



Munich Personal RePEc Archive

Employment in Niche, Disappearing and Less Popular Occupations: Factors, Barriers, Good Practices

Sadowska-Snarska, Cecylia and Klimczuk-Kochańska,
Magdalena

2012

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/85006/>
MPRA Paper No. 85006, posted 07 Mar 2018 18:08 UTC

**ZATRUDNIENIE W ZAWODACH NISZOWYCH,
GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH
– CZYNNIKI, BARIERY, DOBRE PRAKTYKI**

Cecylia Sadowska-Snarska (red.)

Magdalena Klimczuk-Kochańska

Białystok 2012

Recenzent
Adam Tomanek

Redakcja naukowa
Cecylia Sadowska-Snarska

Autorzy
Cecylia Sadowska-Snarska.....(2, 3, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17)
Magdalena Klimczuk-Kochańska.....(1, 4, 8, 9, 16)

Copyright © by Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr
w Białymstoku, Białystok 2012

www.bfkk.pl

Niniejsza publikacja jest efektem badań przeprowadzonych w ramach projektu badawczo-wdrożeniowego innowacyjnego PO Kapitał Ludzki „INNOWACJE RYNKU PRACY – testowanie i wdrażanie nowych metod promocji w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych”, finansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

ISBN 978-83-930316-8-9

Projekt okładki
Łukasz Popko

Redakcja językowa
Beata Kalinowska

Druk i oprawa
Drukarnia Cyfrowa Partner Poligrafia
15-703 Białystok, ul. Zwycięstwa 10

egzemplarz bezpłatny



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



wiedza dla rozwoju



INNOWACJE RYNKU PRACY



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Spis treści

WPROWADZENIE	7
CZĘŚĆ I. ISTOTA I CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE POPYT NA ZAWODY NISZOWE, GINĄCE I MAŁO POPULARNE	
ROZDZIAŁ 1. ZAWODY NISZOWE	13
1.1. Definicja zawodu niszowego	13
1.2. Uwarunkowania zmian popytu na dobra i usługi w kontekście trendów światowych	18
1.3. Sektory przyszłości w województwie podlaskim w kontekście rozwoju zawodów niszowych w zakładach rzemieślniczych	31
1.3.1. Rozwój branż województwa podlaskiego	31
1.3.2. Zapotrzebowanie na zawody i specjalności w kluczowych branżach i sektorach w województwie podlaskim	37
1.3.2.1. Zawody niszowe w branży przetwórstwo rolno-spożywcze	37
1.3.2.2. Zawody niszowe w sektorze metalowym – produkcja sprzętu medycznego	41
1.3.2.3. Zawody niszowe w sektorze medycznym – rehabilitacja geriatryczna	44
1.3.2.4. Zawody niszowe w sektorze produkcji bielizny	47
1.3.2.5. Zawody niszowe w sektorze drzewno-meblowym	48
1.3.2.6. Zawody niszowe w sektorze jachtowym	49
ROZDZIAŁ 2. ZAWODY GINĄCE	51
2.1. Istota i charakterystyka zawodów ginących	51
2.2. Przyczyny zanikania tradycyjnych zawodów rzemieślniczych	56
2.3. Czynniki kształtujące popyt na zawody ginące	71
ROZDZIAŁ 3. ZAWODY MAŁO POPULARNE	79
3.1. Istota zawodów mało popularnych	79
3.2. Charakterystyka zawodów mało popularnych oraz czynniki kształtujące popyt na nie	83
3.2.1. Sektor usług porządkowych	83
3.2.2. Ochrona osób i mienia	87
3.2.3. Usługi domowe	89
3.2.4. Usługi o charakterze gospodarczym	90
3.2.5. Zawody związane ze sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet	93
3.2.6. Zawody związane ze sprzedażą bezpośrednią	95
3.2.7. Sektor usług pogrzebowych	96
3.2.8. Usługi związane z opieką nad osobami zależnymi	98
3.2.9. Prace pomocnicze w usługach gastronomicznych	100
3.2.10. Prace pomocnicze w usługach hotelowych	101
3.2.11. Prace pomocnicze w budownictwie	102

3.2.12. Prace związane z rozdawaniem ulotek i przeprowadzaniem badań ankietowych	102
CZĘŚĆ II. ZATRUDNIENIE W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH W OPINII BADANYCH OSÓB Z GRUP DEFAWORYZOWANYCH NA RYNKU PRACY	
ROZDZIAŁ 4. POZOSTAJĄCY BEZ ZATRUDNIENIA ABSOLWENCI UCZELNI WYŻSZYCH	107
4.1. Założenia badawcze	107
4.2. Charakterystyka badanej populacji.....	108
4.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy	112
4.4. Czynniki determinujące sytuację absolwentów szkół wyższych na rynku pracy	118
4.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach niszowych	135
ROZDZIAŁ 5. POZOSTAJĄCE BEZ ZATRUDNIENIA OSOBY W WIEKU POWYŻEJ 50. ROKU ŻYCIA	152
5.1. Założenia badawcze	152
5.2. Charakterystyka badanej populacji.....	153
5.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy	157
5.4. Czynniki determinujące sytuację osób po 50. roku życia na rynku pracy	162
5.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach ginących.....	171
ROZDZIAŁ 6. POZOSTAJĄCE BEZ ZATRUDNIENIA OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE.....	178
6.1. Założenia badawcze	178
6.2. Charakterystyka badanej populacji.....	179
6.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy	188
6.4. Czynniki determinujące sytuację osób niepełnosprawnych na rynku pracy	192
6.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach mało popularnych	201
ROZDZIAŁ 7. POZOSTAJĄCE BEZ ZATRUDNIENIA KOBIETY SAMOTNIE WYCHOWUJĄCE DZIECI.....	208
7.1. Założenia badawcze	208
7.2. Charakterystyka badanej populacji.....	209
7.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy	215
7.4. Czynniki determinujące sytuację kobiet samotnie wychowujących dzieci na rynku pracy	218
7.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach mało popularnych	227
CZĘŚĆ III. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH W ŚWIELE BADAŃ PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP	
ROZDZIAŁ 8. SEKTOR RZEMIOSŁA/MŚP NA PODLASIU	237
8.1. Charakterystyka badanych firm.....	237
8.2. Warunki powstania i rozwoju badanych zakładów rzemieślniczych/MŚP	251
8.2.1. Źródła pomysłu na rodzaj prowadzonej działalności	252
8.2.2. Źródła finansowania prowadzonej działalności gospodarczej.....	256

8.2.3. Źródła informacji rynkowych niezbędnych do prowadzenia działalności	258
--	-----

ROZDZIAŁ 9. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH NISZOWYCH W OPINII PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

260

9.1. Zawody niszowe mające szanse rozwoju w województwie podlaskim	260
9.2. Czynniki kształtujące popyt na usługi i dobra niszowe.....	268
9.3. Kluczowe branże i sektory rozwoju województwa podlaskiego.....	270

ROZDZIAŁ 10. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH GINĄCYCH W OPINII PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

272

10.1. Zawody ginące mające szanse rozwoju w województwie podlaskim	272
10.2. Przyczyny zaniku zawodów rzemieślniczych	274
10.3. Czynniki kształtujące popyt na produkty i usługi rzemieślnicze w zawodach ginących.....	276

ROZDZIAŁ 11. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH W OPINII PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

280

11.1. Trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników w zawodach mało popularnych	280
11.2. Powody niskiej popularności wybranych zawodów.....	281
11.3. Czynniki kształtujące popyt na pracę w zawodach mało popularnych	283

CZĘŚĆ IV. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH W ŚWIELE BADAŃ JAKOŚCIOWYCH

ROZDZIAŁ 12. OBSZAR „ZAWODY NISZOWE”

289

12.1. Założenia badawcze	289
12.2. FGI – pozostający bez zatrudnienia absolwenci szkół wyższych (do 27. roku życia).....	290
12.3. FGI – rzemieślnicy	294
12.4. FGI – instytucje rynku pracy.....	296
12.5. Wnioski i rekomendacje.....	301

ROZDZIAŁ 13. OBSZAR „ZAWODY GINĄCE”

305

13.1. Założenia badawcze	305
13.2. Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy dla osób po 50. roku życia	305
13.3. Poradnictwo zawodowe	307
13.4. Otoczenie. Monitoring zawodów ginących.....	308
13.5. Wnioski i rekomendacje.....	309

ROZDZIAŁ 14. OBSZAR „ZAWODY MAŁO POPULARNE”

311

14.1. Założenia badawcze	311
14.2. Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy	311
14.3. Zakładanie e-biznesu.....	312
14.4. Poradnictwo zawodowe	314
14.5. Otoczenie. Monitoring zawodów mało popularnych.	314

14.6. Wnioski i rekomendacje	315
------------------------------------	-----

CZĘŚĆ V. ZATRUDNIENIE W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH – DOBRE PRAKTYKI

ROZDZIAŁ 15. DOBRE PRAKTYKI – PRZYKŁADY KRAJOWE319

15.1. Loft37.pl – obuwie na miarę	319
15.2. Polpora	321
15.3. Sławomir Piwowarczyk DESIGN	323
15.4. Manufaktura Czekolady	328
15.5. Q-Workshop – produkcja kostek do gier.....	331
15.6. Fómen Design – malowanie aerografem	335

ROZDZIAŁ 16. DOBRE PRAKTYKI – PRZYKŁADY Z WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO.....338

16.1. Marka „CrystalCiTY”	338
16.2. Szewc miarowy – Jacek Okułowicz	340
16.3. Ceramika – „Pracownia Lipowa” Jurka Fiedoruka	342
16.4. Pracownia „Kochański Styl”	344
16.5. Pet groomer	346
16.6. Zakład szewski Pani Katarzyny Pileckiej.....	347
16.7. SztÓkaTeria.....	349
16.8. Zdun	351
16.9. Pracownia złotnicza Wiesława Śliwowskiego.....	353
16.10. „Złota Rączka”	354

ROZDZIAŁ 17. WNIOSKI I REKOMENDACJE356

17.1. W odniesieniu do zawodów niszowych.....	356
17.2. W odniesieniu do zawodów ginących	358
17.3. W odniesieniu do zawodów mało popularnych.....	360

BIBLIOGRAFIA363

INFORMACJA O AUTORACH373

WPROWADZENIE

Niniejsza publikacja powstała w ramach projektu badawczo-wdrożeniowego POKL „INNOWACJE RYNKU PRACY – testowanie i wdrażanie nowych metod promocji zatrudnienia w zawodach niszowych, ginących oraz mało popularnych”, realizowanego w ramach Priorytetu VI. Rynek pracy otwarty dla wszystkich, Działania 6.4 Projekty innowacyjne.

Celem projektu jest adaptowanie (utworzenie), testowanie, a następnie upowszechnienie (wdrożenie) na terenie województwa podlaskiego do końca czerwca 2013 roku modelu promocji zatrudnienia w zawodach ginących, zawodach mało popularnych oraz w zawodach niszowych.

Kluczowym pomysłem na zwiększenie zatrudnienia w tych grupach zawodów jest promocja i zmiana oblicza (recepty) rzemiosła w atrakcyjnych modelach:

- Rzemiosło na miarę;
- Rzemiosło Trzeciego Wieku;
- e-Rzemiosło.

Podjęcie działań w tych grupach zawodów może istotnie przyczynić się do zwiększenia zatrudnienia osób bezrobotnych oraz nieaktywnych zawodowo, należących aktualnie do grup defaworyzowanych na rynku pracy, jak: młodzi absolwenci szkół wyższych (do 27. roku życia), osoby starsze po 50. roku życia, osoby mniej dyspozycyjne (osoby niepełnosprawne, kobiety samotnie wychowujące dzieci).

Jednym ze sposobów na zmianę sytuacji na rynku jest zachęcanie osób młodych do wchodzenia na rynek pracy poprzez samozatrudnienie w nowoczesnych, często niszowych specjalnościach. To będzie wiązać się przede wszystkim z otwarciem własnej działalności gospodarczej. Wzrost zatrudnienia powiązać należy również z rozwojem nowoczesnego rzemiosła. Szczególnie dzięki temu możliwe będzie rozwijanie usług wysokiej jakości, które uwzględniają indywidualne preferencje odbiorcy – czy to indywidualnego, czy instytucjonalnego. To zaś wiąże się z pojawianiem się zawodów niszowych, które bazują na zawodach tradycyjnych lub oznaczają wchodzenie w zupełnie nową specjalność na rynku pracy.

Z kolei szansą na zwiększenie zatrudnienia osób starszych po 50. roku życia należy upatrywać w ich angażowaniu do wykonywania rzemieślniczych zawodów ginących, a przede wszystkim przekazywania tej unikatowej wiedzy młodym ludziom.

Szansą na zwiększenie zatrudnienia w zawodach mało popularnych jest aktywizacja zawodowa grup specjalnych na rynku pracy, które mają mniejsze możliwości pozyskania pracy w zawodach popularnych, a należą do nich osoby niepełnosprawne oraz mniej dyspozycyjne, w szczególności kobiety samotnie wychowujące dzieci.

Głównym celem badań, których wyniki prezentujemy w niniejszej monografii, była identyfikacja barier i czynników wzrostu zatrudnienia osób bezrobotnych¹, w tym młodych absolwentów szkół wyższych, osób starszych po 50. roku życia oraz osób mniej dyspozycyjnych (niepełnosprawnych i kobiet samotnie wychowujących dzieci) w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych.

Badania przeprowadzono z wykorzystaniem metody analizy danych zastanych (*desk research*), badań ilościowych, a także badań jakościowych, z wykorzystaniem metody FGI oraz metody studium przypadku.

Niniejsza monografia składa się z pięciu części.

W części pierwszej *Istota i czynniki kształtujące popyt na zawody niszowe, ginące i mało popularne* zdefiniowano terminy zawodu niszowego, ginącego oraz mało popularnego, a także przedstawiono wykazy takich zawodów, z ich charakterystyką. Dokonano również analizy czynników kształtujących zapotrzebowanie na dobra i usługi świadczone przez osoby wykonujące zawody niszowe, ginące i mało popularne w warunkach współczesnej gospodarki, w tym biorąc pod uwagę uwarunkowania rozwojowe województwa podlaskiego.

W części drugiej *Zatrudnienie w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych w opinii badanych osób z grup defaworyzowanych na rynku pracy* zaprezentowano wyniki badań ilościowych przeprowadzonych wśród 300 osób bezrobotnych, w tym absolwentów szkół wyższych (do 27. roku życia), osób starszych po 50. roku życia oraz osób mniej dyspozycyjnych (niepełnosprawnych i kobiet samotnie wychowujących dzieci), których celem była identyfikacja przyczyn bezrobocia, czynników determinujących ich sytuację na rynku pracy, ustalenie potencjalnego stopnia zainteresowania nauką i pracą w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych.

Z kolei w części trzeciej *Perspektywy wzrostu zatrudnienia w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych w świetle badań przedstawicieli rzemiosła/MŚP* przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych wśród 300 podlaskich pracodawców reprezentujących sektor rzemiosła/MŚP. Celem badań była identyfikacja warunków powstawania zakładów rzemieślniczych/MŚP, poznanie opinii odnośnie perspektyw rozwoju zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych

¹ W niniejszym badaniu za osobę bezrobotną uznano taką, która w momencie badania nie była zatrudniona, ale wykazywała zainteresowanie podjęciem pracy.

oraz mało popularnych w województwie podlaskim, a także ustalenie czynników determinujących popyt na zawody niszowe, ginące oraz mało popularne.

W części czwartej *Perspektywy wzrostu zatrudnienia w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych w świetle badań jakościowych* uwagę poświęcono wynikom badań jakościowych, które miały za zadanie pogłębienie stanu wiedzy na temat czynników i barier wzrostu zatrudnienia osób bezrobotnych w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych, zdobytej podczas badań ilościowych. Do badań zostali zaproszeni celowo wybrani respondenci, znający dogłębnie poruszaną problematykę w analizowanych trzech grupach zawodów.

Część piąta *Zatrudnienie w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych – dobre praktyki* zawiera wyniki badań prowadzonych metodą studium przypadku, których celem była identyfikacja dobrych praktyk w zakresie powstawania i funkcjonowania podmiotów powiązanych z wykonywaniem/zatrudnianiem w zawodach niszowych, ginących oraz mało popularnych, a także w zakresie przeorientowania zawodowego, które zakończyło się sukcesem.

Publikację kończą wnioski i rekomendacje pod kątem działań niezbędnych z punktu widzenia promowania zatrudnienia w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych.

Cecylia Sadowska-Snarska

CZĘŚĆ I

ISTOTA I CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE POPYT NA ZAWODY NISZOWE, GINĄCE I MAŁO POPULARNE

ROZDZIAŁ 1. ZAWODY NISZOWE

1.1. Definicja zawodu niszowego

Nisza to inaczej „wolne miejsce” (*Portal Wiedzy PWN...*). Słowo to najczęściej w kontekście działalności gospodarczej pojawia się w połączeniu ze słowem rynek. Pojęcie nisza rynkowa jest rozumiane jako „szczególna, niewielka grupa nabywców gotowa zapłacić za zaspokojenie swoich specyficznych potrzeb. Nabywcy tworzący nisze rynkowe są zwykle niezbyt liczni dla dużych koncernów, co stwarza okazje dla małych, wyspecjalizowanych firm” (*Portal Edukacji Ekonomicznej NBP...*).

Taka niewielka grupa odbiorców oczekuje na zaspokojenie wyraźnie sprecyzowanych potrzeb. Zapotrzebowanie to dotyczy zarówno nabycia produktów, jak i usług. Czynnikiem wpływającym na decyzje zakupowe klientów może być zarówno cena, jak i jakość danego produktu czy też usługi (Moszkowicz 2005, s. 158).

Nisza rynkowa to „część większego rynku, w którym można wiarygodnie przetrwać. Wiarygodnie – to znaczy stosując strategię niszy, w której nie ma miejsca na zaniedbania i dezorientację, a przeważa myślenie o produkcie jutra. Przedsiębiorcy działający w niszy powinni zatem dążyć do osiągnięcia odpowiedniej pozycji konkurencyjnej w oparciu o unikatowość oferowanego produktu bądź usługi. Ta strategia może skupiać się na wybranym aspekcie prowadzenia działalności, w której szczególnie istotny staje się produkt, odbiorca i jego potrzeby, marka lub terytorium” (*Strategie przedsiębiorstw...*).

Specyfiką niszy rynkowej są następujące podstawowe elementy i cechy jej, jak i konsumentów (Juchniewicz 2010, s. 59):

- Potrzeby i oczekiwania nabywców są na tyle odmienne, iż wyraźnie różnią się od reszty rynku.
- Koncentracja geograficzna, czyli zdobycie lub utrzymanie konkurencyjności przedsiębiorstwa na określonym obszarze.
- Skupienie działalności na określonym asortymencie, poszukiwanym i pożądanym przez potencjalnych klientów.

W przypadku przedsiębiorstw tworzenie nisz rynkowych związane jest często z dążeniem do zapewnienia wysokiej rentowności działania podmiotu. Taki sposób planowania niesie ze sobą jednak wiele korzyści, jak i zagrożeń. Odniesienie sukcesu w niszy rynkowej wiąże się z uchwyceniem takiej szansy na rynku, która umożliwiłaby uzyskanie silnej pozycji konkurencyjnej na tym rynku.

Z drugiej jednak strony zagrożeniem dla niszy rynkowej jest fakt, że działanie w niszy rynkowej jest na tyle atrakcyjne, iż istnieje duże zagrożenie konkurencyjnej firmy (Juchniewicz 2010, s. 60). Odniesienie sukcesu w niszy rynkowej polega na „złapaniu” szansy na rynku, czy innymi słowy określeniu i dotarciu do niszy, która umożliwiłaby uzyskanie silnej pozycji konkurencyjnej na tym rynku. Przede wszystkim małe przedsiębiorstwa muszą zatem kierować swoją działalność innowacyjną na obszary niszowe, którymi szczególnie ze względu na stosunkowo niewielkie rozmiary popytu nie interesują się wielkie firmy. Nie oznacza to, że posiadając interesujący produkt, początkowo wytwarzany na małą skalę, nie uda się zdobyć rynku i powiększyć firmy (Sosnowska i in. 2005, s. 18).

Działanie w ramach nisz rynkowych odznacza się następującymi cechami (Kröger, Vizjak, Kwiatkowski 2007, s. 46):

1. W dużym stopniu zależy od otoczenia rynkowego, w którym przedsiębiorstwo buduje niszę.
2. Rynek całkowity (kombinacja podaży i popytu, składająca się z części stanowiących określone segmenty rynku) jest istotnym punktem odniesienia, rozpatrywanym w związku z niszą.
3. Pomimo iż nisza jest mniejsza od rynku całkowitego – posiada większy wolumen zbytu.
4. Sposób postępowania producentów/usługodawców niszowych zależy od ich specjalizacji oraz koncentracji.

Bardzo ważną rolę przy powstawaniu rynków niszowych mają niezaspokojone lub nie w pełni zaspokojone potrzeby klientów, tworzy się bariery dostępu do nich innym graczom rynku.

Powyższe rozważania mogą stanowić podstawę do poszukiwania źródeł słowa „niszowe”. Jak okazuje się, najczęściej jako niszowe określa się to, co dotyczy niszy na rynku jakichś towarów lub usług. Słowo „niszowy” oznacza „popularny w drobnych, często zamkniętych kręgach, społecznościach” (*Portal Wiedzy PWN...*).

