jest przez szkoły i ma charakter typowo pedagogiczny. Najpopularniejszą formą współpracy wydaje się być przyjmowanie uczniów na praktyki zawodowe, a także zajęcia praktyczne. Pracodawcy współpracując ze szkołami zwracają uwagę na możliwość znalezienia potencjalnego pracownika, a także pomoc uczniów/praktykantów w bieżącym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Z kolei szkoły współpracujące z firmami dostrzegają możliwość m.in. zdobywania przez uczniów umiejętności zawodowych na specjalistycznych, nowoczesnych urządzeniach i fachowym sprzęcie.²

Do przykładowych form współpracy przedsiębiorstw ze szkołami należy tworzenie w szkołach m.in. klas patronackich, wyposażenie warsztatów i pracowni, wspólna realizacja kształcenia w postaci praktycznej nauki zawodu, praktyk lub staży. Promowany jest również system kształcenia dualnego którego „*istotą jest połączenie kształcenia praktycznego w przedsiębiorstwie i uczenia się w szkole (...)*”.³ Możliwości współpracy na linii przedsiębiorca – szkoła jest wiele i zależą one od rzeczywistego zaangażowania podmiotów oraz ich otwartości na współpracę.

² https://www.researchgate.net/profile/Neil-Knobloch/publication/309618845_Motivational_factors_related_to_youth_career_development_Czynniki_motywujace_mlodziem_do_rozwoju_sciezki_zawodowej/links/581a2a8508ae30a2c01c9b75/Motivational-factors-related-to-youth-career-development-Czynniki-motywujace-mlodziem-do-rozwoju-sciezki-zawodowej.pdf#page=77, s. dostęp 18.08.2021r.

³ „Współpraca między pracodawcami i edukacją – wskazówki i rekomendacje. Rozwijanie współpracy z edukacją. Przewodnik dla pracodawców”, s. 6.

Prowadzenie zajęć w rzeczywistym środowisku pracy, gdzie uczniowie mogą zdobyć nie tylko umiejętności praktyczne wymagane w danym zawodzie, ale mają również szansę na rozwijanie ogólnych umiejętności kluczowych związanych z poszukiwaniem i utrzymaniem pracy zwiększa ich szanse na płynne przejście od edukacji do zatrudnienia. Dodatkowo wpływa również na wzrost poziomu wynagrodzenia, w porównaniu do osób, które nie posiadają praktycznych kwalifikacji zawodowych. Korzyścią dla uczniów wynikającą ze współpracy szkoły ze środowiskiem przedsiębiorców jest również możliwość uzyskania wiedzy nt. nowoczesnych technologii, a także wysokie prawdopodobieństwo podjęcia pracy zawodowej zgodnie z własnymi preferencjami i predyspozycjami.⁴

Nawiązanie współpracy pracodawców ze szkołami branżowymi umożliwia im zidentyfikowanie najzdolniejszych praktykantów, którzy mogą stać się kandydatami do pracy. Przyjęcie takiej formuły działania skraca czas poszukiwania pracowników, obniża koszty związane z rekrutacją i selekcją pracowników. Ponadto zatrudnienie praktykanta, który już kiedyś miał kontakt z przedsiębiorstwem znacznie skraca okres przyuczenia do wykonywanych zadań na stanowisku pracy. Wiąże się to z wysoką produktywnością pracowników, którzy mieli możliwość odbywania praktycznej nauki zawodu w konkretnym przedsiębiorstwie.⁵

Wśród głównych korzyści wynikających z podejmowania współpracy przez szkoły ze środowiskiem przedsiębiorców branżowych wskazać można podnoszenie kwalifikacji zawodowych wśród nauczycieli zawodu, a także wzrost odsetka absolwentów, którzy w krótkim czasie od ukończenia szkoły podejmują zatrudnienie, wpływając tym samym na proces rekrutacji kolejnych roczników.⁶