Szczególne znaczenie ma poszukiwanie niszowych czy też załączkowych branż, które umożliwiają podmiotom ulokowanie się w niszy. Ponieważ nisza powstaje na styku sektorów, to tworzenie się jej *jest wynikiem łamania schematów myślenia poprzez niekonwencjonalne podejście do zagadnienia* (*Badanie ankietowe ekspertów...* 2010, s. 59). Branże niszowe mogą być rozumiane jako nastawione na nowoczesne technologie. W ramach analizy poszczególnych branż identyfikuje się często potencjalne branże niszowe, które mogą w przyszłości odegrać istotną rolę w rozwoju danego regionu (*Prognoza rozwoju dolnośląskiego...* 2010, s. 19). Jak zwracają uwagę autorzy, często dziedziny niszowe są „poukrywane” w większych działach czy sekcjach działalności gospodarczej. Co za tym idzie małe, niszowe branże załączkowe, których potencjały nie znajdują

wystarczającego odzwierciedlenia w istniejących statystykach, mogą być jedynie delimitowane w wyniku obserwacji tendencji jakościowych, zarówno w danym regionie, kraju, jak i na świecie. Nie wyklucza to oczywiście wspomaganego wykorzystania statystyk krajowych czy regionalnych. Jednak z punktu widzenia długookresowego oddziaływania na tworzenie miejsc pracy celowym jest szczególnie zainteresowanie dziedzinami załączkowymi lub niszowymi (Kulawczuk 2010, s. 27-28).

Zwłaszcza w odniesieniu do rozwoju regionów dotkniętych problemami strukturalnymi ważnym zagadnieniem jest zmniejszanie tempa spadku liczby miejsc pracy w dziedzinach dotkniętych przemianami, a jednocześnie dysponujących miejscami pracy wysokiej jakości. Stąd też nie jest bezzasadne, przy analizie rozwoju dziedzin tworzących miejsca pracy wysokiej jakości, stosowanie innych kryteriów ich determinacji niż kryteria oparte o wartość wielkości wynagrodzeń oraz dynamikę wzrostu danej branży, ponieważ rozwiązanie to nie daje jednak jednoznacznych odpowiedzi. Nawet jeżeli poszczególne branże charakteryzują się wysokimi wynagrodzeniami na jednego pracownika, to mogą być małe i niszowe i w efekcie mogą nie reprezentować istotnego potencjału zatrudnieniowego, nawet pomimo wysokich stóp wzrostu. Szczególnie że w tym przypadku jest to sytuacja, w której podstawa wzrostu jest mała lub bardzo mała. Nie można jednak tego typu dziedzin od razu traktować jako posiadających małe potencjały, ponieważ takich dziedzin może być wiele. Dlatego też z punktu widzenia długookresowego oddziaływania na tworzenie miejsc pracy najwyższej jakości celowym jest szczególne zainteresowanie dziedzinami załączkowymi lub niszowymi (Kulawczuk 2010, s. 28).

Jak się wydaje, nawet w branżach, które same w sobie nie są niszowe, można znaleźć jakieś nisze. Chociażby w przypadku usług internetowych, mimo że samo rolnictwo nie jest branżą niszową, to już usługi elektroniczne dotyczące rolnictwa, przede wszystkim ze względu na małą świadomość społeczną, mają charakter niszowy (Komorowski i in. 2010, s. 130).

Badania dotyczące niszowości e-usługi ukazują, że eksperci z zakresu e-gospodarki nie wypracowali do tej pory jednolitej definicji e-usług niszowych (Komorowski i in. 2010, s. 120). Z dotychczasowych analiz oraz badań wynika, że niszowość usług elektronicznych jest rozpatrywana dwukierunkowo. Z jednej strony niszowe usługi to te, które są skierowane do lokalnych i branżowych odbiorców i nie ma dla nich możliwości rozwoju na szerszym rynku. W takim podejściu usługi niszowe skierowane są do różnych grup odbiorców podzielonych ze względu na branżę, wiek, płeć, stan zdrowia, zainteresowania. Niszowość daje również większą indywidualność i poczucie skierowania określonej usługi bezpośrednio do konkretnej osoby. Z drugiej strony, każda nowa e-usługa, która dotychczas nie funkcjonowała na rynku elektronicznym, jest kwalifikowana jako niszowe rozwiązanie, które w perspektywie czasu może przerodzić się

w e-usługę masową i popularną. W tym wypadku szczególnie należy spojrzeć na usługi mobilne oraz nowe pomysły na komunikację w internecie, które obserwując trendy, mają szansę na przeistoczenie się w usługi popularne i masowe, dziś zaś taką usługą nie są. Z tego punktu widzenia należy również zwrócić uwagę na inne kierunki niszowe zaobserwowane już wcześniej w Polsce przez autorów innych publikacji, jak: e-kultura czy e-rolnictwo, które w miarę popularności mają szansę stać się usługami masowymi.

Podsumowując, wspólną cechą obydwu powyższych definicji jest to, że e-usługa niszowa nie może być wcześniej świadczona na rynku i powinna dotyczyć obszaru czy segmentu rynku elektronicznego, który nie został dotychczas zagospodarowany (Komorowski i in. 2010, s. 120).

Dostrzeżone trudności w definiowaniu nisz rynkowych czy też branż i sektorów o charakterze niszowym odnajdują swoje miejsce również w przypadku definiowania pojęcia zawodu niszowego. Przede wszystkim stwierdzić należy, że pojawiają się one w branżach niszowych. Niestety, w opracowaniach dotyczących rynku pracy i zawodów na nim występujących trudno o znalezienie definicji pojęcia zawodów niszowych. Podobnie ma się sytuacja w przypadku definicji m.in. takich pojęć, jak: zawody nowe, zawody przyszłości, zawody ginące, zawody zanikające, zawody deficytowe, zawody nadwyżkowe, zawody niszowe, zawody wchodzące w zakres innych zawodów, zawody pokrewne. Stąd też określenia stosowane powszechnie z reguły nie doczekały się jednoznacznych definicji formalnych i dlatego stosowane są przez autorów z dużą swobodą i dowolnością, ale też i definiowanie takich pojęć nie jest proste. Generalnie, zawód niszowy może być zawodem tradycyjnie funkcjonującym, ale wskutek zmian gospodarczych i innych procesów ograniczonym terytorialnie i występującym praktycznie w jednym regionie, przy czym istnieje ponadregionalne zainteresowanie danym produktem czy usługą. Przykładem ilustrującym taką sytuację jest zawód „bursztynnik”, występujący powszechnie na Pomorzu i sporadycznie w innych rejonach. Zasadne jest przyjęcie założenia, że zawód mający charakter niszowy w jednym regionie, w innym funkcjonuje na rynku gospodarczym i rynku pracy zgodnie z zapotrzebowaniem społecznym (Kosakowska, Prószyński 2009, s. 7).

Generalnie, według raportu „Foresight kadr nowoczesnej gospodarki”, opracowanego na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, zawody niszowe można traktować jako swego rodzaju zawody przyszłości, gdyż: „Zawody przyszłości pojawiają się w określonej perspektywie w związku z rozwojem nowych obszarów aktywności gospodarczej. Będą miały raczej niszowy charakter, ale ich zaistnienie i dynamika świadczyć będą o zdolnościach konkurencyjnych całej gospodarki” (Matusiak, Kuciński, Gryzik 2009, s. 15).

Inni autorzy zwracają jednak uwagę, że w dalszej perspektywie czasowej branża niszowe mogą przyczynić się do przyspieszenia rozwoju gospodarki (*Badanie ankietowe ekspertów...* 2010, s. 6).

Podobnie na przykład niszowe stanowiska opierają się na znajomości technologii, które nie są popularne. I tak chociażby programistę Java można znaleźć niemalże w każdej firmie, natomiast specjalistów od programowania w niszowym języku jest bardzo niewiele. Mają oni styczność z systemami, które nie są popularne (*Warto rekrutować na stanowiska niszowe...* 2010, s. 1-2).

W jeszcze innym opracowaniu zwraca się uwagę, że zawody niszowe to zawody rzadko występujące, bowiem z natury rzeczy instytucje edukacyjne są „skazane” na kształcenie w zawodach cieszących się popularnością i zainteresowaniem młodzieży. Przyczyną jest brak odpowiedniej bazy technicznej, brak kadr oraz rachunek ekonomiczny takiego przedsięwzięcia. Stąd też, szukając drogi prowadzącej do nauki i zdobycia kwalifikacji zawodowych w przypadku części zawodów niszowych, należy zwrócić się do organizacji pracodawców, a zwłaszcza środowiska rzemieślniczego. Wskazano przy tym, że gospodarka generuje nowe zawody (postęp techniczny, zmiany technologiczne), a te bardzo często we wstępnej fazie rozwoju mają charakter niszowych, gdyż potrzeba ich istnienia rodzi się w konkretnej sytuacji w określonym miejscu (Kosakowska, Prószyński 2009, s. 4).

Zgodnie z powyższym stwierdzeniem można uznać, że z pojęciem zawodu niszowego wiąże się także pojęcie zawodu przyszłości. Można je rozumieć jako nowy zawód, który w wyniku postępu cywilizacyjnego i technologicznego, według prognoz pojawi się wkrótce lub już pojawia się na rynku pracy, ale niekoniecznie będzie odgrywał na nim duże znaczenie. Zawód przyszłości można rozumieć również jako nowy zawód, w który można zainwestować, bo zgodnie z prognozami analityków rynku pracy wkrótce gwałtownie wzrośnie na niego popyt na rynku pracy i specjaliści w tym zawodzie będą poszukiwani. Po trzecie zaś, zawód przyszłości może okazać się zawodem już istniejącym, przed którym roztacza się świetlana przyszłość na rynku pracy, czyli zawodem, na który istnieje wśród pracodawców bardzo duże zapotrzebowanie, i który ma szanse rozwoju (*Bank informacji...* 2007, s. 13-14).

W innym opracowaniu pojawia się stwierdzenie, że zawody przyszłości to takie, w przypadku których w niedalekiej przyszłości pracobiorcy będą podejmować zatrudnienie w branżach, które do niedawna uważane były za niszowe lub nadal postrzegane są w ten sposób. Przyczyną i jednocześnie konsekwencją powstawania nowych zawodów, zanikania starych lub zmiany ich charakteru są przede wszystkim zmiany organizacji pracy, wywołane rozwojem technologicznym i powodowane tym zmiany wymagań kwalifikacyjnych w stosunku do pracowników. Na obecnym etapie rozwoju należy zwrócić uwagę na zawody przyszłości oraz nowe umiejętności i kompetencje. Zawody przyszłości pojawią się

w określonej perspektywie w związku z rozwojem nowych obszarów aktywności gospodarczej. Co za tym idzie będą miały raczej niszowy charakter, ale ich zaistnienie i dynamika świadczyć będą o zdolnościach konkurencyjnych całej gospodarki. Ponadto nowe ogólne umiejętności i kompetencje będą rozwijane niezależnie od rodzaju pracy i kwalifikacji, tworząc modernizacyjny wymiar zatrudnienia w nowoczesnych i tradycyjnych sektorach gospodarki (Matusiak, Kuciński, Gryzik 2009, s. 15-16).

Podsumowując przyjąć można, że zawody niszowe to takie, na które występuje niewielkie zapotrzebowanie na rynku. Mogą być to zarówno zawody w branżach tradycyjnych, jak i nowoczesnych, które dotyczą występujących w nich nisz rynkowych. Można tu wskazywać na zawody zupełnie nowe, jak i dotychczasowe lub na w pewien sposób zmodyfikowane zawody już istniejące, przystosowane do potrzeb danej niszy rynkowej. Cechą podstawową jest unikalna, nieprzemysłowa wiedza wykonawców, która pozwala zaspokajać wyrafinowany popyt odbiorców. Usługi i produkty oferowane w niszy są kierowane do niewielkiej grupy indywidualnych odbiorców. Najczęściej nisza rynkowa, ze względu na ograniczony popyt, obsługiwana jest przez jednego dostawcę.

Zapotrzebowanie na zawody niszowe będzie wiązało się z niektórymi charakterystycznymi trendami występującymi na rynkach światowych, które mogą prowadzić do zmian w popycie na dobra i usługi.

1.2. Uwarunkowania zmian popytu na dobra i usługi w kontekście trendów światowych

Wydaje się, że istotne znaczenie dla zmian na rynku pracy, a co za tym idzie pojawiania się zawodów niszowych, mają zachodzące obecnie trendy na rynkach światowych. W literaturze przedmiotu można spotkać się z różnymi wskazaniami na obecnie panujące trendy.

Autorzy opracowania „Foresight kadr nowoczesnej gospodarki”, które zostało przygotowane na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, zwracają natomiast uwagę, że zmiany w gospodarce są generowane przez czynniki zewnętrzne (egzogeniczne), współcześnie mające globalny charakter oraz czynniki wewnętrzne (endogeniczne) (Matusiak, Kuciński, Gryzik 2009, s. 117-118).

W trakcie badań zdefiniowano listę ośmiu podstawowych czynników zewnętrznych. Są to:

- kolejny etap rewolucji informacyjnej – jakościowe zmiany zastosowania technologii ICT;
- wyczerpywalność zasobów energetycznych;
- dyslokacja działalności gospodarczej;

- nowe formy organizacji biznesu (np. offshoring, klastry, outsourcing);
- zmiana dominującego paradygmatu w polityce społeczno-gospodarczej na świecie;
- zmiany klimatyczne, zwłaszcza ocieplenie klimatu;
- początek schumpeterowskiej recesji (długie fale Kondratiewa);
- napięcia polityczne (np. terroryzm, migracje).

Zmiany w gospodarce są również generowane przez czynniki wewnętrzne, na które można w pewnym zakresie wpływać poprzez realizowaną w kraju politykę ekonomiczno-społeczną. W trakcie badań stworzono listę piętnastu kluczowych czynników wewnętrznych, a wśród nich znalazły się:

- aktywność przedsiębiorcza – aspekty ilościowe i jakościowe;
- kierunki specjalizacji branżowej kraju,
- niska efektywność systemu edukacji;
- integracja europejska, wspólny rynek;
- starzenie się społeczeństwa;
- niski poziom współpracy nauki i gospodarki;
- zacofanie technologiczne i organizacyjne;
- postępująca internacjonalizacja;
- zapóźnienia infrastrukturalne (komunikacja, autostrady, drogi);
- dostęp do funduszy europejskich;
- niskie nakłady na naukę i badania;
- procesy migracyjne, wyjazdy i powroty;
- napięcia strukturalne (bezpieczeństwo energetyczne);
- brak systemu prognozowania popytu na pracę;
- niski poziom zaufania społecznego.

Generalnie jednak, jak zwracają uwagę autorzy tego raportu, szczególne znaczenie spośród wymienionych czynników ma powszechne zastosowanie nowych technologii informacyjnych. Innym ujawnionym trendem jest fakt, że zawody wymagają „dużej wiedzy” do ich wykonywania. Należy także zwrócić uwagę na pojawienie się koncepcji „zielonej rewolucji technologicznej” i proekologicznej transformacji gospodarki, która to niewątpliwie będzie mieć wpływ na zmiany na rynku pracy. Ponadto dostrzega się, że wyłania się zagadnienie zacierania się granicy między pracą wykonywaną zawodowo a pracą świadczoną w czasie wolnym, bez bezpośredniego nastawienia na wynagrodzenie finansowe. Pojawia się również trend związany z twórczością amatorską, która nabiera charakteru „produkcji społecznej” (Matusiak, Kuciński, Gryzik 2009, s. 120).

W raporcie „Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki i rynku pracy województwa pomorskiego do roku 2020” autorzy dokonują wyróżnienia ich zdaniem najważniejszych czynników, które będą oddziaływać na polski rynek. Spośród kilkuset czynników opisywanych w literaturze i po analizach renomowanych ośrodków/instytucji badawczych wyselekcjonowane zostały 53 zjawiska i pro-

cesy, które pogrupowano w dziesięć trendów, a do zbioru tego dodano organizację Euro 2012. Zestawienie obejmuje następujące trendy (*Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki...* 2009, s. 18):

- Coraz więcej informacji i wiedzy.
- Pędząca digitalizacja.
- Postęp globalizacji.
- Szybka technologizacja.
- Coraz bardziej sieciowa i projektowa gospodarka.
- Oszczędzanie energii i odnawialne jej źródła.
- Otwarty i wymagający rynek pracy.
- Powstawanie nowego społeczeństwa.
- Dłuższe i lepsze życie.
- Dalsza integracja Europy.
- Euro 2012.

Wydaje się, że z punktu widzenia rozwoju rzemiosła przede wszystkim warto zwrócić uwagę na te zmiany na rynkach światowych, które mogą mieć, czy też mają już obecnie wpływ na prowadzenie działalności o charakterze rzemieślniczym w zawodach niszowych. Zwrócić tu przede wszystkim należy uwagę na:

- wzrost znaczenia interdyscyplinarności;
- technologizację gospodarki;
- styl życia „nowego społeczeństwa”;
- wydłużanie się trwania życia ludzi.

Dostęp do wiedzy staje się powszechniejszy i coraz tańszy. W tym kontekście coraz większego znaczenia nabiera zdolność do jej wykorzystania, czyli łączenia różnych elementów wiedzy dla rozwiązywania konkretnych problemów rozwojowych. Co więcej, indywidualne czy nawet zespołowe badania naukowe, ale w obrębie jednej dyscypliny ustępują miejsca coraz silniejszej interdyscyplinarności. Niezbędne w związku z tym okazuje się połączenie różnorodnych zasobów intelektualno-badawczych, które pozwalają razem tworzyć nowe wynalazki, odkrycia, patenty, czyli nową, wartościową wiedzę. Interdyscyplinarność w nauce i związana z tym zjawiskiem potrzeba nowych kompetencji przekładają się na analogiczne zmiany w edukacji – nowe interdyscyplinarne kierunki studiów (np. biotechnologia, inżynieria genetyczna, nanotechnologie, neurotechnologie). Co więcej, dla poprawy efektywności procesów innowacyjnych w warunkach gwałtownego przyrostu wiedzy konieczna jest specjalizacja, jak i zdolność do współpracy (*Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki...* 2009, s. 66-67).

Dynamiczny przyrost wiedzy sprawia, że coraz bardziej popularną staje się koncepcja life-long learning, czyli uczenia się przez całe życie. Im zasób wiedzy szybciej rośnie, tym znaczenie kształcenia ustawicznego jest coraz większe.

W tym kontekście, co szczególnie ważne, konieczne staje się nie tylko nabywanie nowej wiedzy, ale i oduczanie się metod, technik, które stają się przestarzałe, nieadekwatne do zmieniających się warunków życia, pracy, nauki czy prowadzenia przedsiębiorstwa (*Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki...* 2009, s. 18; Matusiak, Kuciński, Gryzik 2009, s. 55).

Kolejny trend dotyczy szybkiej technologizacji, której spektrum potencjalnych zastosowań jest niezwykle szerokie, gdyż obejmuje wszystkie sektory gospodarki. Mechatronizacja procesów produkcji to bowiem nie odległa wizja, lecz oczywista konsekwencja rozwoju technologicznego. Obserwowane zjawisko mechatronizacji techniki sprawia, że wzrasta zapotrzebowanie rynku pracy na specjalistów z różnych obszarów: począwszy od tych potrafiących zaprojektować i pokierować wykonaniem instalacji automatyki przemysłowej i jej obsługą, po mechaników, którzy mogą dokonać naprawy np. „naszpikowanego” elektroniką samochodu (Kuras 2012, s. 8).

Tym, co cechuje mechatronikę jest interdyscyplinarność. Mechatronika to połączenie kilku dziedzin, takich jak: elektronika, mechanika, automatyka, elektryka oraz informatyka. Jej zastosowanie można spotkać w rozmaitych dziedzinach, jak: przemysł zabawkarski, przemysł ciężki czy high-tech. *Mechatronika dla laików to magia, wtajemniczeni wiedzą, że właściwie w każdym urządzeniu małym i dużym, od automatycznych drzwi do robotów przemysłowych, są urządzenia konstruowane przez mechatronikę* (Wiak, Smółka 2008). *Zasadniczo mechatronika jest filozofią w zakresie projektowania, która wykorzystuje synergiczną integrację mechaniki, elektroniki i technik komputerowych dla otrzymania zaawansowanych technologicznie urządzeń i systemów* (Moos 2008). Co za tym idzie, mechatronika to dziedzina, która wymaga zarówno rozległej wiedzy z wielu dziedzin, szeregu kwalifikacji praktycznych, jak i umiejętności ich integracji w celu wykonania określonego zadania.

Współczesny świat zaczyna opierać się na mechatronice, stąd też nic dziwnego, że w zawodzie mechatronika i zawodach powiązanych, np. inżynier automatyki i robotyki, mechanik automatyki przemysłowej i urządzeń precyzyjnych, operator obrabiarek sterowanych numerycznie, obserwuje się wzrost liczby dostępnych ofert pracy.

Na rosnące dzisiaj i prognozowane w przyszłości coraz wyższe zapotrzebowanie na specjalistów z zakresu nowoczesnych technologii (m.in. mechatroniki) wskazuje także szereg ekspertyz. Jak pisze Z. Gnutek, jeden z autorów „Prognozy rynku pracy i zapotrzebowania na kwalifikacje”: *W Polsce, podobnie jak w innych krajach, zawód mechanika będzie łączony z innymi umiejętnościami. Już obecnie daje się zauważyć potężne wzmocnienie zawodu mechanika poprzez informatyzację. Będzie ona dotyczyć zarówno projektowania, jak i wytwarzania oraz użytkowania maszyn. Rozwijać się będzie mechatronika, a w odniesieniu do procesów i maszyn energetycznych „energotronika”*. Poza tym za-

uważa on, że w przyszłości, w obszarze technologii mechanicznych i dotyczących budowy maszyn da się wyróżnić wiele nowych kierunków, takich jak: automatyzacja procesów wytwórczych; unifikacja podzespołów, powstanie nowych energo- i materiałooszczędnych technik wytwarzania (Gnutek 2005).

Dalsza automatyzacja procesów wytwórczych będzie wymagała nowych umiejętności. Choć niektóre z tradycyjnych dzisiaj zawodów z obszaru mechaniki będą istniały w przyszłości w takiej samej (bądź podobnej do dzisiejszej) formie, to w zdecydowanej większości przemiany technologiczne będą w sposób rewolucyjny wpływały na zmianę profilu określonego zawodu. Dalsza informatyzacja i robotyzacja pracy to tylko kwestia czasu (Kuras 2012, s. 7).

Poszukiwanie nisz rynkowych przez rzemieślników może bazować na identyfikacji zmian związanych z oczekiwaniami społecznymi. Te zaś wynikać mogą z nowych trendów w stylu życia społeczeństwa. Wśród nich wymienić można między innymi nastawienie na (*Styl życia – najnowsze trendy...* 2010):

- 1) wygodę;
- 2) zdrowie;
- 3) sensualizm;
- 4) autentyczność;
- 5) indywidualizm;
- 6) przynależność;
- 7) homocentryzm;
- 8) relaks i komfort.

Należy przede wszystkim spodziewać się, że zmiany spowodują popularność produktów, którymi można się cieszyć równocześnie z wykonywaniem innych czynności (np. zminiaturyzowanych). Oferty łączyć będą w sobie kilka funkcji lub korzyści. Ich użycie zabierze minimum czasu i wysiłku. Trend ten można określić jako trend *convenience*. Trend *convenience*, czyli „udogodnień”, dotyczy nie tylko produktów, ale również sposobu obsługi, który musi być szybki, łatwy. Ludzie są coraz bardziej wygodni, nie chcą stać w kolejkach i nosić ciężkich zakupów. Chcą natomiast, by sprawunki można było zrobić blisko, szybko i komfortowo. Stąd coraz większe zainteresowanie sklepami *convenience*. Są to placówki z doskonałą lokalizacją, łatwym dostępem dzięki długim godzinom otwarcia – także w święta i niedziele. Również sam produkt musi być wygodny. Na przykład osoby w podróży i kierowcy oczekują produktów łatwych do otworzenia i spożycia. Dlatego opakowania produktów *convenience* muszą być odpowiednio dopasowane, łatwe do otworzenia, niewymagające dzielenia i najlepiej w rozmiarze jednorazowej porcji (*Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu...* 2010, s. 44).

Z trendem tym wiąże się wzrost zainteresowania dokonywaniem zakupów za pośrednictwem internetu lub telefonu. O większym zainteresowaniu konsumentów nietradycyjnymi formami dokonywania zakupów świadczą wyniki badań

prezentowane w „Raporcie podsumowującym stan branży e-commerce w Polsce”. Zgodnie z raportem, w 2009 roku na zakupy internetowe Polacy wydali 13,43 miliarda złotych, co oznacza wzrost o 22% w stosunku do roku poprzedniego (w 2008 roku była to kwota 11,01 mld złotych, przyrost roczny wyniósł 36,4%). Wzrostowi o ok. 1,45% uległ również udział transakcji zrealizowanych za pośrednictwem aukcji internetowych, osiągając poziom 60,31% wartości sprzedaży, tj. 8,1 mld PLN. Roczny wzrost w obrotach aukcji wyniósł 25% (*Polski rynek e-commerce... 2010*).

Rynek zakupów w internecie rośnie równie szybko jak świadomość polskich klientów, którzy dostrzegają coraz więcej zalet zakupów przez internet. W ciągu ostatnich lat nastąpił znaczny wzrost poziomu obsługi e-klientów. Coraz większa konkurencja wymusza na sklepach indywidualne podejście do każdego klienta (*E-zakupy oczami klientów...*).

Ponadto sklepy będą intensywniej walczyć o klientów. Sektor e-commerce będzie się bowiem coraz bardziej rozdrabniał. Przyrost osób, które kupują w sieci, nie jest wynikiem zwiększającej się liczby internautów, a dojrzałości i stażu w sieci. Osoby z większym stażem on-line będą częściej kupować przez internet. Poza tym Stowarzyszenie Marketingu Bezpośredniego szacuje, że „nowi” internauci, którzy z sieci korzystają od tego roku, w pełni zaczną korzystać z e-commerce w ciągu dwóch najbliższych lat (*Rynek e-commerce...*).

Jeśli chodzi o trend w stylu życia, jakim jest zdrowie, warto zwrócić uwagę, że przede wszystkim rośnie świadomość zdrowotna: *wellness*, zdrowie jako czynnik dobrego samopoczucia, wyglądu i kondycji psychicznej. Popularne będą produkty, takie jak żywność funkcjonalna, organiczna, niskotłuszczowa, bogata w wartości odżywcze, zbilansowana dieta, probiotyki, kluby *fitness*, kosmetyki. Trend *wellness* oznacza styl życia, który ma zapewnić stan dobrego zdrowia i samopoczucia oraz doprowadzić do harmonii pomiędzy ciałem, duchem i umysłem. Nawiązuje on do definicji zdrowia przyjętej przez World Health Organization (WHO), według której stan zdrowia to dobrostan fizyczny, psychiczny, społeczny i umysłowy. Trend ten powstał w wyniku wzrastającej świadomości ludzi, że stan dobrego samopoczucia jest uwarunkowany wieloma czynnikami. O ten stan zdrowia i samopoczucia trzeba samemu zadbać, bowiem zgodnie z koncepcją pól Lalonda jedynie w 10% zależy on od kondycji systemu zdrowia, w 15% od właściwości biologicznych organizmu i aż w 50% od indywidualnych zachowań i stylu życia. Do osiągnięcia takiego stanu potrzebne jest więc zaangażowanie, zanim choroba się pojawi, czyli wykonywanie tego, co według najlepszej osiągalnej wiedzy należy robić, aby zachować zdrowie i dobre samopoczucie tak długo, jak to możliwe.

Bycie *wellness* to także zadbanie o właściwe proporcje pomiędzy czasem pracy a czasem wolnym, który z kolei powinien być odpowiednio zaplanowany. Ten trend zachęca coraz większe rzesze ludzi do przyjęcia aktywnej postawy

i odpowiedzialności za własne samopoczucie, zdrowie i życie. Co za tym idzie coraz więcej osób docenia ekologiczną żywność, suplementy diety, korzysta z ośrodków SPA, salonów kosmetycznych, relaksuje się jazdą konną, rowerową, wędrownkami pieszymi. Produktami z branży *wellness* są również preparaty redukujące oznaki czasu, regenerujące, zapewniające ochronę przed zanieczyszczeniami znajdującymi się w powietrzu oraz redukujące stres. Muszą być wygodne w użyciu oraz sprzyjające środowisku. Rozwojowi tego trendu sprzyja także starzejące się społeczeństwo, które pragnie zachować młody i świeży wygląd, a co za tym idzie, dobre samopoczucie.

Ponadto obserwuje się wzrost zainteresowania samorozwojem, potrzebą budowania poczucia własnej wartości – nastawienie na rozwój psychologiczno-osobowościowy, potrzebą wyjaśniania rzeczywistości i znajdowania we wszystkich działaniach głębszego sensu. Stąd też coraz popularniejsze nastawienie się na własną duchowość i odrzucanie „wyścigu szczurów”. Coraz popularniejsze jest także życie „bliżej natury”, co przejawia się przenoszeniem z miast na wieś, zdrowym trybem życia, zainteresowaniem ekologiczną żywnością.

Trzeci trend to sensualizm. Oznacza on, że rośnie popularność produktów i usług, które dają nowe lub bardziej intensywne wrażenia, hedonistyczne doświadczenia. Wiąże się z tym również większą skłonność do eksperymentowania iryzyka – z kategorii: żywność, kosmetyki, rekreacja, sporty ekstremalne i rozrywka, np. konfitury z zielonych pomidorów, bary sushi, fondue, czekoladki z solą, piwa smakowe w odmianach kwiatowych, kawowa coca-cola (*Styl życia – najnowsze...* 2010).

Warto też zwrócić uwagę na kolejny trend – autentyczności – polegający na tym, że klienci coraz chętniej poszukują produktów wytwarzanych według tradycyjnych receptur, regionalnych i koneserskich. Rośnie przekonanie, że oferta massmarketowa nie daje takiej przyjemności zakupowej, jak produkty autentyczne, a w związku z tym zwiększa się krytyczne nastawienie do ofert. Przykładem autentycznych produktów są marki z długą tradycją, np. Krakowski Kredens, Le Rustique czy Blikle.

Na zakres wybieranych przez klientów produktów wpływa szereg czynników determinujących gusty i preferencje konsumentów. Ważna jest postawa, jaką reprezentuje konsument wobec określonych państw i regionów, a co za tym idzie wobec produktów pochodzących z tych państw. W tym przypadku, wyrazem określonej postawy może być świadome preferowanie produktów krajowych. Takie zachowanie jest przejawem etnocentryzmu. Konsument etnocentryczny jest przekonany, że konsumpcja produktów zagranicznych jest niemoralna, a ich zakup szkodzi gospodarce kraju, osłabiając ją, co w konsekwencji może odbić się także na konsumencie dokonującym wyborów (Smyczek 2010, s. 107-108).

Etnocentryzm konsumencki dotyczy w najsilniejszym stopniu żywności, w najmniejszym – kosmetyków i produktów zaawansowanej technologii. Pomiaru za pomocą tzw. CET-scale (skali pomiaru etnocentryzmu konsumencieckiego) wskazują, że najsilniej etnocentryczni w Europie są konsumenci niemieccy, brytyjscy i francuscy (*Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu...* 2010, s. 40).

Inny zakres preferencji mają coraz liczniejsi konsumenci poszukujący produktów regionalnych. Produkt regionalny jest wytwarzany przy zastosowaniu tradycyjnych metod produkcji. Według Rozporządzenia Rady (WE) nr 509/2006 z dnia 20 marca 2006 r. tradycyjny oznacza udokumentowany jako będący w użyciu na rynku wspólnotowym przynajmniej przez okres wskazujący na przekaz z pokolenia na pokolenie: okres ten powinien odpowiadać okresowi zwykle przypisywanemu jednemu pokoleniu i wynosić co najmniej 25 lat (*Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu...* 2010, s. 41).

Konsumenci w wielu krajach coraz częściej przekonują się do regionalnych produktów, a jak wynika z badań nawet 80% kupujących decyduje się zapłacić więcej za produkty posiadające gwarancje pochodzenia lub tradycyjnej metody wytwarzania. Podobną tendencję obserwuje się również w Polsce.

Wśród krajów Unii Europejskiej największą liczbę regionalnych produktów rolnych i żywnościowych posiadają Francja, Włochy i Grecja. Produkty te stanowią obecnie 10% produkcji rolno-spożywczej w Europie. Konsumenci poszukują już nie tylko produktów tanich, bezpiecznych, ale raczej wyrobów, które w znaczący sposób różnią się od innych produktów. Stąd, w gustu i potrzeby kupujących doskonale wpisują się certyfikowane i uznane w kraju produkty regionalne i tradycyjne. Dzięki ochronie ich nazw konsumenci mają pewność, że kupują zawsze tylko oryginalne wyroby, a za sprawą systemu kontroli, której poddawane są produkty, mają gwarancję ich najwyższej jakości i wyjątkowości.

Kolejny trend to indywidualizm. „Moda” na indywidualizację wiąże się przede wszystkim z faktem, że coraz więcej gospodarstw domowych jest jednoosobowych. Jednocześnie ludzie coraz dłużej pozostają w stanie kawalerskim. To sprawia, że wiele osób poszukuje ofert dopasowanych do ich jednostkowych potrzeb, np. muesli składające się z indywidualnie dobranych składników, oferty specjalnie dla singli.

Nowy konsument oczekuje indywidualnego traktowania, stąd też coraz większy nacisk kładzie się na personalizację. Może ona być rozumiana „jako dostosowywanie masowo oferowanych produktów lub usług do potrzeb indywidualnych nabywców (tzw. mass customisation)”. Możliwość personalizacji początkowo częściej pojawiała się w sektorze usług, gdyż tu istnieje większa możliwość modyfikacji cech oferty w zależności od oczekiwań indywidualnego klienta. Pociąga to również za sobą relatywnie mniejsze koszty, niż np. w przypadku pro-

duktów FMCG (*Fast Moving Consumer Goods* – produkty szybko rotujące, dobra szybko zbywalne). Najczęściej znane rodzaje personalizacji to: indywidualne programy nauczania, łączenie np. kredytu i ubezpieczenia, indywidualne warunki w zależności od potrzeb i wydolności portfela klienta, karta kredytowa ze zdjęciem, indywidualne programy taryfowe przy usługach telekomunikacyjnych czy pakiety konfiguracyjne dla odbiorców telewizji cyfrowych. Pojawiają się też oferty związane z doradztwem i sprzedażą produktów o charakterze paramedycznym lub suplementów diety. Indywidualne programy ochrony zdrowia czy wybrana dieta powiązane są z możliwością zakupu np. „spersonalizowanych” pakietów zestawów witaminowych, jak np. serwis www.vitaminID.com (*Personalizacja, customizacja, indywidualizacja...*).

Rozwój nowoczesnych technologii oraz upowszechnienie dostępu do internetu były przyczynami rosnącej popularności personalizowanych rozwiązań. Wiele portali czy kanałów sprzedażowych praktycznie od samego początku zachęcało odbiorców do ich konfiguracji zgodnie z osobistymi potrzebami i tworzenia indywidualnych „profilu”. Podobnie chociażby strona startowa Google (iGoogle) czy Onet.pl daje każdemu internaucie możliwość ustawienia zawartości i wybranych funkcjonalności zgodnie z własnymi preferencjami (*Personalizacja, customizacja, indywidualizacja...*).

Postęp technologiczny, a szczególnie pojawienie się internetu nasiliło tendencje do customizacji również w marketingu producentów FMCG czy dóbr użytkowych. Znanym przykładem jest serwis internetowy firmy Nike, który pozwala personalizować zamówienie poprzez indywidualne „zaprojektowanie niepowtarzalnej pary butów. W tym przypadku finalny użytkownik ma do dyspozycji kilka gotowych opcji, które może łączyć oraz konfigurować wedle własnego uznania” (*Personalizacja, customizacja, indywidualizacja...*).

Customizacja łączy się więc najczęściej z gromadzeniem, a następnie przetwarzaniem informacji na temat każdego indywidualnego klienta. Takie podejście jest wręcz oczekiwane przez klientów. Do indywidualnych potrzeb i preferencji użytkownika można dopasowywać nie tylko produkt, ale cały marketing mix (cena i warunki sprzedaży, kanał komunikacji, miejsce zakupu).

Warto też wspomnieć, że customizacja najszybciej upowszechnia się tam, gdzie rośnie siła nabywcza konsumentów – gotowych płacić cenę premium za unikalny, niepowtarzalny produkt, idealnie dopasowany do ich osobistych potrzeb czy stylu życia. Wiąże się to również z rosnącym indywidualizmem konsumenckim i tendencją do autoekspresji, zapotrzebowaniem na coraz oryginalniejsze produkty. Ze względu na koszty związane z zarządzaniem informacją, a następnie optymalizowaniem procesu produkcji, personalizacja najczęściej stosowana jest w takich branżach, jak: produkcja odzieży, obuwia, mebli czy motoryzacja.

Personalizacja wiąże się z trendem „prosumenckim”. Konsument staje się współtwórcą i źródłem innowacji. Zamiast o konsumencie, mówi się coraz częściej o prosumencie, czyli „proaktywnym konsumencie”, „konsumencie profesjonalnym”. Wiąże się to z faktem, iż miejsce dotychczasowych anonimowych i jednokierunkowych relacji między konsumentem a producentem (a w rzeczywistości handlowcem-pośrednikiem) zajmują otwarte, interaktywne, partnerskie relacje między biznesem a klientami. Nie ma czasu na długotrwałe doskonalenie produktu przed wprowadzeniem go na rynek. Następuje wejście w epokę „perpetual Beta”, polegającą na wprowadzeniu produktów i usług, których cykl rozwojowy nie został jeszcze zakończony, i zaproszeniu konsumentów do współudziału w doprowadzeniu oferty do kolejnych etapów doskonałości. Metoda ta najlepiej sprawdza się w sektorze informatycznym, ale coraz częściej stosują ją firmy z innych branż – nawet farmaceutycznej. Dzięki temu produkt szybciej dociera na rynek, producent nawiązuje bliższe relacje z klientem, eliminuje lub zmniejsza ryzyko niepowodzenia przedsięwzięcia (*Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki i rynku pracy...* 2009, s. 102).

Inny trend związany ze stylem życia to przynależność. Polega on na tym, że popularne stają się produkty i usługi, które są odzwierciedleniem wspólnych przekonań. Rośnie liczba wyspecjalizowanych portali społecznościowych. Chodzi tu o tak zwane marki tribals (często nieznane masowemu odbiorcy), które łączą ludzi o podobnych pasjach. Przykłady: Harley Davidson, Volkswagen „Garbus”, Diesel, Bionade (ekologiczna lemoniada), Moleskine (legendarne notatniki europejskich artystów i intelektualistów) (*Styl życia – najnowsze trendy...* 2010).

Kolejnym wyróżnionym jest trend określony jako domocentryzm. Otóż własny dom staje się dla konsumentów coraz ważniejszym miejscem, również pracy. Konsumenci chcą, aby był on podziwiany. Produkty do tej pory popularne w restauracjach i kinach pojawiają się w domach, np. kino domowe, piwo w beczkach typu KEG, fondue, zestawy do sushi (*Styl życia – najnowsze trendy...* 2010).

Ostatni zaś trend, spinający w zasadzie wszystkie poprzednie, to relaks i komfort. Otóż z połączenia tych dwóch pojęć wyłania się tendencja, gdy dla konsumenta zaczynają liczyć się: *detoxing*, odpoczynek, bezpieczeństwo, zaufanie, prostota, a więc: bary tlenowe, *rest roomy*, *slow food*, *slow down*, *simple life*, bawełna, *organic*, pastele, *chill out* (*Styl życia – najnowsze trendy...* 2010).

Jeszcze innym wyznacznikiem zmian w zakresie popytu na dobra i usługi oferowane przez przedsiębiorstwa rzemieślnicze działające w sieciach może być starzenie się społeczeństwa. Wydłużanie się życia ludzkiego oraz wzrost jego jakości będą miały bardzo szeroki wpływ na gospodarkę regionu i rynek pracy. Z jednej strony następuje wzrost popytu na produkty i usługi dedykowane osobom starszym. Z drugiej zaś zmniejszeniu ulegnie relacja pracujących do osób, które opuściły już rynek pracy, przy jednoczesnym wzroście średniej wieku

w pierwszej z tych grup (*Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki i rynku pracy...* 2009, s. 107).

Obecnie w Polsce żyje ponad 5 mln ludzi po 65. roku życia. Z jednej strony polskie społeczeństwo starzeje się, bowiem w wiek emerytalny wchodzi pokolenie wyżu powojennego, z drugiej zaś, pomimo generalnie niskich dochodów, współcześni polscy emeryci zwiększają swoje wydatki konsumpcyjne. Do 2035 roku liczba osób w wieku poprodukcyjnym wzrośnie do 9,6 mln, wobec 6,2 mln osób w 2008 roku. Udział osób w wieku poprodukcyjnym w ogólnej liczbie ludności będzie wynosił w 2035 roku 26,7 proc. Liczba osób w wieku poprodukcyjnym będzie zwiększała się przeciętnie o ponad 100 tys. rocznie, a w okresie deKady 2010-2020 średniorocznie będzie przybywało prawie 200 tys. osób w wieku 60/65 lat i więcej. Z badania GUS wynika także, że obniżyć się będzie poziom umieralności, a wydłużyć przeciętna długość życia Polaków. W 2035 roku mężczyźni będą żyli ponad 77 lat, natomiast kobiety prawie 83 lata, tj. odpowiednio o ok. 6 i 3 lata dłużej niż obecnie (*Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu...* 2010, s. 41).

Rosnące znaczenie seniorów wynika również ze zmian w ich stylu życia. Wielu seniorów będzie chciało wciąż pracować, co przełoży się na ich wyższe dochody. Przyszli emeryci będą także lepiej wykształceni oraz bardziej niż obecni zainteresowani aktywnymi formami spędzania czasu, tzn. zainteresowani wyjazdami, rekreacją, wyjściem do restauracji.

Chcą cieszyć się życiem, podróżować, pić dobre wino i korzystać ze zdobytych technik: słuchać muzyki z odtwarzacza mp3 i oglądać filmy na DVD, słowem – okazują się być grupą docelową dla wielu producentów. Są bardziej otwarci, korzystają z internetu, interesują ich nowinki techniczne. Lubią zakupy, choć są oszczędni i dość zdyscyplinowani, tworząc listę sprawunków, ochoczo licytują sprzęty na aukcjach internetowych i szukają promocyjnych ofert produktów z zakresu nowych technologii (*Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu...* 2010, s. 42).