⁴ *file:///C:/Users/M0794~1.KOZ/AppData/Local/Temp/Raport%20(Kami%C5%84ski,%20Chomczy%C5%84ski).pdf, s. 206, dostęp dn. 18.08.2021r.*

⁵ *Tamże.*

⁶ *Tamże.*



Budowanie współpracy

Zdaniem specjalistów z obszaru promocji szkolnictwa proces współpracy szkół z przedsiębiorstwami powinien być przemyślany i zaplanowany. Istotne jest określenie profilu branżowego przedsiębiorców z którymi szkoła może wejść we współpracę i zbadanie lokalnego rynku w tym zakresie. Warto rozpocząć kooperację od małych kroków np. zaproszenia przedsiębiorców na targi, czy wydarzenia, których szkoła jest organizatorem. Pozwoli to na swobodne przeprowadzenie rozmowy, poznanie się obu stron, a także wstępne omówienie wzajemnych potrzeb, oczekiwań i możliwości. Wspierające w tych działaniach może być wytypowanie szkolnego ambasadora, który mógłby poprowadzić ten proces. Zdarza się, że rolę taką pełnią np. absolwenci szkół, którzy posiadają doświadczenie w relacjach z jedną i drugą stroną.⁷

⁷ <https://dziennikbaltycki.pl/wspolpraca-szkol-i-biznesu-jak-powinna-wygladac-jakie-sa-z-niej-korzysci-rozmawiamy-z-damianem-orlem-z-psse/ar/c5-15577341>, dostęp dn. 18.08.2021r.

Warto współpracując z przedsiębiorstwami⁸

- **utrzymywać względnie stały kontakt**, w tym z wykorzystaniem m.in. elektronicznych form komunikacji – co ułatwi późniejsze rozwiązywanie sytuacji problematycznych, które mogą się pojawić np. z organizacją praktycznej nauki zawodu,
- **wychodzić z inicjatywą** poprzez m.in. włączanie przedsiębiorstw w stałe życie szkoły, poprzez ich udział np. w targach edukacyjnych, wydarzeniach szkolnych,
- **dbać o formalności**, szczególnie w zakresie organizacji praktyk i dostępności dokumentów – skrupulatne podejście do tematu zrobi dobre wrażenie i ułatwi współpracę,
- **budować zaufanie**, ponieważ relacje oparte na zaufaniu są zazwyczaj długofalowe, usprawniają również realizację kolejnych działań ponieważ opierają się na sprawdzonych, wspólnie wypracowanych strategiach,
- **indywidualnie podchodzić do potrzeb przedsiębiorców, gdzie** unikatowe podejście sprzyja budowaniu relacji, a nie schematycznego kontaktu.

Współpraca szkół z lokalnymi przedsiębiorstwami zależy również od rozwiązań systemowych, które wymagają zaangażowania w ten proces interesariuszy oraz lokalnych władz. Wdrożenie rozwiązań związanych z np. gratyfikacją finansową dla pracodawców współpracujących ze szkołami, czy też gratyfikacje finansowe dla opiekunów praktyk oraz nauczycieli odpowiedzialnych za „obsługę” współpracy mogą stanowić ważny czynnik wpływający na jakość i charakter współpracy na linii szkoła – przedsiębiorstwa. Warto zwrócić uwagę, że zainicjowanie współpracy szkoły z pracodawcami z regionu nie stanowi jedynej wyzwania w tym zakresie. Istotne staje się również późniejsze utrzymanie tych powiązań, a także koordynowanie potrzeb obu podmiotów.⁹

⁸ 10 sposobów na relacje w biznesie - eGospodarka.pl - Porady dla pracodawcy, dostęp dn. 19.08.2021r.

⁹ http://www.dwup.pl/asset/images/files/Badania_analizy_raporty/05_RAPORT_KO%C5%83COWY_v6.pdf, s. 58-59, dostęp dn. 19.08.2022r.