Okazuje się, że choć dochody polskich seniorów jeszcze nie dorównują dochodom zachodnich społeczeństw, są oni grupą, która ma spory potencjał nabywczy. Dzieje się tak, gdyż miesięczne przychody osób starszych są stałe. Seniorom nie grozi nagła utrata stałych dochodów spowodowana chociażby zwolnieniem, które może spotkać osoby pracujące. Jednocześnie osoby starsze są wyjątkowo wiernymi klientami i rzadko dokonują zakupów pod wpływem impulsu. Rosnące znaczenie seniorów wynika ze zmian w ich stylu życia i potencjalnych, większych niż obecnie, możliwości nabywczych osób w wieku poprodukcyjnym (*Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu...* 2010, s. 43).

Wraz ze starzeniem się ludzie coraz większą uwagę zwracają na jakość życia. Jakość życia jest wartością niezwykle subiektywną. Wpływ na nią mają nie tylko zmienne demograficzne, ale również preferowany system wartości, cechy osobowości, pochodzenie społeczne, a także poziom i jakość aktywności życiowej (Łój 2007, s. 153-157). Wzrostowi odsetka osób w starszym wieku towarzyszyć będzie szczególnie wysoki udział najstarszych roczników, określanych przez ekspertów Światowej Organizacji Zdrowia jako wiek starczy (75 i więcej lat) i wiek sędziwy (powyżej 90 lat). Jednym z zadań opieki zdrowotnej jest utrzymanie ludzi starszych w dotychczasowym środowisku w stanie możliwie największej sprawności, samodzielności i niezależności. W Polsce, podobnie jak w innych krajach, osoby starsze są najpoważniejszymi odbiorcami usług zdrowotnych. W większości krajów zachodnich wydatki na publiczną ochronę zdrowia na osobę w wieku powyżej 65 lat są ponad 4-krotnie wyższe niż na osobę w wieku 0-64 lata. Ważna jest przy tym kwestia, czy te dodatkowe lata życia upłyną w dobrym czy w złym stanie zdrowia oraz w jakim stopniu zabezpieczone zostaną potrzeby zdrowotne osób starszych. Zdrowie ma na tym etapie życia wartość szczególną, gdyż umożliwia aktywne i w miarę niezależne życie (*Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji geriatrycznej...* 2009, s. 129).

Jednym z wyznaczników jakości życia w wieku podeszłym jest liczba i jakość usług oferowanych w miejscu zamieszkania starszego człowieka i możliwości ich indywidualnego współfinansowania. W związku z tym ważnym obszarem wymagającym usprawnienia jest szkolenie profesjonalnych opiekunów seniora, zarówno rodziny, jak i osób obcych. Zadanie to może realizować zarówno sektor państwowy, jak też organizacje pozarządowych oraz usługodawców komercyjnych. Inny pogląd na jakość życia osób starszych to uznanie, że jednym z istotnych czynników określających pomyślność starzenia się i jakość życia w starości jest zachowanie autonomii, prywatności i kontroli nad własnym życiem (Rajewska 2005, s. 50).

Badania wpływu rehabilitacji na jakość życia wskazują na pozytywne jej oddziaływanie w czterech aspektach: a) stanu emocjonalnego, b) poziomu lęku, c) stanu psychofizycznego oraz d) obrazu własnej osoby. Badanie poziomu jakości życia przed rehabilitacją i po niej wskazuje, że wola i pasja życia wyraźnie wzrastają po rehabilitacji. Oznacza to, że rehabilitacja odgrywa ważną rolę w podniesieniu poziomu jakości życia u chorujących w okresie starości. Co więcej, im bardziej sprawne osoby wchodzi w okres starości, tym większe mają szanse na aktywność również w tym okresie życia. W każdym wieku można wybierać bardziej prozdrowotne formy aktywności, uwzględniając przy tym korzyści płynące z rekreacji ruchowej, turystyki czy zwyczajnych spacerów (Łój 2007, s. 156).

Na funkcjonowanie człowieka starego duży wpływ mają wyrażane przez niego postawy wobec świata, siebie i własnej starości. Co za tym idzie, wszystkie osoby starsze powinny mieć możliwość wyboru aktywnego stylu życia. Istnieje silna zależność pomiędzy zdrowiem a poziomem aktywności człowieka. Styl taki może przybierać rozmaite formy. Osoby starsze mogą być aktywne w różnych dziedzinach, a mianowicie: działać w stowarzyszeniach, wolontariacie, studiować na uniwersytetach trzeciego wieku, realizować swoje zainteresowania i hobby, uprawiać działalność oraz udzielać się w życiu społecznym, religijnym i politycznym. Część ludzi starszych dorabia do emerytury, a osoby zamieszkujące na wsi zwykle pracują na gospodarstwie do późnej starości. Wydawać by się mogło, że te formy aktywności są mniej atrakcyjne, ale wbrew pozorom nie jest to takie łatwe do rozstrzygnięcia, a ich ocena bywa sprawą indywidualną i zależy od potrzeb, preferencji i możliwości poszczególnych seniorów. Co ważne, niektóre formy aktywności nie wymagają znacznych nakładów finansowych, jak choćby spotkania z przyjaciółmi, inne zaś, jak np. wczasy zagraniczne, dla większości pozostają jedynie w sferze marzeń.

Jednocześnie można stwierdzić, że rynek seniorów staje się obecnie jednym z najważniejszych rynków dla szeroko pojętego przemysłu turystycznego. W krajach wysoko rozwiniętych odsetek osób powyżej 60. roku życia podejmujących podróże zagraniczne wynosi: w Niemczech – 20%, w Wielkiej Brytanii – 16%, we Włoszech – 13%, w Hiszpanii – 15%, w Stanach Zjednoczonych – 27%, w Kanadzie – 28%, w Japonii – 27% (*Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji geriatrycznej...* 2009, s. 36).

Można wręcz uznać, że starzenie się społeczeństwa jest na razie częściej problemem analizowanym przez demografów i socjologów oraz zmartwieniem ekonomistów, rzadziej polityków czy instytucji odpowiedzialnych za politykę zdrowotną i socjalną. Widać natomiast niedobór zainteresowania ze strony przedsiębiorców, dla których mogłaby to być atrakcyjna nisza rynkowa. Ośrodki rehabilitacyjne mogłyby się świetnie w niej odnaleźć. Jest tu też niewątpliwie miejsce dla przemysłu turystycznego (*Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji geriatrycznej...* 2009, s. 38).

Ponadto należy uwzględnić trendy, jakie zachodzą przede wszystkim w sferze turystyki osób starszych na świecie. Pozwalają one twierdzić, że w niedalekiej przyszłości jest szansa na zmianę wzorców konsumpcji i zwiększenie zainteresowania zdrowym stylem życia wynikającym ze wzrostu aktywności, także przez polskich emerytów. Zatem mimo występowania zarówno negatywnych, jak i w niektórych sferach pozytywnych tendencji w zakresie wzorców konsumpcji przewidywać można, że jednak prawdopodobieństwo wzrostu zainteresowania zdrowym stylem życia jest większe niż utrzymanie dotychczasowych biernych wzorców konsumpcji.

Generalnie więc coraz większe szanse będą miały firmy i przedsięwzięcia specjalizujące się w zaspokajaniu potrzeb, również zdrowotnych ludzi starszych. Zaobserwujemy boom na farmaceutyki, suplementy diety i specjalną żywność dla osób starszych.

Dynamiczny rozwój medycyny, farmacji oraz wzrost świadomości zdrowotnej społeczeństwa umożliwi zapobieganie chorobom i dalsze wydłużanie się życia ludzkiego. Wraz z medycyną i farmacją, szybko rozwijają się branże okołomedyczne, w tym przemysł tworzyw sztucznych wykorzystywanych w medycynie oraz usługi opiekuńcze i profilaktyka (w tym rekreacja, zdrowa żywność i suplementy diety, sport).

Starzenie się społeczeństwa będzie wywoływało coraz większe napięcia w systemach emerytalnych i w opiece zdrowotnej. Dlatego coraz większą popularnością cieszyć się będą indywidualne lub grupowe prywatne ubezpieczenia zdrowotne, plany emerytalne, abonamenty medyczne. Wzrost zamożności oraz niewydolność publicznych systemów opieki zdrowotnej wpływają na zwiększenie popytu na prywatne usługi medyczne i okołomedyczne, szczególnie w obszarze diagnostyki medycznej.

Będą rozwijały się usługi i produkty skierowane do osób starszych – od reklamy (specjalny przekaz, np. duża czcionka), poprzez handel (łączenie sprzedaży z wykonywaniem specyficznych usług), rozrywkę, produkty spożywcze, turystykę (turystyka wyspecjalizowana, w tym medyczna), po specjalne produkty i usługi finansowe (np. odwrócony kredyt hipoteczny – *everse mortgage*). Również branże dotychczas „zarezerwowane” tylko dla ludzi młodych będą otwierały się na osoby starsze. Dotyczy to przede wszystkim branży edukacyjnej i szkoleniowej, które będą musiały uzupełnić ofertę także o usługi dla bardziej dojrzałych klientów – nie tylko jako formy spędzania wolnego czasu (uniwersytety trzeciego wieku), ale jako efektywnego kształcenia ustawicznego, którego celem jest zmiana lub uzupełnienie kwalifikacji zawodowych potrzebnych do dalszego funkcjonowania na rynku pracy (*Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki i rynku pracy...* 2009, s. 107).

1.3. Sektory przyszłości w województwie podlaskim w kontekście rozwoju zawodów niszowych w zakładach rzemieślniczych

1.3.1. Rozwojowe branże województwa podlaskiego

Z punktu widzenia województwa podlaskiego kluczowych branż można doszukiwać się zarówno w dokumentach planistycznych opracowanych na poziomie województwa, kierunkach prowadzonych badań sektorowych, jak też rozwijających się klastrów gospodarczych i inicjatyw klastrowych.

W „Strategii Rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020” wśród wiodących branż, które mogą stanowić podstawę rozwoju województwa, wyróżniono przemysł spożywczy (głównie mleczarski), drzewny, maszynowy i turystykę (*Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego...* 2006, s. 54-55).

Jednym z opracowań dotyczących kluczowych sektorów w województwie podlaskim jest raport pt. „Rozwój struktur klastrowych w Polsce Wschodniej”. Okazuje się, że wśród szczególnie znaczących branż z punktu widzenia skupienia podmiotów wyróżnić można: przemysł spożywczy, drzewny, maszynowy, turystykę oraz budownictwo.

Podobne badania dotyczące klastrów zostały przeprowadzone w 2010 roku w ramach opracowania pt. „Klasy jako potencjał rozwoju – województwo podlaskie” przez ekspertów z Fundacji BFKK. Autorzy wyróżnili następujące branże, istotne z punktu widzenia przeprowadzonej analizy statystycznej: spożywcza, drzewno-meblowa, metalowa, turystyczna i piekarnicza (Plawgo, Klimczuk, Citkowski 2010, s. 3 i nast.).

Warto przy tym zwrócić uwagę, że w opracowaniu tym dokonano podziału branż na trzy grupy – na branże teraźniejsze, przyszłościowe oraz tzw. „znaki zapytania” (Plawgo, Klimczuk, Citkowski 2010, s. 3 i nast.). Branże teraźniejsze to te, których analiza stanu bieżącego w kontekście znaczenia w PKB regionu, bieżącej dynamiki rozwoju, uwarunkowań regionalnych, obiektywnych możliwości oddziaływania na procesy rozwojowe lub możliwości „oddania” dla regionu wartości dodanej pozwala uznać za posiadające obecnie potencjał rozwoju. Za branże przyszłości zostały uznane te, w których istnieje realna szansa na rozwój w perspektywie 10-15 lat. Natomiast „znaki zapytania” to branże, które być może w przyszłości będą mieć „potencjał rozwojowy” dla regionu, jednak ich obecny stan rozwoju budzi wiele wątpliwości.

W grupie pierwszej, czyli branż teraźniejszości, znalazły się branże: spożywcza, rolnictwo, metalowa, bielizniarska, informatyczna, maszynowa oraz mleczarska. Na branże przyszłości w województwie podlaskim składa się dziesięć branż. Wśród nich znalazły się branże: budowlana, medyczna, jachtowa (szkutnictwa), producentów sprzętu medycznego, medyczna-sanatoria, rehabilitacji geriatrycznej, produktów ekologicznych, innowacyjnych technologii z wykorzystaniem nauki, energetyka odnawialna/technologie ekologiczne, logistyczno-handlowa.

Pod „znakami zapytania” postawiono branże: turystyczną, drzewną, agroturystyczną, produkty regionalne, piekarnictwo, produkcję drobnego sprzętu AGD, hotelarstwo, przemysł lekki, hodowlę gęsi, przetwórstwo owocowo-warzywne, a także przetwórstwo mięsa.

Innym źródłem informacji o branżach wzrostowych, w kontekście rozwoju województwa podlaskiego, mogą być badania prowadzone przez Wojewódzki

Urząd Pracy w Białymstoku. Są one realizowane od kilku lat w ramach projektu pt. Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych.

Zasadniczo zostały tutaj wyodrębnione dwie ścieżki badań – te, które dotyczą tzw. starterów i te, które dotyczą sektorów kluczowych. W przypadku pierwszych z nich jak do tej pory analizowano następujące startery podlaskiej gospodarki: sektor rehabilitacji geriatrycznej, sektor call center, sektor artykułów medycznych i sprzętu medycznego, sektor produkcji żywności leczniczej oraz sektor produkcji bielizny.

Natomiast w ramach sektorów kluczowych badane były: sektor spożywczy, sektor turystyczny oraz ruch turystyczny w województwie podlaskim, sektor handlu, sektor budownictwa. Obecnie zaś został ogłoszony przetarg na przeprowadzenie badań w ramach sektora producentów wyrobów z drewna i mebli w województwie podlaskim oraz producentów maszyn i urządzeń, w tym maszyn rolniczych.

Poszukiwanie przyszłych branż, których rozwój sprzyjać będzie zarówno gospodarce regionu, jak i rozwojowi zawodów niszowych, może być realizowane także poprzez analizę stanu rozwoju inicjatyw klastrowych w danym regionie. Trzeba zwrócić przede wszystkim uwagę, że zmiany dotyczące tworzenia coraz to nowych inicjatyw w tym zakresie mają charakter niezwykle dynamiczny. W zasadzie na terenie Polski wschodniej brak klastrów gospodarczych *sensu stricto*. Wydaje się, że cechy takiego obszaru ma jedynie Dolina Lotnicza, której najbliższej jest ze względu na charakteryzujące ją cechy do takich skupisk na świecie jak chociażby Dolina Krzemowa. W obszarze pięciu analizowanych województw, co prawda zauważyć można występowanie skupisk podmiotów również w innych branżach i sektorach, jednak póki co stopień współpracy czy zaufania jest tak niski, że niewłaściwym jest stosowanie pojęcia klastra gospodarczego, a co najwyżej można doszukiwać się załączkowych form tych struktur gospodarczych. Jednocześnie dostrzega się, iż powstaje wiele inicjatyw mogących przyczynić się do zmian jakościowych (zaufanie, współpraca, zrozumienie idei klastra), które są pewnym krokiem w kierunku rozwoju klastrów w przyszłości.

Na terenie województwa podlaskiego można wyróżnić 22 istniejące i działające inicjatywy klastrowe i załączki klastrów (tabela 1.1). Ich liczba nie jest stała, co wynika z faktu, iż część z nich jest uruchamiana i realizowana w ramach projektów, a po ich zakończeniu, przy braku ciągłości finansowej, ich działalność nie jest kontynuowana. Spośród nich 3 skupiają członków i realizują działania odnoszące się do całego obszaru Polski wschodniej, a są to: Innowacyjny Klaster Zdrowie i Turystyka „Uzdrowiska – Perły Polski Wschodniej”, Klaster Instytucji Otoczenia Biznesu, Klaster IT – Wschodni Klaster Informatyczny.

TABELA 1.1. INICJATYWY KLASTROWE I ZAŁĄŻKI KLASTRÓW W WOJEWÓDZTWIE PODLASKIM

Nazwa inicjatywy	Branża	Obszar działania
Klaster Zielonych Technologii	Odnawialne źródła energii	Podlaskie
Północno-Wschodni Innowacyjny Klaster Turystyczny „Kryształ Europy”	Turystyka	Podlaskie
Fundacja Klaster Polskie Jachty	Jachtowa	Podlaskie
Polski Wschodni Klaster Medyczny	Medyczna	Podlaskie
Północno-Wschodni Innowacyjny Klaster Drzewny	Drzewna	Podlaskie
Klaster Instytucji Otoczenia Biznesu	Edukacyjno-doradcza	Lubelskie Podkarpackie Podlaskie Świętokrzyskie Warmińsko-mazurskie
Klaster Przemysłu Gorzelniczego Polska Wódka	Rolno-spożywcza	Polska
Wschodni Klaster Edukacji Zawodowej	Edukacyjno-doradcza	Lubelskie Podlaskie
Północno-Wschodni Klaster Edukacji Cyfrowej (KEC)	Informatyczna	Podlaskie
Klaster Spożywczy „Naturalnie z Podlasia”	Rolno-spożywcza	Podlaskie
Klaster Obróbki Metali	Metalowa	Podlaskie
Podlaski Klaster Bielizny	Bielżniarska	Podlaskie
Podlaski Klaster Piekarniczy – Stowarzyszenie	Rolno-spożywcza	Podlaskie
Klaster IT – Wschodni Klaster Informatyczny	Informatyczna	Lubelskie Podkarpackie Podlaskie Świętokrzyskie Warmińsko-mazurskie
Innowacyjny Klaster Zdrowie i Turystyka „Uzdrowiska – Perły Polski Wschodniej”	Turystyczna	Lubelskie Podkarpackie Podlaskie Świętokrzyskie Warmińsko-mazurskie
Klaster Mleczarski	Rolno-spożywcza	Podlaskie Warmińsko-mazurskie

Warmińsko-Mazurski Klaster „Razem Ciepłej”	Odnawialne źródła energii	Podlaskie Warmińsko-mazurskie
Klaster Uzdrowisko Supraśl	Turystyczna	Podlaskie
Klaster Turystyki Wiejskiej Dziedzictwo Kultur i Smaków	Turystyczna	Podlaskie
Klaster Wieprzowina Podlaska	Rolno-spożywcza	Podlaskie
Wschodni Klaster Budowlany	Budowlana	Podlaskie
Podlaska Grupa Gospodarki Odpadami	Ochrona środowiska	Podlaskie

Źródło: Opracowanie własne.

Są również i takie, które skupiają po 2-3 województwa Polski wschodniej, w tym: Klaster Mleczarski i Warmińsko-Mazurski Klaster „Razem Ciepłej” skupiający podmioty z województw warmińsko-mazurskiego i podlaskiego.

W województwie podlaskim inicjatywy klastrowe cechuje bardzo niska różnorodność co do obszaru działania. Aż 15 dotyczy tylko obszaru województwa podlaskiego. Poza tym jedna jest inicjatywą z obszaru dwóch województw podlaskiego i warmińsko-mazurskiego. Są to Klaster Mleczarski i Warmińsko-Mazurski Klaster „Razem Ciepłej”. Niektóre podmioty z województwa należą do inicjatywy o charakterze ogólnokrajowym, jaką jest Klaster Przemysłu Gorzelniczego Polska Wódka.

Pod względem branż, których dotyczą utworzone inicjatywy, występuje znacząca różnorodność, poczynsz od sektora spożywczego, turystyki, produkcji wyrobów z drewna, do produkcji jachtowej czy informatyki. Wybór kierunku działania inicjatyw zależy przede wszystkim od znaczących zastanych lokalnych zasobów. W zasadzie jeśli chodzi o branże, można tu wymienić następujące:

- rolno-spożywcza (5 inicjatyw);
- ochrona środowiska i energetyka odnawialna (3 inicjatywy);
- turystyka, w tym uzdrowiska (2 inicjatywy);
- edukacyjno-doradcza (2 inicjatywy);
- informatyka (2 inicjatywy);
- produkcja jachtów;
- medycyna;
- drzewna;
- metalowa;
- produkcja bielizny.

Podsumowując należy wskazać, że w skupieniu inicjatyw na terenie województwa podlaskiego występuje wiele inicjatyw i załączków klastrow w branżach, które potencjalnie mogą stać się przyszłymi kierunkami rozwoju tego regionu. Szczególnie ważne jest zwrócenie uwagi na branżę rolno-spożywcza, szeroko po-

jętą ochronę środowiska wraz z energią z odnawialnych źródeł energii, turystykę, edukację i doradztwo oraz informatykę.

Jak wynika z powyższego, w znacznym stopniu branże te pokrywają się z branżami uznawanymi za rozwojowe na świecie. Odbiega od tego trendu przede wszystkim sektor rolno-spożywczy. W wymiarze ponadregionalnym postrzega się raczej, że coraz większe znaczenie przypisywane jest rozwojowi biotechnologii, w tym agrotechnologii, co wskazuje na wyższy poziom zaawansowania w tym zakresie. Nic w tym dziwnego, gdy zdecydowaną większość powierzchni województwa stanowią użytki rolne, a poziom rozwoju przemysłu jest znacznie ograniczony. To wcale jednak nie oznacza, że rozwój tak tradycyjnych sektorów jak rolno-spożywczy nie jest możliwy i nie może mieć charakteru innowacyjnego. Podobnie zresztą jak w dwóch kolejnych branżach, gdyż obok tradycyjnego sektora rolno-spożywczego na powyższej liście inicjatyw klastrowych pojawiają się również te związane z produkcją drzewną czy produkcją metalową.

Ponadto zauważyć można jeszcze inne różnice w branżach rozwojowych na świecie i w województwie podlaskim. Pojawia się tu produkcja jachtów czy też produkcja bielizny, które bez wątpienia należy traktować jako wyjątkowo niszowe przykłady branż nie tylko w skali województwa, ale i światowej. Co nie oznacza, że nie mają one szansy na generowanie nowych miejsc pracy i osiąganie znaczących zysków. Jest to szczególnie istotne w kontekście wcześniej opisanych trendów związanych ze stylem życia społeczeństwa, który w połączeniu ze wzrostem zamożności przyczynia się do coraz większego zainteresowania takimi „dobrami zbytku”, jak wysokiej jakości, dobrej marki i w szerokim asortymencie, wygodna bielizna czy też zakup prywatnych jachtów.

Na podstawie powyższych analiz można wyciągnąć wniosek, że do branż rozwojowych województwa podlaskiego niewątpliwie należeć będą branże:

- rolno-spożywcza (w tym produkcja żywności funkcjonalnej);
- drzewno-meblowa;
- metalowa (w tym także produkcja sprzętu medycznego);
- turystyczna (w tym uzdrowiska), turystyka (w tym turystyka gastronomiczna, ekoturystyka);
- ochrona środowiska i energetyka odnawialna;
- budownictwo (w tym budownictwo pasywne);
- informatyczna i teleinformatyczna (w tym rozwój call centers);
- edukacyjna;
- medyczna (rehabilitacja geriatryczna);
- jachtowa;
- bieliźniarska.

1.3.2. Zapotrzebowanie na zawody i specjalności w kluczowych branżach i sektorach w województwie podlaskim

Przeprowadzona powyżej analiza przyszłościowych branż rozwoju województwa podlaskiego może ułatwić poszukiwanie zawodów niszowych. Niestety, jak do tej pory przeprowadzono na ten temat niewiele badań.

Zawody niszowe, które mogą rozwijać się w województwie podlaskim, zgodnie z definicją przyjętą w części pierwszej opracowania, będą wywodzić się zarówno spośród zawodów nowo tworzonych, jak i ginących. Kwestią trudną do rozstrzygnięcia pozostaje, czy uda się wykryć daną niszę rynkową. Celem opracowania katalogu potencjalnych zawodów niszowych przyjęto za istotne następujące kryteria:

1. Możliwości rozwoju danego zawodu w ramach własnej działalności rzemieślniczej – dany zawód znajduje się w wykazie zawodów rzemieślniczych i/lub w tzw. grupie wielkiej 7 Robotnicy przemysłowi i rzemieślnicy „Klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy” z roku 2010 opracowanej przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej (MPiPS).
2. Znaczenie danej branży/sektora w województwie podlaskim jako potencjalnego kierunku rozwoju regionu wynikającego z jego specyficznych uwarunkowań regionalnych.
3. Zgodność z trendami zachodzącymi na rynkach światowych.

Spośród wyróżnionych dla województwa podlaskiego branż/sektorów kluczowych identyfikacja zawodów niszowych nie obejmuje branż: informatycznej i teleinformatycznej, turystycznej, ochrony środowiska i energetyki odnawialnej oraz edukacyjnej, gdyż trudno w nich o zweryfikowanie jakichkolwiek zawodów czy specjalności, które mają charakter rzemieślniczy. Można w nich oczywiście doszukiwać się zawodów niszowych, uwzględniających trendy światowe, które potencjalnie miałyby szanse rozwoju w województwie podlaskim, jednak nie spełniałyby one cechy zawodów rzemieślniczych. Ponadto w sektorze budownictwa nie wskazano na żaden zawód o charakterze niszowym znajdujący się na liście zawodów rzemieślniczych.

1.3.2.1. Zawody niszowe w branży przetwórstwo rolno-spożywcze

W sektorze przetwórstwa rolno-spożywczego prowadzone były badania dotyczące produkcji żywności funkcjonalnej. Zasadniczo produkcja żywności funkcjonalnej jest uznawana za dalszą dywersyfikację ofert produktowych w ramach już istniejących przedsiębiorstw. Co za tym idzie, nie będzie prawdopodobnie prowadzić do tworzenia nowych podmiotów gospodarczych, a raczej bazować na już istniejących i ich doświadczeniu w produkcji żywności. Stąd też takie rozumienie produkcji żywności funkcjonalnej będzie raczej sprzyjać uzyskaniu i utrzymaniu przez podmioty pozycji konkurencyjnej na rynku. Tak więc będzie

raczej wiązać się z koniecznością wprowadzania nowych sposobów sprzedaży i angażowaniem w działalność handlową nowych pracowników. Nie zmienia się zaś znacząco sytuacja na rynku pracy pod względem struktury i poziomu zatrudnienia, co może prowadzić do zainteresowania nowymi niszowymi zawodami, w których to zatrudnienie specjalistów pozwoli na rozwój produktów mających właściwości żywności funkcjonalnej.

Jeśli chodzi o przetwórstwo rolno-spożywcze, to według *Przewodnika po zawodach* (2003) w przemyśle spożywczym można wymienić następujące rodzaje zawodów:

- 1) inżynier technologii żywności – o różnych specjalnościach, np. specjalista w zakresie technologii mięsa i przetworów mięsnych, przetwórstwo ziemniaków;
- 2) technik technologii żywności;
- 3) przetwórcą ryb;
- 4) ubojowy;
- 5) rzeźnik wędliniarz;
- 6) cukiernik;
- 7) piekarz;
- 8) przetwórcą owoców i warzyw;
- 9) młynarz;
- 10) operator urządzeń do produkcji napojów bezalkoholowych;
- 11) klasyfikator żywności;
- 12) operator maszyn do przetwórstwa żywności i produktów pokrewnych.

Obok nich pojawiają się również zawody pokrewne, w tym np.: biochemik, inżynier biotechnologii, technik żywienia zbiorowego, dietetyk, technik, inspektor bezpieczeństwa i higieny pracy, robotnik przemysłu spożywczego (m.in.: masarz, cukiernik, piekarz, młynarz), aparatowy przetwórstwa mięsnego, operator maszyn i urządzeń przemysłu spożywczego, operator procesów technologicznych w przemyśle spożywczym, kucharz, garmażer, ciastkarz, wytwórca napojów chłodzących, aparatowy procesów technologicznych przemysłu spożywczego, aparatowy przetwórstwa owocowo-warzywnego (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji żywności leczniczej...* 2010, s. 67).

Co prawda, brak jest danych statystycznych dla samego sektora przetwórstwa rolno-spożywczego dotyczących wykształcenia, jak i niedoboru kadr, jednak jak wskazują wyniki badań kadr pracowniczych, zrealizowanych w ramach *Analizy kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor spożywczy* (2009, s. 130), wśród poszukiwanych pracowników w sektorze wymienić można osoby w zawodach ściśle związanych z produkcją, o specjalistycznym przygotowaniu zawodowym, w tym: masarz (rozbieracz-wykrawacz), garmażer chłodniczy oraz technolog produkcji. Ponadto na podstawie badań ankietowych dotyczących stanowisk

pracy, na które w opinii ankietowanych najtrudniej jest znaleźć pracowników, wyróżnić należy takie jak: masarz, masarz rozbieracz, wędzacz, technolog produkcji, technolog ds. produkcji spożywczej, pracownik uboju wykrawacz, garmazer chłodniczy, rozbieracz kurczaka, rozbieracz-wykrawacz. Jednocześnie wyniki badań w branży mięsnej, owocowo-warzywnej i produkcji napoi wskazują, że tylko nieliczne podmioty zgłaszały potrzebę zatrudnienia nowych pracowników czy konieczność podnoszenia kwalifikacji osób już zatrudnionych. Przedsiębiorcy pytani o zawody deficytowe, zdecydowanie wskazują na te, które bezpośrednio wiążą się z produkcją i wymagają przygotowania zawodowego. Zasadniczo należy stwierdzić, że przedsiębiorcy dostrzegają pewne niedobory kadrowe w zakresie zawodów związanych bezpośrednio z produkcją.

Jeśli jednak przyjrzeć się tylko zawodom niszowym, to jak pokazują wyniki badań w zakresie rozwoju produkcji żywności leczniczej/funkcjonalnej w województwie podlaskim, szczególnie duże trudności dostrzega się w znalezieniu pracowników w zawodach dotyczących technologii produkcji. Osoby na takich stanowiskach pracy, jak np. technolog ds. produkcji, mogą w istotnym stopniu przyczynić się do wprowadzania nowych rozwiązań produktowych, w tym w postaci żywności funkcjonalnej. Innym ważnym zawodem jest biotechnolog. Jak zauważają autorzy raportu, obecny brak osób z odpowiednim wykształceniem „na miejscu” i konieczność poszukiwania specjalistów w innych regionach po prostu może zniechęcać przedsiębiorstwa do podjęcia się produkcji żywności funkcjonalnej. Poza tym z punktu widzenia sektora istotne jest ogólnie wykształcenie w zakresie technologii żywności oraz to, aby osoby miały wykształcenie związane z dietetyką, w połączeniu z farmacją (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji żywności leczniczej...* 2010, s. 106).

Autorzy raportu dotyczącego produkcji żywności leczniczej zwracają również uwagę na wagę kwestii zwiększania świadomości społeczeństwa o roli żywienia i aktywności fizycznej dla zachowania zdrowia. To sprawia, że niezbędne jest podejmowanie edukacji różnych grup społecznych, w tym grup zawodowo związanych z ochroną zdrowia oraz edukacją dzieci i młodzieży. Konieczne jest także ustawiczne kształcenie kadr medycznych poprzez cykle szkoleń, konferencji, warsztatów. Stąd też wydaje się zasadny nacisk na zawody związane z edukowaniem, jak i projektowaniem indywidualnej diety, np. dietetyków, ważne jest również wykształcenie łączące się z farmacją (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji żywności leczniczej...* 2010, s. 107).

Podsumowując, w kontekście rozwoju sektora produkcji żywności leczniczej można wskazać, że zawody ważne dla rozwoju produkcji żywności funkcjonalnej to przede wszystkim: technolodzy żywności, biotechnolodzy, dietetycy (*Startery*

podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji żywności leczniczej... 2010, s. 110).

Badania tej branży ujawniły szczególne zapotrzebowanie na trzy rodzaje zawodów, jakimi są technolodzy żywności, biotechnolodzy, dietetycy (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji żywności leczniczej...* 2010, s. 110). Na podstawie informacji zawartej w „Klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy”, można w odniesieniu do analizowanej branży wyróżnić następujące zawody/specjalności jak chociażby kontroler jakości produktów spożywczych, technik technologii żywności.

Zważywszy na fakt, że żywność funkcjonalna to nie tylko często kojarzone z tą grupą produktów – napoje, lecz również chociażby pieczywo wypiekane przy zastosowaniu odpowiednich receptur czy technologii, tłuszcze – np. margaryna z dodatkiem kwasów omega 3, soki – np. sok pomidorowy z podwyższonym poziomem likopenu, trudno o wyodrębnienie jednego rodzaju zawodu „technika” wiążącego się z produkcją żywności funkcjonalnej. Produkcja taka dotyczyć może różnego rodzaju produktów z szerokiego asortymentu żywności, zarówno w postaci m.in. mrożonej czy też konserwowanej, jak i np. muesli gotowych do bezpośredniego spożycia.

Inną ważną grupą zawodów są te związane z dietetyką. Zachowanie odpowiedniej proporcji różnych składników w stosowanej diecie jest niezbędne dla prawidłowego funkcjonowania organizmu. W obliczu coraz bardziej pogłębiających się problemów zdrowotnych ludności związanych ze złymi nawykami żywieniowymi konieczne jest zwrócenie uwagi na rozwój tego rodzaju zawodów.

Zawodów tych poszukiwać można na liście MPiPS w dwóch odrębnych grupach – „Specjalistów” oraz „Techników i innego personelu średniego”. Przy czym w pierwszej uwzględniono zawody: dietetyk oraz technik żywienia i gospodarstwa domowego, w drugiej zaś specjalista dietetyk oraz specjalista żywienia człowieka. Dlatego też warto zwrócić uwagę na różnice w rozumieniu poszczególnych zawodów i specjalności, co pozwoli na dokonanie wyboru tych, które wydają się szczególnie ważne z punktu widzenia analizowanej branży, a które przedstawiono powyżej: dietetyka, technika żywienia i gospodarstwa domowego, specjalisty dietetyka, specjalisty żywienia człowieka.

Kolejnym zawodem uznanym za ważny z punktu widzenia rozwoju branży spożywczej, a w szczególności niszy, jaką jest produkcja żywności funkcjonalnej, jest zawód biotechnologa. Biotechnolog kieruje przemysłowymi procesami syntezy, biosyntezy oraz wyodrębniania substancji organicznych z surowców roślinnych i zwierzęcych, a także wytwarzania z nich produktów użytkowych; uczestniczy w badaniach, opracowywaniu i wdrażaniu nowych projektów procesowych oraz w projektowaniu, rozwoju i modernizacji zakładów biotechnologicz-

nych. Ponadto warto zwrócić uwagę na jeszcze inny zawód, jakim jest bromatolog, który to zapisany jest w „Kwalifikacjach...” jako farmaceuta-bromatolog. Jest to zawód polegający na samodzielnym dokonywaniu ekspertyz w zakresie bezpieczeństwa żywności, sposobu żywienia i stanu odżywiania. Praca wykonywana jest np. w laboratoriach kontrolnych zakładów produkcyjnych przetwarzających żywność, w tym żywności specjalnego żywieniowego i medycznego przeznaczenia (*Program specjalizacji w bromatologii...* 2004, s. 2). Warto jednocześnie podkreślić, że we wcześniejszej kwalifikacji zawód ten nie był wyodrębniany i zapisany był do zawodu/specjalności „223490 Pozostali farmaceuci”. Już ta zmiana może świadczyć o wzroście wagi niniejszego zawodu.

Analizując jednak różne zawody dotyczące sektora przetwórstwa rolno-spożywczego pod względem rozwoju rzemiosła w województwie podlaskim stwierdzić należy, że żadne z powyższych nie klasyfikują się do kategorii zawodów niszowych, a jeśli nawet to nie spełniają warunku zawodu „rzemieślniczego”.

Wśród zawodów mieszczących się w grupie specjalistów pracujących w sektorze spożywczym wyróżnić można w grupie średniej 751 Robotnicy w przetwórstwie spożywczym i pokrewni, grupie elementarnej 7513 Robotnicy w produkcji wyrobów mleczarskich zawód serowara (751302). Pracownik taki prowadzi procesy wytwarzania różnego typu serów podpuszczkowych dojrzewających oraz różnego rodzaju twarogów i serków twarogowych. Wskazanie tego zawodu jest uzasadnione faktem, że na terenie województwa podlaskiego występuje duża produkcja mleka oraz przetworów z mleka. Przykładem są tzw. sery korycińskie. Przede wszystkim jest to ser produkowany ręcznie z niepasteryzowanego mleka krowiego.

1.3.2.2. Zawody niszowe w sektorze metalowym – produkcja sprzętu medycznego

Kolejny badany sektor uznany za „starter podlaskiej gospodarki” dotyczył producentów sprzętu medycznego. Jest to sektor klasyfikujący się do obszaru produkcji metalowej. Sektor ten obejmuje zarówno osoby z wykształceniem medycznym, jak i wykształceniem technicznym inżynierskim, zarówno średnim zawodowym, jak i wyższym. Generalnie w branży tej dostrzega się problem z dostępnością kadr, jest także problem natury technicznej – brak parku maszynowego do kształcenia zgodnie z potrzebami przedsiębiorstw. Potrzebne jest kształcenie medyczne połączone z technicznym inżynierskim (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor producentów artykułów i sprzętu medycznego...* 2009, s. 109).

Ogólnie brakuje technologów w całym przemyśle. Firmy z tego sektora potrzebują również handlowców i przedstawicieli handlowych, którzy pozwolą stworzyć sieć dystrybucji. W sektorze istnieje możliwość pozyskiwania kadr z Politechniki Białostockiej, przy czym ma też miejsce silny proces odpływu bar-

dzo dobrej kadry z regionu. Perspektywy rozwoju są ograniczone, ponieważ regionalny rynek zgłaszający zapotrzebowanie na artykuły i sprzęt medyczny jest stosunkowo płytki, co wynika z istotnie ograniczonych możliwości finansowych podlaskich szpitali. Dlatego, aby te firmy mogły się rozwijać, muszą działać w skali krajowej i zagranicznej, a do tego może im brakować odpowiedniej siły przebicia w postaci ogromnych nakładów na marketing i promocję. Na dzień dzisiejszy nie ma większych perspektyw na nowe miejsca pracy. Jeżeli napłyną inwestycje – to można wtedy będzie liczyć na wzrost zatrudnienia w sektorze. Nie będzie to jednak znaczna skala (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor producentów artykułów i sprzętu medycznego...* 2009, s. 109).

Rozwój sektora wpłynie na zmiany w zatrudnieniu w województwie podlaskim, wymusi to zwiększenie zatrudnienia w sektorze, to zaś może mieć wpływ na zmiany w kierunkach kształcenia w województwie podlaskim. Przede wszystkim chodzi tu o zawód technik mechatronik.

Profil firmy i specyfika rynku definiują charakter wykonywanych obowiązków zawodowych. Jak zauważają autorzy raportu, zdecydowana większość produktów jest wykonywana na indywidualne zlecenie, co wymaga nierutynowej i twórczej pracy. Jedynie sprzedaż gotowych wyrobów wiąże się z rutynowymi czynnościami (tj. pobranie miary, przymierzenie, założenie wyrobu). Oznacza to, że średnio 70% czasu pracy pracownika stanowi współpraca z pacjentem, wymagająca oprócz wiedzy merytorycznej również szerokich umiejętności interpersonalnych. Pozostałe 30% czasu to praca na zapleczu polegająca na finalnym opracowaniu wyrobu medycznego. Oczywiście proporcje te różnią się w zależności od rodzaju produktu. Jako przykład mogą posłużyć wkładki ortopedyczne, gdzie prawie 90% czasu to praca z pacjentem, oraz protezy, przy konstruowaniu których jedynie 10% czasu należy poświęcić na kontakt z pacjentem.

Problematyczne z punktu widzenia przedsiębiorcy jest zdobycie przez pracownika uprawnień do kontaktu z pacjentem. Dotyczy to niektórych kategorii zawodowych oraz pracowników specjalistycznych spędzających wiele czasu z chorymi. Uprawnienia do kontaktu z pacjentem zgodnie z rozporządzeniem Ministra Zdrowia posiadają osoby z wykształceniem technika ortopedy, technika fizjoterapeuty lub inżyniera biomechanika. Natomiast przedstawiciele pozostałych zawodów, np. technik mechanik, dopiero po dwóch latach pracy wraz z doświadczeniem nabywają uprawnienia do samodzielnego kontaktu z pacjentem. Zgodnie ze strategią firmy, każdemu pacjentowi przydzielany jest jeden pracownik odpowiedzialny za realizację zamówienia. Ułatwia to lepsze poznanie potrzeb pacjenta, zdobycie zaufania i w konsekwencji lepsze dopasowanie produktu. Taka sytuacja jest dla firmy znacznym obciążeniem, ponieważ oznacza wyłączenie części pracowników z możliwości wykonywania obowiązków związanych z pracą z pacjentem (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodar-*

czych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor producentów artykułów i sprzętu medycznego... 2009, s. 111).

Co prawda przedsiębiorcy z tego sektora nie zgłaszają istotnych barier w dostępie do odpowiednich kadr, jednak wśród zawodów deficytowych wyróżnić można następujące: technik ortopeda, biomechanik, operator obrabiarek CNC, specjalista z dziedziny optyki instrumentalnej oraz mechaniki precyzyjnej (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor producentów artykułów i sprzętu medycznego... 2009, s. 115).*

Wracając do tematyki niniejszego opracowania – z punktu widzenia zawodów rzemieślniczych i w dodatku zawodów niszowych, szczególnie ważne zawody branży metalowej, które mogą rozwijać się jako niszowe, to: w grupie średniej 722 Kowale, ślusarze i pokrewni, grupie elementarnej 7221 Kowale i operatorzy pras kuźniczych – kowale wyrobów zdobniczych (722102). W zawodzie tym wykonywane są wyroby zdobnicze ze stali lub metali kolorowych, takie jak: ozdobne kraty, balustrady, zawiasy krzyżowe, klamki, szyldy – ręcznie lub przy użyciu urządzeń kowalskich i ślusarskich, z zachowaniem wymogów eksploatacyjnych i dyscypliny technologicznej. Jest to zawód zaklasyfikowany jako rzemieślniczy.

Natomiast w grupie elementarnej 7222 Ślusarze i pokrewni ważnym zawodem jest ślusarz galanterii metalowej (722205), który wykonuje ozdobną galanterię metalową, kraty, lampy, rygle, zawiasy. Naprawia on i rekonstruuje metalowe obiekty i ich elementy o charakterze zabytkowym i muzealnym, z wykorzystaniem uniwersalnych narzędzi i przyrządów ślusarskich oraz monterskich, narzędzi i przyrządów specjalistycznych, z zachowaniem dyscypliny eksploatacyjnej. Pracownik ocenia stan techniczny obiektu, dorabia, dopasowuje, wymienia uszkodzone części i elementy.

Kolejny pokrewny zawód to mieszczący się w grupie średniej 731 Rzemieślnicy, grupie elementarnej 7313 Jubilerzy, złotnicy i pokrewni zawód metaloplastyka (731302). Wykonuje on, naprawia, odnawia przedmioty artystyczne z metalu na podstawie rysunków, szkiców lub ilustracji, zachowując styl epoki historycznej i nadając zewnętrznym powierzchniom estetyczny wygląd. Stosuje różne technologie, posługując się narzędziami do obróbki ręcznej i mechanicznej.