Style zachowania a budowanie relacji z przedsiębiorcami

Budowaniu relacji przedstawicieli szkół z przedsiębiorcami branżowymi, oprócz pogłębionej diagnozy ich potrzeb, zdecydowanie sprzyja skuteczna komunikacja oparta o style zachowania. *„Podjęcie współpracy między szkołami a biznesem zależy w dużej mierze od gotowości obu stron i wykorzystania osobistych relacji nauczycieli i dyrekcji z pracodawcami.”*¹⁰

Model Maxi Disc to analiza stylów zachowania w różnych kontekstach i sytuacjach. Model ten zakłada, że istnieją cztery główne style zachowania, które można odpowiednio zbadać i zmierzyć. Warto podkreślić, że każdy styl ma swoje słabe, mocne strony i nie jest przy tym wartościujący. Każdy człowiek ma dostęp do 2, 3 stylów i używa ich w różnym stopniu. Dzięki elastyczności zachowania może „sięgnąć” po dowolne zasoby danego stylu w zależności od sytuacji. Jednocześnie warto pamiętać, że występuje jeden preferowany styl. Znajomość stylu zachowania znacznie ułatwia sposób komunikacji, a co się z tym wiąże budowanie relacji z przedsiębiorcami. Przeważający styl determinuje zachowanie, wskazując jak zachowujemy się w najbardziej preferowanych przez siebie warunkach. Dzięki dużym zdolnościom adaptacyjnym, możemy również tworzyć styl adaptowany.¹¹

Mając świadomość własnego stylu zachowania i wiedząc jak determinuje on sposób bycia, z jednoczesnym rozpoznawaniem stylów innych ludzi (przedsiębiorców), można znacznie usprawnić komunikację, zwiększyć efektywność współpracy, a także poprawić relacje nie tylko biznesowe.

¹⁰ file:///C:/Users/M0794~1.KOZ/AppData/Local/Temp/Raport%20(Kami%C5%84ski,%20Chomczy%C5%84ski).pdf, s. 214. dostęp dn. 18.08.2021r.

¹¹ <https://maxiedisc.com/model-maxie-disc-co-to-jest/>, dostęp 18.08.2021r.

Główne style zachowań i ich charakterystyka¹²



Dominujący **D**

pionier, skłonny do ryzyka, rywalizujący, niezależny, wymagający, komunikuje się w sposób jasny i konkretny, bez niedomówień i domysłów, określa jasne zasady pracy informując jakich wyników oczekuje, wyznacza cele, wymyśla rozwiązania, otwarty na zmiany i reorganizacje, skuteczny w sytuacjach kryzysowych/stresowych, wymagający od siebie i od innych, sprawia wrażenie osoby będącej w wiecznym pośpiechu i wiecznie zajętej;

Inspirujący **I**

towarzyski, pomysłowy, unika norm i ograniczeń, cechuje go upór w dążeniu do celu według własnych zasad, unika szczegółów i poruszania trudnych tematów, łatwo nawiązuje kontakty, komunikatywny, potrafi motywować i angażować ludzi w działanie, jest oryginalny (lubi wyróżniać się strojem i zachowaniem), dostrzega pozytywne aspekty spraw i problemów, otwarty, kreatywny, z łatwością przychodzi mu chwalenie, nagradzanie, generowanie pomysłów;



¹² Tamże



Stabilny **S**

osoba stabilna, budząca zaufanie, skupiona na innych, empatyczna, potrafiąca słuchać, osoba o takim stylu gwarantuje, że praca będzie zaplanowana, a zadania wykonane na czas, do podjęcia decyzji potrzebuje czasu i informacji, nie działa intuicyjnie, nie lubi zmiany planów, bardziej zorientowana na ludzi niż na zadanie, nie zgłasza uwag i zastrzeżeń, mało wymagająca, postępuje zgodnie z przyjętym planem, gwarantuje postęp prac i ciągłość zadań rutynowych, woli rozmowy na tematy, na których się zna i w relacji 1:1;