Część zawodów, które mogą być wykonywane w ramach produkcji sprzętu medycznego, znajduje się w zasadzie na styku pomiędzy sektorem metalowym a sektorem rehabilitacji geriatrycznej. Stąd też należy ich po części poszukiwać w obu sektorach. Jest to, jak się wydaje, przejawem swego rodzaju interdyscyplinarności tych zawodów rzemieślniczych, co może uzasadniać wskazywanie na nie jako na zawody niszowe.

1.3.2.3. Zawody niszowe w sektorze medycznym – rehabilitacja geriatryczna

Wśród dotychczas opracowanych badań można doszukać się analiz w sektorze medycznym dla sektora rehabilitacji geriatrycznej. Został on również uznany za swego rodzaju niszę rynkową.

Starzenie się społeczeństwa wymusza będzie konieczność zmian w sektorze edukacyjnym. Należy zwrócić uwagę, że wydłużył się czas życia i osoba w wieku 65 lat nie jest kimś wycofanym z życia społecznego, lecz człowiekiem, przed którym jest jeszcze od 20 do 25 lat życia. Dlatego należy zadbać, by lekarze mieli jak największą wiedzę na temat patofizjologii starzejących się narządów i leczyli pacjentów, pełniąc przy tym jak najmniej błędów. Szczególnie że wiedza ta pozwala na lepsze dostosowanie świadczonych usług zdrowotnych do ich wieku i towarzyszących im dolegliwości. Osoby w wieku starszym mają potrzeby związane z podstawowymi i złożonymi czynnościami życia codziennego, potrzeby w zakresie funkcjonowania społecznego, potrzeby w zakresie rehabilitacji oraz potrzeby medyczne i opiekuńcze (Broczek 2007, s. 53-59).

To wszystko jest możliwe dzięki usługom świadczonym przez lekarzy podstawowej opieki zdrowotnej oraz geriatryczny zespół terapeutyczny. Interdyscyplinarne zespoły geriatryczne (*geriatric multidisciplinary team*) są tworzone w strukturach kanadyjskiej opieki nad ludźmi starszymi. Zespół taki składa się z lekarza geriatry, pielęgniarki geriatrycznej, pracownika socjalnego, fizjoterapeuty oraz terapeuty zajęciowego. Zespół pracuje w oddziałach geriatrycznych oraz pełni funkcje konsultacyjne na innych specjalistycznych oddziałach szpitala, w szpitalach dziennych, w hospitalizacji domowej oraz w opiece ambulatoryjnej (poradnie geriatryczne, wizyty domowe). Ponadto zespół ten współdziała w ramach struktur opieki długoterminowej lub ostatecznej, takiej jak domy opieki, wspólnoty mieszkaniowe i hospicja (Rajewska 2005, s. 50).

Stąd też niezbędne wydaje się rozwijanie specjalności lekarzy w zakresie geriatry, podobnie zresztą jak doświadczenie w zakresie pracy z ludźmi w starszym wieku powinny mieć pielęgniarki czy lekarze innych specjalności (neurolog, psychiatra, urolog, ortopeda, reumatolog, kardiolog, hematolog, chirurg i inni) z przygotowaniem do opieki nad osobami starszymi, psycholog i rehabilitant oraz wolontariusze niebędący pracownikami służby zdrowia (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji geriatrycznej...* 2009, s. 75).

Ogólnie zatem z punktu widzenia rehabilitacji geriatrycznej na podstawie powyższego można uznać, że ważne jest, by w procesie wsparcia pacjenta uczestniczyły osoby o kwalifikacjach w zakresie takich zawodów, jak: lekarz geriatra, lekarz specjalista w rehabilitacji, psycholog, fizykoterapeuta czy pielęgniarka. Magister rehabilitacji ruchowej prowadzi leczenie ruchem (kinezyterapia), a więc ćwiczenia indywidualne i grupowe, gry i zabawy oraz zajęcia sportowe. Technik

fizjoterapii jest absolwentem medycznego studium zawodowego – ma wyszkolenie w kinezyterapii i fizykoterapii oraz może być zatrudniony w obu tych dziedzinach. Technicy fizjoterapii mogą pracować jedynie pod kierunkiem magistra rehabilitacji ruchowej bądź lekarza. Innym zawodem, który można wyróżnić, jest terapeuta zajęciowy (ergoterapeuta) – z pomocą jego instrukcji chory może wykonywać swoje zadania w łóżku lub na sali zajęć, w zależności od stanu zdrowia. Asystent socjalny jest swego rodzaju łącznikiem między chorym a jego środowiskiem. Pozna je jego warunki bytowe, społeczne i zawodowe oraz dostarcza cennych informacji dla ustalenia programu rehabilitacji chorego. Technik ortopedyczny zapewnia wszelkie zaopatrzenie ortopedyczne stanowiące dla wielu chorych konieczny warunek ich rehabilitacji.

Podejście oparte na pracy zespołowej prowadzi do prostego wniosku o konieczności kształcenia w wielu kierunkach, z naciskiem na zagadnienie aspektów zdrowotnych ludzi starszych. W efekcie tego pojawił się na rynku edukacyjnym nowy zawód, jakim jest instruktor kinezygerontoprofilaktyki (Gębska-Kuczerowska, Miller 2006, s. 135-137). Jest to osoba, która animuje, bawi, trenuje i wychowuje – uczy poprawności wykonywania określonych czynności ruchowych dnia codziennego: zmiany pozycji, przysiadów, noszenia zakupów. Poprzez nieustanną obserwację rozpoznaje niewłaściwe nawyki ruchowe ćwiczącej osoby, poprawia je i wyrabia nowe, poprawne technicznie. Jako trener dawkuje określone ćwiczenia, wyrabia siłę i koordynację ruchową. W ten sposób wpływa na motorykę osoby starszej, by nabrała pewności siebie w wykonywaniu czynności dnia codziennego. Ponadto ma znaczący wpływ na zmianę postawy osoby ćwiczącej (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji...* 2009, s. 75-76).

Wyniki uzyskane z przeprowadzonych i przedstawionych w raporcie dotyczącym rehabilitacji geriatrycznej badań wskazują, że wśród najczęściej wymienianych zawodów są fizjoterapeuci i technicy rehabilitacji. Wspominano również o zawodach opiekuna osoby starszej oraz animatora zajęć. Ponadto wśród odpowiedzi związanych z analizowanym obszarem wzrostu pojawiła się także opinia wskazująca na zasadność powiązania rehabilitacji z usługami typu *wellness*. Oznacza to, że obok zawodów medycznych wskazane zostały zawody kosmetyczne, obsługa gastronomii i hoteli oraz rozwój branży organizatorów czasu wolnego – rekreacyjno-kulturalnej. Chodzi tu również o kadry związane z sektorem turystyki, pielęgnacją ciała czy gastronomią.

Zwrócono przy tym uwagę na znaczenie takich zawodów, jak pracownik socjalny czy pedagog (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji...* 2009, s. 118).

Niewątpliwie w ramach sektora niszowego, jakim są usługi z zakresu rehabilitacji geriatrycznej, można byłoby uwzględnić wiele zawodów medycz-

nych, takich jak np.: lekarz geriatra, pielęgniarz geriatryczny, instruktor fitness i rekreacji ruchowej, fizjoterapeuta, technik masażysta i pokrewnych, np. opiekun osoby starszej. Zgodnie z definicją rzemiosła nie można ich jednak uwzględnić w tej kategorii.

W kontekście możliwości rozwoju zawodów rzemieślniczych można doszukać się kilku zawodów wymienionych w ramach „Kwalifikacji zawodów...” Są to ortopeda mechanik oraz obuwnik ortopedyczny. Zawody te wydają się ważne, ponieważ niewątpliwie problem starzenia się społeczeństwa będzie się pogłębiał. Przybywa więc osób wymagających kompleksowej rehabilitacji. Szczególnie jednak ważny jest fakt, że wraz z wiekiem następują znaczące negatywne zmiany w obrębie narządu ruchu. O wadze tego problemu może świadczyć chociażby to, że lata 2000-2010 były określane przez WHO jako Dekada Kości i Stawów.

Proces starzenia powoduje między innymi zmiany w kształcie i wymiarach stóp, pojawiają się różnego rodzaju dolegliwości i schorzenia. Zjawiska te szczególnie występują u kobiet, ponieważ stopy kobiece są z natury bardziej wiotkie i słabe niż stopy mężczyzn, co wynika ze słabszej budowy, okresowych wpływów neurohormonalnych i innych czynników. Jednocześnie trzeba stwierdzić, że w dobie masowej produkcji obuwia niezmiernie istotnym problemem stało się dostosowanie walorów użytkowych obuwia do wymagań określonych grup społecznych. Kształt i wydolność stopy (podobnie jak i całego ustroju) zmieniają się w ciągu życia, dlatego, żeby wytwarzać prawidłowe obuwie, należy jego cechy odnosić do określonego wieku i płci, wykonywanego zawodu odbiorcy. W Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych problem ten spotkał się z pełnym zrozumieniem i powszechnie dostępne jest tam różnego rodzaju obuwie popularnie nazywane zdrowotnym oraz szeroki i bardzo zróżnicowany asortyment wkładek, wyłożeń i elementów łagodzących odczucie bólu. W Polsce obserwujemy również wzrost liczby produkowanego i sprzedawanego obuwia na stopy wrażliwe. Stało się ono już symbolem wygody i komfortu w czasie chodzenia, a niektóre wzory tego obuwia są poszukiwane także przez osoby młode. Z jednej strony obuwie to zmniejsza dolegliwości bólowe występujące w czasie chodzenia, z drugiej zaś stanowi jedno z działań zapobiegających masowemu obecnie występowaniu stóp wrażliwych (*Serwis zdrowia e-Pacjent.pl...*).

Uwzględniając powyższe stwierdzić można, że w kontekście różnych problemów z narządem ruchu wskazać należy na kilka zawodów rzemieślniczych, których rozwój może być szczególnie dynamiczny w najbliższych latach. W grupie średniej 731 Rzemieślnicy, grupie elementarnej 7311 Mechanicy precyzyjni można znaleźć zawód ortopedy mechanika (731105). Osoba pracująca w tym zawodzie wykonuje elementy metalowe do wyrobów ortopedycznych i sprzętu rehabilitacyjnego, montuje metalowe konstrukcje protez kończyn górnych i dolnych. Ponadto ma za zadanie sprawdzenie prawidłowości działania oraz dopasowanie gotowego sprzętu ortopedycznego – reguluje działanie połączeń i elementów sprę-

zystych, posługując się uniwersalnymi narzędziami ślusarsko-montażowymi, obrabiarkami do skrawania metali oraz przyrządami kontrolno-pomiarowymi.

Jednocześnie warto tu zwrócić uwagę na inny zawód, jakim w grupie średniej 753 Robotnicy produkcji odzieży i pokrewni, grupa elementarna 7536 Obuwnicy i pokrewni jest obuwnik ortopedyczny (753604). To zawód wyróżniony również na liście zawodów rzemieślniczych. Zadaniem takiego specjalisty jest wytwarzanie obuwia i wkładek ortopedycznych do obuwia stosowanego przy skróceniu kończyn dolnych, schorzeniach i zniekształceniach stóp. Pracownik ten obsługuje takie maszyny, jak: dwojarki, ścieniarki, wycinarki, ćwiekarki, kołowarki, przyszywarki, dublerki, obszywarki.

Następne zawody w grupie średniej 321 Technicy medyczni i farmaceutyczni, 3214 Technicy medyczni i dentystyczni to technik ortopeda (321403) i protetyk słuchu (321401). Specyfika pracy w pierwszym z wyróżnionych zawodów polega na projektowaniu i produkowaniu przedmiotów ortopedycznych oraz realizowaniu indywidualnych, nietypowych zamówień. Jest to zawód znajdujący się na liście zawodów rzemieślniczych. Rozwój zawodu protetyka słuchu również związany będzie ze starzeniem się społeczeństwa. Jego zadaniem jest diagnoza ubytku słuchu pacjenta. Dobiera on odpowiedni aparat słuchowy do określonego ubytku słuchu. Dopasowuje wkładki uszne różnych typów: zauszne, wewnętrzne i wewnątrzkanałowe. Sprawuje opiekę akustyczną nad pacjentami z aparatami słuchowymi.

1.3.2.4. Zawody niszowe w sektorze produkcji bielizny

Rozwoju branży bieliźniarskiej dotyczył kolejny z raportów opracowanych w ramach projektu Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych. Badania dotyczące zapotrzebowania na zawody w tej specyficznej i niszowej nie tylko w skali województwa, kraju, ale i świata branży, dotyczyły także wpływu rozwoju tej branży na rynek pracy. Okazuje się, że sami producenci z tej branży podejmują już działania mające na celu wykształcenie potrzebnych im specjalistów. W ramach jednej ze szkół zawodowych został utworzony kierunek technologii odzieży, specjalność – konfeksjoner bielizny damskiej. Zawód ten wymaga znaczącej precyzji i generalnie zauważa się poważny problem związany z brakiem odpowiednich kadr w tym zawodzie. Przyczyną takiego stanu rzeczy, jak zauważają autorzy raportu, są zarówno błędy w zmianach systemu kształcenia zawodowego, jak i brak mody na tego typu zawody oraz nieatrakcyjne warunki płacowe, jakie mogą zaproponować producenci bielizny (*Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji bielizny...* 2010, s. 48).

Poza specjalistami w dziedzinie technologii bielizny, w tym szwaczkami i gorseciarkami, zawodem ważnym dla tej branży jest projektant bielizny damskiej.

Wyniki analizy perspektyw rozwoju sektora bielizny w województwie podlaskim pozwalają stwierdzić, że przede wszystkim dla jego dalszego rozwoju istotnych jest kilka zawodów, w tym: technologowie bielizny, szwaczki i gorseciarki czy konfeksjonerzy bielizny damskiej. Weryfikacja niniejszych, często potocznych nazw zawodów, na podstawie listy MPiPS wskazuje, że można odnaleźć je pod kilkoma nazwami zawodów/specjalności. W grupie średniej 753 Robotnicy produkcji odzieży i pokrewni, pod grupą elementarną 7531 Krawcy, kuśnierze, kapelusznicy i pokrewni wyróżnić można dwa zawody niszowe, jakimi są bieliźniarz i gorseciarka. Osoba pracująca w zawodzie bieliźniarza (753101) wykonuje samodzielnie prace polegające na szyciu bielizny osobistej pościelowej i stołowej z różnych materiałów włókienniczych. Natomiast gorseciarka (753102) wykonuje artykuły gorseciarskie, uwzględniając anatomię, fizjologię. Jednocześnie musi znać podstawy higieny człowieka, kanony obowiązującej mody, zasady doboru fasonu w zależności od budowy ciała. Osoba pracująca w tym zawodzie dobiera materiały i dodatki oraz odpowiednie techniki szycia (ręczne, maszynowe na maszynach podstawowych i specjalnych). Oba powyższe zawody zapisane są na liście zawodów rzemieślniczych. Innym zawodem klasyfikującym się do grupy elementarnej 7532 Konstruktorzy i krojczowie odzieży jest zawód konstruktora odzieży (753201).

Warto przy tym w czasach, gdy ludzie oczekują indywidualnego podejścia do klienta, zwrócić uwagę na coraz bardziej popularny zawód, jakim jest brafitterka. To nowy zawód, którego nazwa pochodzi od słów w języku angielskim bra – biustonosz i fit – pasować. Brafitterka zajmuje się dobieraniem właściwego biustonosza dla każdej kobiety (*Fascynują mnie biustonosze...*). Zawód ten jest powiązany ze sprzedażą produktów oferowanych przez producentów bielizny. Ze względu na swoją „nowość” nie można go znaleźć na żadnej z list klasyfikacji zawodów.

1.3.2.5. Zawody niszowe w sektorze drzewno-meblowym²

Kierunkiem rozwoju branży drzewno-meblowej, zgodnym z przeanalizowanymi trendami światowymi może być przede wszystkim zainteresowanie odbiorców produkcją mebli artystycznych, na specjalne zamówienie. Wiele osób również coraz chętniej powraca do mebli swoich przodków z innych epok, które będą wyróżniać ich domy. Warto zwrócić przy tym uwagę na renowację mebli, która w ostatnich latach stała się bardzo popularna³. Renowacji niektórych mebli można dokonać samemu. Często jednak osoby sprowadzają meble lub oczekują wyprodukowania mebli w danym stylu na ich specjalne zamówienie.

² W odniesieniu do sektora drzewno-mieblarskiego nie zostały dotychczas opracowane żadne raporty dotyczące województwa podlaskiego.

³ <http://www.domogrod.net/wpisy/gdzie-i-za-ile-jest-renowacja-mebli>

Stąd też proponuje się zamieścić na liście zawodów niszowych dwa następujące: stolarz mebli artystycznych i wzorcowych oraz renowator mebli artystycznych. W grupie średniej Robotnicy obróbki drewna, stolarze meblowi i pokrewni, grupa elementarna 7522 Stolarze meblowi i pokrewni znajduje się zawód stolarza mebli artystycznych i wzorcowych (752207). Jest to zawód, w którym pracownik wykonuje kopie mebli stylowych, jak również artystyczne meble współczesne oraz meble wzorcowe (modele). Niezbędna jest przy tym znajomość rysunku, dawnych i nowych technologii, konstrukcji i zdobnictwa, posługiwania się narzędziami ręcznymi i obrabiarkami do drewna. Innym zawodem w tej samej grupie jest renowator mebli artystycznych (752204).

Kolejnym zawodem niszowym może być koszykarz-plecionkarz. Zawód ten można znaleźć w grupie średniej 731 Rzemieślnicy, grupie elementarnej 7317 Rękodzielnicy wyrobów z drewna i pokrewnych materiałów. Koszykarz-plecionkarz (731702) wykonuje wyroby plecionkarskie z wikliny. Zajmuje się również produkcją wyrobów z wikliny łączonej z innymi surowcami plecionkarskimi lub konstrukcyjnymi (drewno, metal, tworzywa sztuczne), takich jak: meble, opakowania, kosze gospodarcze i galanterijne, torebki, zabawki i inne. Jest to zawód zapisany na liście zawodów rzemieślniczych. Inny pokrewny zawód to modelarz wyrobów plecionkarskich (731704). Osoba taka projektuje lub wykonuje wzory wyrobów plecionkarskich, proponuje i wprowadza zmiany do wyrobów już wytwarzanych. Natomiast trzecim pobliskim jest zawód sitarza (731706). Projektuje on lub wykonuje wzory wyrobów plecionkarskich, proponuje i wprowadza zmiany do wyrobów już wytwarzanych.

1.3.2.6. Zawody niszowe w sektorze jachtowym

Niewiele osób spoza tzw. środowiska wie, że Polska jest potentatem w produkcji jachtów żaglowych i motorowych. Jednym z takich regionów jest zaś województwo podlaskie. I chociaż brak opracowań na ten temat, to należy stwierdzić, że produkcja taka wydaje się jedną z dość istotnych niszowych branż województwa podlaskiego. Poszukując na liście zawodów, które miałyby charakter rzemieślniczy, wskazać można na żaglownika i skutnika. Pierwszy z nich zapisany jest w grupie średniej 753 Robotnicy produkcji odzieży i pokrewni, grupa elementarna 7533 Szwaczki, hafciarki i pokrewni. Żaglownik (753306) wykonuje żagle zgodnie z dokumentacją techniczną lub według projektów samodzielnych. Natomiast w grupie średniej 711 Robotnicy budowlani robót stanu surowego i pokrewni, grupa elementarna 7115 Cieśle i stolarze budowlani znajduje się zawód skutnika (711504). Osoba wykonująca ten zawód pracuje przy produkcji i remontach jednostek pływających, wykonuje i montuje główne elementy drewniane w statkach, jachtach, łodziach transportowych i sportowych, tj. konstrukcje wsporcze pod silniki, koła sterowe, bomby, miecze, stoły, ławki, szafki, odeskowanie wnętrza, itp. W swojej pracy posługuje się narzędziami ręcznymi, np.: siekierami, młotkami, dłutami, strugami i mechanicznymi, np.: piłami ta-

śmowymi i tarczowymi, frezarkami, tokarkami, heblarkami, szlifierkami oraz korzysta z takich urządzeń, jak np. suszarnie, parniki i warniki.

ROZDZIAŁ 2. ZAWODY GINĄCE

2.1. Istota i charakterystyka zawodów ginących

Na rynku pracy zachodzą zauważalne zmiany związane z zawodami. Z jednej strony powstają nowe zawody, na które popyt wciąż wzrasta lub będzie wzrastać, z drugiej inne szybko lub etapowo schodzą z rynku gospodarczego i rynku pracy. Stąd pojawia się określenie zawodów ginących.

Do tych ostatnich należy cały katalog zawodów rzemieślniczych, takich jak: cieśla, dekarz, zdun, bednarz, kołodziej, garncarz, kowal, rymarz, plecionkarz, sitarz, tkacz, krawiec, szewc, itp.

TABELA 2.1. WYKAZ RZEMIEŚLNICZYCH ZAWODÓW GINĄCYCH

Kod zawodu	Nazwa zawodu	Opis
711203	Zdun	Wykonuje, naprawia i rozbiera różne rodzaje pieców ogrzewczych i kuchennych w budynkach mieszkalnych, użyteczności publicznej, administracyjnych, itp.
712302	Sztukator	Wykonuje oraz montuje odlewy gipsowe, z zaprawy cementowej i betonu przy zastosowaniu form drewnianych, gipsowych, klejowych i żelatynowych, narzędzi i przyrządów sztukatorskich, jak: packi, cykliny, strugi, cyrkle, macki, kątowniki, oraz maszyn do przygotowania mieszanek gipsowych, zapraw cementowych, mieszanek betonowych i do transportu materiałów na placu budowy.
712505	Witrażownik	Wykonuje – montuje według projektu witraże o różnym typie kompozycji przez zestawianie i łączenie barwnych elementów szklanych za pomocą ołowianych ramek i osadzanie w metalowe obramowania.
721101	Brązownik	Brązownik to zawód zaliczany do rzemiosła artystycznego. Jego zadaniem jest wytwarzanie przedmiotów z brązu, według odpowiedniego modelu i planu oraz odnawianie i konserwowanieabytkowych przedmiotów wykonanych z tego materiału.
721103	Ludwisarz	Wykonuje odlewy przedmiotów z brązu, spiżu (stop miedzi z cyną, cynkiem i ołowiem) i mosiądzu, korzystając z różnego rodzaju pieców i tygli.
722101	Kowal	Wykonuje i naprawia różnego rodzaju wyroby i urządzenia ze stali i metali kolorowych, ręcznie lub za pomocą urządzeń mechanicznych, jak: młoty i prasy, odkuwa elementy konstrukcji stalowych, kuje w matrycach odkuwki.
722102	Kowal wyrobów zdobniczych	Wykonuje wyroby zdobnicze ze stali lub metali kolorowych, takie jak: ozdobne kraty, balustrady, zawiasy krzyżowe, klamki, szyldy – ręcznie lub przy użyciu urządzeń kowalskich i ślusarskich.

722102	Podkuwacz koni	Podkuwanie koni
722202	Płatnerz	Wyrabia, naprawia, odnawia i konserwuje zbroje płytowe i broń białą, przy wykorzystaniu uniwersalnych narzędzi i przyrządów ślusarskich oraz narzędzi i przyrządów specjalistycznych.
722203	Rusznikarz	Wykonuje prace konserwacyjne, naprawia broń myśliwską i sportową przy wykorzystaniu uniwersalnych narzędzi, przyrządów ślusarskich i monterskich oraz narzędzi i przyrządów specjalistycznych; sprawdza stan techniczny broni; dorabia, dopasowuje oraz wymienia uszkodzone części i elementy; przeprowadza próby po naprawach, przestrzeliwuje broń, ustawia przyrządy celownicze.
722205	Ślusarz galanterii metalowej	Wykonuje ozdobną galanterię metalową, kraty, lampy, rygle, zawiasy; naprawia i rekonstruuje metalowe obiekty i ich elementy o charakterze zabytkowym i muzealnym, z wykorzystaniem uniwersalnych narzędzi i przyrządów ślusarskich oraz monterskich, narzędzi i przyrządów specjalistycznych, z zachowaniem dyscypliny eksploatacyjnej; ocenia stan techniczny obiektu, dorabia, dopasowuje, wymienia uszkodzone części i elementy.
731106	Zegarmistrz	Celem pracy zegarmistrza jest naprawa i konserwacja zegarków i zegarów. Wśród nich są zegary zabytkowe, ściennie, kominowe, szafkowe, wieżowe, zegarki kieszone, naręczne, budziki i inne czasomierze powszechnego użytku, zarówno mechaniczne, jak i elektroniczne, elektryczne i kwarcowe.
731405	Garncarz	Wyrabia naczynia, przedmioty użytkowe i zdobnicze oraz zabawki z gliny, przygotowując masę formierską, formując, susząc i wypalając wyroby w piecu garncarskim.
731409	Szkliwierz ceramiki	Przygotowywanie mas i szkliw ceramicznych.
731606	Pozłotnik	Wykonuje różnymi technikami pozłocenia, posrebrzenia drewna, rzeźb kamiennych i gipsowych, elementów sztukaterii i metalu, przy zastosowaniu odpowiednich materiałów, środków chemicznych i narzędzi.
731607	Rzeźbiarz szkła	Wykonuje w szkłe wyźłobienia ułożone w określonym porządku, stanowiące kompozycje plastyczne; dobiera ściernice tarczowe do wykonywanych żłobin i kształtu rzeźbionych wyrobów.
731609	Zdobnik ceramiki	Głównym celem pracy zdobnika ceramiki jest podwyższenie wartości estetycznej wyrobu, wynikającej z barwy i kształtu. Uzyskuje się to przez umiejętne powiązanie rodzaju i wielkości dekoracji z formą wyrobu. Dotyczy to wszelkich wyrobów użytkowych wykonywanych z porcelany, fajansu, kamionki gospodarczej czy majoliki. Zdobieniu poddaje się powierzchnie wewnętrzne, zewnętrzne, a także krawędzie wyrobów surowych, wypalonych bez szkliwa (dekoracje podszkliwe), wypalonych ze szkliwem (dekoracje naszkliwe i wszkliwe).

731610	Zdobnik szkła	Głównym celem pracy zdobnika szkła jest podwyższenie własności estetycznych wyrobów szklanych. Uzyskuje się to przez zdobienie powierzchni ukształtowanych i wykonanych wyrobów. Zdobieniu poddaje się głównie szkło gospodarcze i oświetleniowe.
731808	Rękodzielnik wyrobów włókienniczych	Wytwarza tkaniny oraz wyroby dywanowe, posługując się urządzeniami ręcznymi.
731901	Pamiątkarz	Zajmuje się wykonaniem a następnie sprzedażą przedmiotów pamiątkowych o charakterze artystycznym, dekoracyjnym, zdobniczym i użytkowym. Rezultatem jego pracy są nie tylko przedmioty ładne, ciekawe, pomysłowe, wyróżniające się szczególnymi kształtami – ich najważniejszym walorem jest to, że wykonywane są ręcznie; ich wartością jest niepowtarzalność i oryginalność.
731904	Zabawkarz	Wykonuje ręcznie lub maszynowo zabawki o bardzo różnorodnych formach i przeznaczeniu (pojazdy, klocki, układanki, gry, lalki, przytulanki, itp.) z tworzyw sztucznych, gumy, drewna, materiału, papieru, statyczne lub mechaniczne. Może także wytwarzać maskotki i reklamówki różnych przedsiębiorstw. Jego celem jest stworzenie zabawek zgodnych z projektem, estetycznych, trwałych, bezpiecznych, dostosowanych do potrzeb i wieku dziecka oraz spełniających oczekiwania zlecającego.
732203	Drukarz tkanin	Obsługuje drukarki wałowe, filmowe – płaskie i rotacyjne, drukarki do drukowania transferowego na płaskich wyrobach włókienniczych, urządzenia do przygotowywania farb, zagęstników i kąpeli oraz cedzaki, mieszadła, wagi.
732301	Introligator	Głównym celem pracy introligatora jest nadanie formy użytkowej (książki, broszury, czasopisma) arkuszom zadrukowanym tekstem i ilustracjami. Produkuje on także galanterię papierową (pudła, pudełka, etui) oraz oprawia okolicznościowe druki (albumy, klasery, prace dyplomowe), oprawia reprinty (współcześnie drukowane kopie starych druków lub manuskryptów). Introligatorzy o najwyższych kwalifikacjach zajmują się także oprawianiem i wykonywaniem (dorabianiem, odtwarzaniem) okładek do zabytkowych, starych książek.
732302	Introligator galanterijny	Wykonuje ręcznie lub maszynowo różnego rodzaju oprawy książek, dokumentów, broszur, czasopism, prac dyplomowych, albumów, itp. (na jednostkowe zlecenia) oraz inne wyroby introligatorskie o specjalnym przeznaczeniu, takie jak: ozdobne futerały, pudła, klasery i opakowania; zabezpiecza starodruki oraz zniszczone karty i oprawy książek.
732303	Introligator poligraficzny	Wykonuje oprawy książek – ręcznie oraz posługując się urządzeniami introligatorskimi.
751401	Młynarz	Celem pracy młynarza jest mielenie ziarna zbóż na mąkę lub przerób zbóż na kasze i płatki. Zadaniem młynarza jest wyprodukowanie wyrobów spełniających oczekiwania konsumentów.

752201	Bednarz	Wykonuje i naprawia beczki drewniane grubo- i cienkościenne oraz kadzie przeznaczone do przechowywania takich płynów, jak piwo, wino lub spirytus; beczki do roztworów wodnych, w których są transportowane śledzie, pulpy czy kiszone ogórki, oraz beczki do przechowywania tłuszczów jadalnych i niekiedy technicznych.
752202	Gięciarz drewna	Wygina w różnych płaszczyznach za pomocą urządzeń giętar-skich, mechanicznie lub ręcznie elementy z drewna o różnych promieniach krzywizny, służące do produkcji mebli i innych wyrobów z drewna.
752203	Kołodziej	Wykonuje i naprawia drewniane pojazdy gospodarcze, przy-czepy, nadwozia transportowe, pojazdy zaprzęgowe resorowane i nieresorowane oraz sanie gospodarcze i osobowe, posługując się narzędziami ręcznymi oraz typowymi stacjonarnymi i prze-nośnymi obrabiarkami i urządzeniami stolarskimi.
752204	Renowator mebli artystycznych	Uczestniczy w pracach renowacyjnych i konserwatorskich mebli artystycznych.
752206	Stolarz galanterii drzewnej	Wykonuje z różnych gatunków drewna i tworzyw drzewnych wyroby galanterii dekoracyjnej (np. broszki, korale, ramy), wy-roby galanterii użytkowej (np. laski, lampy, szkatułki, guziki, albumy) lub wyroby galanterii technicznej (np. uchwyty, klamki, ręczki czy rękojeści narzędzi), posługując się narzędziami ręcznymi, elektronarzędziami, obrabiarkami stolarskimi i specjali-stycznymi.
752207	Stolarz mebli artystycznych i wzorcowych	Wykonuje kopie mebli stylowych i artystyczne meble współcze-sne oraz meble wzorcowe (modele), wykorzystując znajomość rysunku, dawnych i nowych technologii, konstrukcji i zdobnic-twa, posługując się narzędziami ręcznymi i obrabiarkami do drewna.
752209	Stolarz modelarz instrumentów muzycznych	Produkuje przeróżne instrumenty muzyczne, takie jak np. forte-piany czy harfy.
753101	Bielizniarz	Wykonuje samodzielnie prace polegające na szyciu bielejzyny osobistej pościelowej i stołowej z różnych materiałów włókien-nicznych.
753102	Gorseciarka	Wykonuje artykuły gorseciarskie, uwzględniając anatomię, fizjologię i podstawy higieny człowieka, kanony obowiązującej mody, zasady doboru fasonu w zależności od budowy ciała; dobiera materiały i dodatki oraz odpowiednie techniki szycia (ręczne, maszynowe na maszynach podstawowych i specjalnych).
753103	Kapelusznik-czapnik	Wykonuje maszynowo i ręcznie kapelusze – zgodnie z projek-tem albo na podstawie żurnali, używając form metalowych lub drewnianych, uwzględniając cechy fizyczne, chemiczne i użyt-kowe stosowanego surowca, a także przerabia i odświeża kape-lusze używane.

753301	Hafciarka	Praca hafciarki polega na wykonywaniu haftów na różnego rodzaju przedmiotach i materiałach: na konfekcji, tkaninach, sztandarach (wojskowych, szkolnych, kościelnych, itp.), szatach liturgicznych. Przedmiotem jej pracy bywają również emblematy, dystynkcje wojskowe i transparenty.
753304	Wytwórca abażurów	Wykonuje ręcznie lub za pomocą urządzeń mechanicznych różnego rodzaju i kształtu abażury.
753305	Żaglownik	Wykonuje żagle zgodnie z dokumentacją techniczną lub według projektów samodzielnych.
753601	Cholewkarz	Wykonuje górną część obuwia, cholewkę.
753602	Obuwnik	Obuwnicy wykonują modele, obuwie damskie, męskie i dziecięce na zamówienie klienta, a także obuwie ortopedyczne i wkładki do obuwia specjalnego, wykorzystując takie surowce, jak: skóra, tworzywa syntetyczne, materiały tekstylne; naprawiają i odświeżają obuwie noszone; wykonują operacje obróbki elementów obuwia, montażu i operacje wykańczające w przypadku masowego wytwarzania obuwia.
753603	Obuwnik miarowy	Przygotowuje na miarę obuwie na zamówienie klienta; zdejmuje miarę; wykonuje operacje formowania cholewek na kopytach oraz łączenia cholewek ze spodami obuwia za pomocą maszyn i urządzeń, takich jak: obciągarki zakładki, przybijarki podpodeszew, ćwiekarki (czubków, pięt, boków), drasarki, stabilizatory, nakładarki kleju, prasy do przyklejania spodów, przybijarki obcasów.
753604	Obuwnik ortopedyczny	Wytwarza obuwie i wkładki ortopedyczne do obuwia stosowanego przy skróceniu kończyn dolnych, schorzeniach i zniekształceniach stóp.
753606	Szewc naprawiacz	Naprawia i odświeża różne rodzaje obuwia męskiego, damskiego, dziecięcego oraz specjalistycznego (np. baletek, butów sportowych).
753702	Kaletnik	Kaletnik wytwarza i naprawia ręcznie lub maszynowo przedmioty użytkowe, wykonane ze skór miękkich, sztucznych oraz tkanin, takie jak: torby, torebki, plecaki, tornistry, paski, portfele, futerały na klucze lub okulary i inne.
753703	Rymarz	Wytwarza i naprawia wyroby ze skóry, takie jak: uprząże, sprzęt myśliwski, artykuły sportowe i turystyczne, artykuły ochronne, artykuły techniczne, futerały na instrumenty, galanteria dla psów, artykuły dla wojska, większość prac wykonując ręcznie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie m.in.: (Skuza 2008; Ciesielski 2004; *Przewodnik po zawodach...* 2003).

W badaniu skupiamy uwagę na rzemieślniczych zawodach ginących. Dlatego też na potrzeby niniejszego badania przyjmujemy następującą definicję rzemieślniczych zawodów ginących.

Zawody ginące są to zawody o charakterze rękodzielniczym, wykorzystujące tradycyjne umiejętności i techniki rzemieślnicze.

W niniejszym badaniu wychodzimy z założenia, iż należy podtrzymywać tylko te zawody, w przypadku których mamy do czynienia z realnym popytem ze strony konsumentów na produkty i usługi. Zanikanie tych zawodów nie jest spowodowane brakiem zapotrzebowania ze strony rynku, a szeregiem innych czynników, leżących głównie po stronie podażowej.

Na potrzeby niniejszego badania, w oparciu o dostępne źródła zastane, został opracowany katalog rzemieślniczych zawodów ginących (tabela 2.1). Wykaz ten został sporządzony w oparciu o aktualnie obowiązujące rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 27 kwietnia 2010 roku w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (Dz.U. nr 82 z dnia 27 kwietnia 2010 roku, poz. 537). Klasyfikacja ta jest stosowana m.in. do prowadzenia badań, analiz, prognoz i innych opracowań dotyczących rynku pracy, gromadzenia danych do określenia polityki zatrudnienia i kształcenia ustawicznego, czy też w zakresie szkoleń zawodowych.

2.2. Przyczyny zanikania tradycyjnych zawodów rzemieślniczych

Na słabnącą popularność, a zarazem zanikanie wielu zawodów rzemieślniczych składa się wiele czynników.

Kluczową barierą rozwoju rzemieślniczych zawodów, które uchodzą za ginące, jest bariera edukacyjna związana z niskim zainteresowaniem młodzieży nauką i pracą w zawodach rzemieślniczych.

Generalnie rzemiosło potencjalnie ma duże możliwości kształcenia w wielu zawodach, zarówno w tych tradycyjnych, jak i nowoczesnych. Warunkiem uruchomienia danego kierunku kształcenia jest opracowanie standardu wymagań będących podstawą przeprowadzania egzaminów czeladniczych i mistrzowskich.

Nauka u rzemieślnika odbywa się w zawodach z klasyfikacji szkolnej, które odpowiadają danemu rodzajowi rzemiosła i w których przeprowadzane są egzaminy czeladnicze. Klasyfikacja określa także czas trwania nauki w zawodach przewidzianych do kształcenia w zasadniczych szkołach zawodowych (cykl 2- lub 3-letni). Pracodawca zobowiązany jest skierować młodocianego na dokończenie teoretyczne w zasadniczej szkole zawodowej lub zorganizować dokończenie w systemie pozaszkolnym, przy czym organizator dokończenia ma obowiązek zrealizować zajęcia edukacyjne z zakresu teoretycznego kształcenia zawodowego wynikającego z programu nauczania dopuszczonego do użytku szkolnego (rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 26 czerwca 2007 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego, Dz.U. nr 124, poz. 860).

Nauka zawodu u pracodawcy rzemieślnika może dotyczyć także zawodu, który nie figuruje w klasyfikacji szkolnej, ale występuje w klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy, pod warunkiem, że w zawodzie tym istnieje standard egzaminacyjny, co oznacza, że komisja egzaminacyjna izby rzemieślniczej przeprowadza egzamin czeladniczy. Organizator kształcenia ma obowiązek zrealizować program zapewniający spełnienie wymagań egzaminacyjnych określonych w standardach, będących podstawą przeprowadzania egzaminu kwalifikacyjnego na tytuł czeladnika (w zawodach nieuwjętych w klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego) (rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 8 grudnia 2004 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy oraz zakresu jej stosowania, Dz.U. nr 265, poz. 2644 z 2004 r. ze zm. w 2007 r. Dz.U. nr 106, poz. 728).

Jak wynika z tabeli 2.2, aktualnie rzemiosło ma prawo szkolić i następnie przeprowadzać egzaminy czeladnicze i mistrzowskie w 125 zawodach szkolnych i innych – uwjętych w klasyfikacji zawodów potrzebnych na rynku pracy. Na liście zawodów znalazły się także te, które należy uznać za nowoczesne, takie jak: protetyk słuchu, optyk okularowy, technik ortopeda, mechanik precyzyjny, bioenergoterapeuta, radiesteta, fryzjer zwierząt (groomer), z drugiej strony znajduje się tam wiele zawodów tradycyjnych, rękodzielniczych, artystycznych, takich przykładowo jak: brązownik, kowal, kowal wyrobów zdobniczych, ludwisarz, rusznikarz, sztukator, zdobnik ceramiki, zdobnik szkła, witrażownik, pozłotnik, rzeźbiarz w drewnie, hafciarka, koronkarka, bieliźniarz, kapelusznik-czapnik, gorseciarka, rymarz, młynarz, zdun, podkuwacz koni, renowator mebli artystycznych.

Jeśli dokonamy zestawienia wykazu zawodów ginących (tabela 2.1) z wykazem zawodów, w których aktualnie można kształcić w zawodach rzemieślniczych (tabela 2.2), okazuje się, że listy te są w dużym stopniu zbieżne. To oznacza, że nie ma formalnych przeciwwskazań do kształcenia we wszystkich zawodach ginących, jeśli uzna się za ważne ich podtrzymanie.

Jednak w praktyce nie podejmuje się kształcenia w zawodach rzadkich, a przede wszystkim kształci się w zawodach popularnych i cieszących się zainteresowaniem ze strony młodzieży. W oparciu o wykaz zawodów odpowiadających danemu rodzajowi rzemiosła, w których izby rzemieślnicze powołały komisje egzaminacyjne przeprowadzające egzaminy na tytuły czeladnika i mistrza, można określić obecne kierunki kształcenia w izbach rzemieślniczych w Polsce, w tym w województwie podlaskim.