Sumienny **S**

osoba analityczna, ostrożna, logiczna, krytyczna, stała w sądach i przekonaniach, twardo stąpa po ziemi, skupia się na faktach, danych, dąży do nieosiągalnej doskonałości (np. tworząc produkty, podejmując decyzje itp.), poszukuje maksymalnej ilości informacji, profesjonalista w swojej dziedzinie i tego oczekuje on innych, traktuje kontrolę jako element zarządzania, skupia się na szczegółach, osoba kulturalna i uprzejma;



Jak komunikować się z przedsiębiorcami, którzy reprezentują styl¹³

Dominujący **D**

warto mówić krótko i zdecydowanie, podawać tylko niezbędne fakty (nie wszystkie, tylko kilka najważniejszych), mówić o tym co można osiągnąć, a nie co można stracić, skupiać się na celu, szybko przechodzić do sedna, nie krytykować jego pomysłów, unikać rozwekowania rozmowy i zbyt dużej szczegółowości, wskazywać na najważniejsze zyski dla przedsiębiorcy (mówić językiem korzyści);

Inspirujący **I**

warto zwracać uwagę na dobrą atmosferę, być optymistycznie nastawionym, odnosić się do emocji, rozmawiać o ideach, a nie o szczegółach, podkreślać pozytywne strony, nie krytykować pomysłów przedsiębiorcy, warto inspirować, przedstawić własną wizję/pomysł, podkreślać miły aspekt wspólnych działań;

Stabilny **S**

warto mówić spokojnie, zwracać uwagę na emocje podczas rozmowy i mówić o nich, zadbać o bezpieczeństwo, porozmawiać o planie działania, mówić o korzyściach dla ludzi, wskazywać na dane i informacje, określić harmonogram działania (plan), dać rozmówcy (przedsiębiorcy) odpowiedni czas na przemyślenie, nie naciskać podczas prowadzenia rozmowy;

Sumienny **C**

warto mówić spokojnie, podać szczegółowo wszystkie niezbędne dane i fakty, unikać rozmowy o emocjach, trzymać się podczas rozmowy faktów, a nie wizji, dokładnie analizować, nie popędzać rozmówcy (przedsiębiorcy), tylko dać mu czas na odpowiedź, wskazać procedurę wykonania wspólnych działań, odwoływać się do przepisów/algorytmów, dbać o dokładność wypowiedzi i szczegóły, unikać metafor;

¹³ Raport-Przykładowy-MaxieDISC.pdf (wksim.edu.pl), s. 12., dostęp dn. 19.09.2021r.

Z kolei jeśli sami reprezentujemy jeden z poniższych stylów, warto¹⁴

Dominujący **D**

nie naciskać, zwracać uwagę na ton głosu (mówić ciszej), dawać innym więcej czasu na zastanowienie się i przemyślenie, jeśli nasz przeważający styl to **D – Dominujący**

Inspirujący **I**

pamiętać, aby podczas rozmowy z innymi (przedsiębiorcami) mówić w uporządkowany sposób i dbać o wiarygodne argumenty, skupić się na prowadzeniu rozmowy (na omawianym zagadnieniu), jeśli nasz przeważający styl to **I – Inspirujący**

Stabilny **S**

podczas rozmowy z innymi (przedsiębiorcami) starać się okazywać więcej pewności siebie i przełamywać fałszywe założenia/przekonania, a także pamiętać, że wyzwania są potrzebne i są w porządku, gdy nasz przeważający styl to **S – Stabilny**

Sumienny **C**

rozmawiając z ludźmi (przedsiębiorcami) nie podawać zbyt dużej ilości szczegółów, zwracać podczas komunikacji uwagę również na ludzi (np. ich emocje, postawę), a nie na same poruszone zagadnienia, częściej się uśmiechać, być bardziej „na luzie”, jeśli nasz przeważający styl to **C – Sumienny**



¹⁴ Tamże, s. 11, dostęp dn. 19.08.2021r.

Notatki