Z analizy danych zawartych w tabeli 2.2 wynika, że w województwie podlaskim kształcenie może odbywać się w 34 zawodach rzemieślniczych związanych głównie z:

- 1) branżą budowlaną (14 zawodów): blacharz, betoniarz-zbrojarz (na poziomie czeladnika), betoniarz, cieśla, dekarz, elektryk, monter instalacji gazowych, monter instalacji i urządzeń sanitarnych, monter izolacji bu-

[illegible]

	732301	introligator	+ (3 lata) 734 [02]		x	x		x	x	x			x		x		x			x
	732201	drukarz	+ (3 lata)* 825 [01]		x	x	x	x	x	x			x		x.		x	x		x
	731802	dziewiarz	- (3 lata)	x.				x.												
	753301	hafciarka	- (3 lata)											x						
	731803	koronkarka	- (3 lata)											x						
	731809	tkacz	- (3 lata)											x						
	753101	bieliźniarz Y	- (3 lata)																	
	753103	kape- lusznik- czapnik Y	- (3 lata)																	
	753102	gorseciarka Y	- (3 lata)																	
	753107	modystka	- (3 lata)			x									x					
	753105	krawiec	+ (3 lata) 743 [01]	x.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	753602	obuwnik	+ (3 lata) 744 [02]	x		x			x	x			x	x.	x	x		x		x
	753603	obuwnik miarowy	- (3 lata)						x											x
	753501	garbarz skór	+ (3 lata) 744 [03]								x									
	753703	rymarz	- (3 lata)													x				
	753104	kożusznik	- (3 lata)								x									
	753106	kuśnierz	+ (3 lata) 743 [02]	x		x				x	x	x			x.		x			x
	753108	rękawicz- nik	- (3 lata)										x							
	753702	kaletnik	+ (3 lata) 744 [01]		x	x		x.		x			x				x			x
	753601	cholewkarz	- (3 lata)	x		x			x				x	x						
	753604	obuwnik ortope- dyczny	- (3 lata)					x					x				x			
	753502	garbarz skór bez włosa Y	- (3 lata)																	
	751203	karmelarz Y	- (3 lata)																	
	512002	kucharz małej ga- stronomii *	+(2 lata) 512 [05]												x				x.	x

	343101	fotograf	+ (2 lata) 313 [05]	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	514101	fryzjer	+ (3 lata) 514 [01]	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	713303	kominiarz	+ (2 lata) 714 [02]		x	x		x	x		x	x	x	x		x	x	x		x	x			x		x	x	x		x	x	x
	514202	kosmetyczka **	- (3 lata) 514 [03]				x			x		x	x				x	x	x		x				x	x			x		x	x
	323002	bioenergo- terapeuta	- (3 lata)		x	x				x	x	x		x			x			x				x		x			x	x		x
	516901	radieteta	- (3 lata)			x.				x	x			x			x			x				x		x				x		
	325301	optyk okularowy **	- (3 lata) 322 [16]				x	x		x		x	x	x			x								x				x			
	753505	garbarz skór futerko- wych Y	- (3 lata)																													
	712904	technolog robót wy- kończeń. w budow.	+ (3 lata) 713 [06]	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x			x			x	x	x	x	x
	712608	monter sieci ciepłych	- (3 lata)							x	x																					x
	712610	monter sieci gazowych	- (3 lata)							x	x		x	x				x						x								
	712612	monter sieci wod.kan.	- (3 lata)							x	x			x				x						x								x
	321403	technik ortopeda **	- (3 lata) 322 [13]												x																	
	818116	oper. urz. przemysłu szklarskie- go	+(3 lata) 813 [02]				x											x						x								
	514208	wizażystka /stylistka	- (3 lata)	x			x			x.			x				x	x			x			x					x			x
	712403	monter izolacji przemysło- wych	- (3lata)													x								x								
	721303	blacharz izolacji przemysło- wych	- (3 lata)													x																
	722308	operator obrabiarek ster. nume- rycznie	-																x													
I115	343203	florysta	+														x			x			x					x			x	
I116	712404	termoizoler	-																x				x									x
I117	722104	podkuwacz koni														x.																
I118	516401	fryzjer zwierząt (groomer)								x																		x				

Bielsko-Biała – Beskidzka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Bydgoszcz – Kujawsko-Pomorska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Częstochowa – Częstochowska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Gdańsk – Pomorska Izba Rzemieślnicza Małych i Średnich Przedsiębiorstw
Gorzów Wielkopolski – Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Kalisz – Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości
Katowice – Izba Rzemieślnicza oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości
Kielce – Izba Rzemieślników i Przedsiębiorców
Kraków – Małopolska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Lublin – Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Łódź – Izba Rzemieślnicza
Nowy Sącz – Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Olsztyn – Warmińsko-Mazurska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Opole – Izba Rzemieślnicza
Poznań – Wielkopolska Izba Rzemieślnicza
Radom – Izba Rzemiosła i Małej Przedsiębiorczości
Rzeszów – Izba Rzemieślnicza
Słupsk – Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości Pomorza Środkowego
Szczecin – Izba Rzemieślnicza Małej i Średniej Przedsiębiorczości
Świdnica – Izba Rzemieślnicza i Małej Przedsiębiorczości
Tarnów – Izba Rzemieślnicza oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości
Warszawa – Mazowiecka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
Warszawa – Izba Rzemieślnicza Mazowsza, Kurpi i Podlasia
Wrocław – Dolnośląska Izba Rzemieślnicza
Zielona Góra – Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości
Warszawa – Krajowa Rzemieślnicza Izba Optyczna
Lublin – Lubelska Izba Rzemieślnicza
Rybnik – Izba Rzemieślnicza w Rybniku
Szczecin – Zachodniopomorska Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości

Źródło: Związek Rzemiosła Polskiego, Zespół Oświaty Zawodowej i Problematyki Społecznej.

Dane te świadczą o tym, iż w województwie podlaskim w rzemiośle kształci się przede wszystkim w zawodach znanych i popularnych. Nie znalazł się na tej liście żaden zawód, który uznaliśmy za ginący.

Niewiele lepsza jest sytuacja w skali całego kraju. Tylko w nielicznych izbach rzemieślniczych powołane są komisje egzaminacyjne przeprowadzające egzaminy na tytuły czeladnika i mistrza w zawodach ginących. Do tego należy

dodać, że w przypadku takich zawodów, jak m.in.: brązownik, ludwisarz, zdobnik szkła, bieliźniarz, kapelusznik-czapnik, gorseciarka, renowator mebli artystycznych, żadna izba rzemieślnicza nie powołała komisji egzaminacyjnej, bądź nie opracowano jeszcze standardu wymagań egzaminacyjnych dla zawodu (np. w przypadku zawodu ludwisarz).

O zainteresowaniu kształceniem w zawodach rzemieślniczych świadczą także dane odnośnie liczby kandydatów do egzaminów czeladniczych w Izbie Rzemieślniczej i Przedsiębiorczości w Białymstoku (tabela 2.3). W ciągu ostatnich 5 lat do egzaminów czeladniczych przystąpiło ponad cztery tysiące osób (w 2006 roku – 724 osoby, w 2007 – 984 osoby, 2008 – 749 osób, w 2009 – 790 osób i w 2010 roku 923 osoby).

Na liście zawodów, w których w IRiP w Białymstoku odbywają się egzaminy czeladnicze, dominują zawody znane i popularne, corocznie przyciągające rzesze zainteresowanych. Do nich należy zawód:

- mechanika pojazdów samochodowych (w 2010 roku – 179 osób, co stanowi 19,4% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- fryzjera (w 2010 roku – 150 osób, co stanowi 16,3% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- stolarza (w 2010 roku – 117 osób, co stanowi 12,7% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- cukiernika (w 2010 roku – 95 osób, co stanowi 10,3% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- murarza (w 2010 roku – 93 osoby, co stanowi 10,1% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- piekarza (w 2010 roku – 79 osób, co stanowi 8,6% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- blacharza samochodowego (w 2010 roku – 43 osoby, co stanowi 4,7% ogółu zdających egzaminy czeladnicze);
- rzeźnika-wędliniarza (w 2010 roku – 35 osób, co stanowi 3,8% ogółu zdających egzaminy czeladnicze).

Należy podkreślić, że na liście zawodów, w których odbywały się egzaminy czeladnicze, nie ma żadnego zawodu ginącego, związanego z tradycją, podtrzymaniem uwarunkowań kulturowych na Podlasiu, o charakterze artystycznym. Może to świadczyć, że z jednej strony, mamy do czynienia z brakiem chętnych do nauki w zawodach ginących, z drugiej brakiem zainteresowania ze strony mistrzów rzemiosła odnośnie przekazywania swoich, często unikatowych, umiejętności młodzieży.

Taka sytuacja może świadczyć, że w województwie podlaskim, a nawet można powiedzieć, iż w całej Polsce, brakuje spójnych działań umożliwiających kształcenie następców i zachęcających do wykonywania zawodów rzemieślniczych.

TABELA 2.3. LICZBA KANDYDATÓW DO EGZAMINÓW CZELADNICZYCH W IZBIE RZEMIEŚLNICZEJ I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W BIAŁYMSTOKU W LATACH 2006-2010

Zawód	2006	2007	2008	2009	2010
Betoniarz				1	
Betoniarz-zbrojarz	1				
Blacharz					1
Blacharz samochodowy	37	35	30	22	43
Cukiernik	87	68	63	81	95
Dekarz		7	11		4
Elektromechanik	10	7	12	13	11
Elektromechanik pojazdów samochodowych	3	1	4	6	4
Elektromechanik sprzętu gospodarstwa domowego		1			
Elektromechanik urządzeń chłodniczych		2			
Elektryk	12	11	24	20	29
Fotograf	3		3		2
Fryzjer	100	83	87	139	150
Głazurnik		57	30	24	3
Kamieniarz	1	4			
Krawiec	1	1	2		1
Lakiernik	2		5	4	6
Lakiernik samochodowy	3	9	1	4	5
Malarz-tapeciarz	13	179	35	44	12
Mechanik pojazdów samochodowych	106	123	130	160	179
Mechanik-operator pojazdów i maszyn rolniczych	10				
Monter instalacji i urządzeń sanitarnych	19	74	34	34	30
Murarz	30	92	41	49	93
Piekarz	156	107	114	102	79
Posadzkarz	1		2	2	1
Rzeźnik-wędliniarz	50	31	37	22	35
Stolarz	72	90	72	56	117
Ślusarz	7	2	12	8	24
Tapicer	2				1
Technolog robót wykończeniowych w budownictwie			10	23	19
Złotnik-jubiler			1		
Ogółem	724	984	749	790	923

Źródło: Dane udostępnione przez Izbę Rzemieślniczą i Przedsiębiorczości w Białymstoku.

Szkoły zawodowe, z uwagi na rachunek ekonomiczny, także orientują się w kierunku kształcenia w zawodach popularnych, cieszących się aktualnie największym zainteresowaniem młodzieży, często bez względu na realne zapotrzebowanie ze strony lokalnych rynków pracy.

Kształcenie w rzemieślniczych zawodach znanych i popularnych charakterystyczne jest nie tylko dla województwa podlaskiego, ale ma miejsce w całej Polsce (Kabaj 2010, s. 83 i nast.). W 2010 roku spośród 90 669 młodocianych pracowników zakłady rzemieślnicze w celu przygotowania zawodowego zatrudniały w takich zawodach, jak:

- fryzjer (23 432 osoby, co stanowi 25,8% ogólnej liczby uczniów);
- mechanik pojazdów samochodowych (18 935 osób, co stanowi 20,9% ogólnej liczby uczniów);
- cukiernik (6 695 osób, co stanowi 7,4% ogólnej liczby uczniów);
- stolarz (6 545 osób, co stanowi 7,2% ogólnej liczby uczniów);
- murarz (4 599 osób, co stanowi 5,1% ogólnej liczby uczniów);
- piekarz (4 166 osób, co stanowi 4,6% ogólnej liczby uczniów);
- monter instalacji i urządzeń sanitarnych (2 989 osób, co stanowi 3,3% ogólnej liczby uczniów);
- blacharz samochodowy (2 891 osób, co stanowi 3,2% ogólnej liczby uczniów).

Kształcenie w zawodach, które uznaliśmy za ginące, dotyczy pojedynczych przypadków. Przykładowo, w 2010 roku w zawodzie zduna uczuło się 4 uczniów, zegarmistrza – 4 osoby, cholewkarza – 1 osoba, obuwnika – 20 osób. W wielu tradycyjnych zawodach rzemieślniczych nie odnotowano w ogóle uczniów.

Należy podkreślić, iż zawody rzemieślnicze są dość trudne, w których nie wszystkie czynności daje się unowocześnić i wiele z nich trzeba wykonywać ręcznie, przez co stają się mało atrakcyjne dla młodzieży (Tkaczyk 2011; Strauchmann 2008).

Praca rzemieślnika nie jest też dobrze postrzegana w społeczeństwie, a tym bardziej wśród młodzieży (*Analiza medialna wizerunku...* 2010). Wynika to m.in. z niedostatecznej promocji zawodów rzemieślniczych, a zwłaszcza braku informacji o korzyściach, jakie dają tytuły czeladnicze i mistrzowskie (*Rzemiosło – najlepszy pracodawca...* 2009).

Poza tym obecnie mamy do czynienia z tendencją odchodzenia starych mistrzów, którzy mogliby przekazać swoje umiejętności (Gontarska 2010), co w efekcie przyczynia się do zaniku wielu zawodów.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 2.4, do egzaminów mistrzowskich, nadających uprawnienia do szkolenia uczniów w zawodzie, przystępowała rocznie dość zróżnicowana liczba kandydatów (od 18 w 2008 roku do 182 w 2010 roku). Egzaminy mistrzowskie dotyczyły jednak bardzo ograniczonej liczby zawodów (od 5 zawodów w 2008 roku do 17 w 2010 roku). Najbardziej popular-

nym zawodem w ostatnich latach jest, podobnie jak przy egzaminach czeladniczych, zawód fryzjera (w latach 2006-2010 dotyczył 74 osób), a także stolarza (56 osób), mechanika pojazdów samochodowych (52 osoby), murarza (47 osób), piekarza (42 osoby), cukiernika (39 osób).

TABELA 2.4. LICZBA KANDYDATÓW PRZYSTĘPUJĄCYCH DO EGZAMINÓW MISTRZOWSKICH W IZBIE RZEMIEŚLNICZEJ I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W BIAŁYMSTOKU W LATACH 2006-2010

Zawód	2006	2007	2008	2009	2010
Błacharz samochodowy	10	3	6	3	3
Cieśla				1	
Cukiernik	4	4	8		23
Dekarz	1	1	1	8	1
Elektromechanik	2	1			
Elektromechanik pojazdów samochodowych	1			1	
Elektromechanik urządzeń chłodniczych		2			
Elektryk	4		2	1	5
Fotograf					2
Fryzjer	11	22		12	29
Głazurnik		1	1	1	2
Krawiec	2	1			
Lakiernik samochodowy	10	2		3	4
Malarz-tapeciarz		7		3	6
Mechanik pojazdów samochodowych	10	10		18	14
Monter instalacji i urządzeń sanitarnych	5	2		7	12
Murarz	10	15		5	17
Piekarz	10	9		9	14
Posadzkarz				1	
Rzeźnik-wędliniarz	6	2		1	10
Stolarz	6	12		6	32
Ślusarz	3	2			5
Technolog robót wykończeniowych w budownictwie				2	3
Ogółem	95	96	18	82	182

Źródło: Dane udostępnione przez Izbę Rzemieślniczą i Przedsiębiorczości w Białymstoku.

Wykaz zawodów, w których odbywały się egzaminy mistrzowskie, świadczy o tym, że w wielu zawodach, które znalazły się na liście ginących, nie kształci się faktycznie następców.

Do zanikania zawodów rzemieślniczych przyczyniła się także trwająca od lat 70. XX wieku gwałtowna i systematyczna urbanizacja wsi oraz związane z tym takie procesy, jak (*Ginące zawody wiejskie...*):

- zwiększenie dostępności usług miejskich dla mieszkańców wsi – do miasta łatwiej jest dojechać dzięki rozbudowanej komunikacji;
- relatywnie niskie ceny usług miejskich, ze względu na masowość wytwarzania;
- odwracanie się mieszkańców wsi od tradycyjnych zawodów jako skutek pędu ku nowoczesności oraz uznania typowo wiejskich produktów i usług za przestarzałe i niemodne. W rezultacie spadł gwałtownie popyt na usługi rzemieślników wiejskich i tradycyjne wiejskie produkty;
- postępująca specjalizacja gospodarstw domowych, a w efekcie brak czasu na kultywowanie tradycji rzemieślniczych;
- wymieranie pokolenia starych rzemieślników ludowych.

Jak pisze Z. Ciesielski, „...niektóre zawody giną, bo nie znajdują uzasadnienia we współczesnym życiu, tracą odbiorcę swych wyrobów we własnym środowisku na wsi, w regionie. Bez tego naturalnego zaplecza tracą sens swego istnienia, ekonomiczne podstawy bytu, są więc skazane na naturalną śmierć” (Ciesielski 2004, s. 3).

Ważną przesłanką zanikania wielu zawodów rzemieślniczych jest także zalew naszego rynku przez tanie produkty wytwarzane na skalę przemysłową, zwłaszcza pochodzenia zagranicznego, np. z Chin (Dębska 2011).

Jak zauważa Szczyrek (2010): „...zdecydowanie rzadziej klienci korzystają z usług zegarmistrza, gdyż mają możliwość nabycia zegarków: tańszych, droższych, tych bardziej wymyślnych i tych tradycyjnych. Wielu z nich woli więc kupić nowy zegarek, niż udać się ze starym do naprawy”.

Należy też podkreślić, iż zanikanie zawodów rzemieślniczych wynika z przesłanek ekonomicznych. Koszty tradycyjnych usług świadczonych np. przez krawca czy szewca są stosunkowo wysokie. W efekcie ceny produktów „szytych na miarę” przegrywają z produkcją masową. Dlatego przedstawiciele wielu zawodów, jak np. zegarmistrze, obuwnicy, krawcy, muszą zadowolić się świadczeniem usług naprawczych, co nie przynosi dużych zysków.

Wiele zawodów rzemieślniczych traci na znaczeniu również z powodu ciągłego postępu technologicznego (Sielicka 2011). Wiele rzeczy nie trzeba już bowiem robić ręcznie – produkcja odbywa się taśmowo. Maszyny niejednokrotnie są w stanie zastąpić pracę kilku rzemieślników.

Poza tym pojawiają się nowe produkty, usługi, które zastępują te tradycyjne, wytwarzane ręcznie. Przykładem może być centralne ogrzewanie, które istotnie przyczyniło się do zmniejszenia popytu na pracę zdunów, czy też produkcja beczek plastikowych oraz metalowych, która wyparła pracę bednarzy wytwarzających beczki drewniane.

Według niektórych ekspertów ds. rzemiosła, już niedługo do zawodów wymarłych mogą dołączyć takie profesje, jak: cukiernik, piekarz czy chociażby wulkanizator, ślusarz i stolarz. Powodem jest nie tylko zbyt mała liczba szkół zawo-

dowych, ale także upadek wielkich zakładów, które niegdyś dawały zatrudnienie wielu rzemieślnikom (Sielicka 2011).

2.3. Czynniki kształtujące popyt na zawody ginące

Odtwarzanie i podtrzymywanie zawodów ginących musi mieć swoje uzasadnienie we współczesnych realiach rynkowych. W związku z tym w praktyce należy orientować się na te zawody, na których produkty lub usługi istnieje realny popyt. Dlatego też trzeba dokonać analizy nowych trendów ze strony konsumentów, by odpowiedzieć na pytanie, które zawody należy podtrzymywać. Bowiem ginące zawody mają szansę przetrwania, o ile nieco się zmienia i otworzą na nową grupę klientów, przy czym skala ich działalności będzie niewątpliwie znacznie mniejsza.

Aktualnie można już mówić o zawodach rzemieślniczych, które powoli reaktywują się wskutek pojawienia się nowej grupy klientów. Przykładem może być zawód kowala, zduna, rymarza czy też witrażownika.

Kiedyś zawód kowala związany był przede wszystkim z pracą na wsi, podkuwaniem koni, wykonywaniem motyk, grabek czy siekier, później z pracami ślusarskimi. Wystarczyło do realizacji tej pracy palenisko, kowadło i kilka młotów. Aktualnie pojawiła się nowa grupa odbiorców, bowiem mamy do czynienia wręcz z „modą” na kowalstwo artystyczne. W kuźniach zaczęło pojawiać się coraz więcej klientów ze zleceniami na fantazyjne lampy, świeczniki, wieszaki, kwiaty, zestawy akcesoriów kominkowych, balustrady czy krzesła. W modzie są także ozdobne, kute meble, kraty, bariery balkonowe, płoty, furtki czy bramy. Rośnie również zainteresowanie dziełami kowali artystów, wykonujących wyroby metaloplastyczne, stylowe szyldy, zawiasy i latarnie.

Tradycyjne metody i wyposażenie warsztatu przestały wystarczać. Dziś do wykonania typowych ręcznych prac korzysta się już z różnych maszyn, które bardzo odciążają pracę kowala.

Część kowali kontynuuje tradycje dawnych mieczowników i płatnerzy, wytwarzając ręcznie białą broń i zbroje. Dla wojska wykonują oni oficerskie szable, pałasze i kordziki paradne, a dla kolekcjonerów, stowarzyszeń rekonstrukcji historycznych oraz na potrzeby wytwórni filmowych szable polskie, miecze średniowieczne, rapiery, topory bojowe, miecze samurajskie, hełmy i zbroje.

Walorami wyrobów kowalstwa artystycznego jest ich niepowtarzalność ze względu na ręczne odkuwanie wszystkich elementów, łącznie z blachami, z których powstają misternie wykonane liście i inne ornamenty roślinne.

Obecnie rękodzieło kowalskie, mimo konkurencji zakładów przemysłowych, zaczyna się odradzać (Sieński 2009).

Należy również zwrócić uwagę, iż pojawiło się ponownie zapotrzebowanie na usługi kowali potrafiących podkuć konie, których przybywa, szczególnie w stadninach prywatnych. Moda na jeździectwo spowodowała także odrodzenie zawodu podkuwaczy koni. Stało się to też podstawą do wydzielenia nowego zawodu w klasyfikacji, jakim jest podkuwacz koni. Okazało się bowiem, że gros kowali przeorientowało się i wyspecjalizowało w rzemiośle artystycznym i powstała luka na rynku odnośnie podkuwania koni.

Warto też wspomnieć o reaktywacji zawodu zduna, który to w wieku XX zaczął zanikać wskutek wykorzystania nowych technologii grzewczych. Jeszcze po drugiej wojnie światowej, w odbudowywanej Polsce, przez wiele lat głównym źródłem ciepła w mieszkaniach były piece, a zawód zduna był dość popularny. Jednak systematycznie centralne ogrzewanie wypierało piece, a zduństwo stało się zawodem zanikającym, szkoły zaniechały kształcenia.

Na przełomie wieków XX/XXI nastąpiło ożywienie w tej branży, gdyż wzrosło zainteresowanie kominkami i tradycyjnymi metodami ogrzewania, w sytuacji braku specjalistów w zakresie zduństwa.

Oprócz budowy tradycyjnych pieców, klienci składają zapotrzebowanie na piecokominki czy piece stylizowane na wzory z wcześniejszych epok. Dużo zamówień zduni mają od właścicieli karczm, gospodarstw agroturystycznych, którzy również chcą mieć kuchnie z piecami chlebowymi.

Do zawodów tradycyjnych, w przypadku których obserwujemy powolne ożywienie, należy także zawód rymarza zajmującego się wytwarzaniem uprzęży konnych, siodeł, akcesoriów jeździeckich i skórzanych pasów pędnych.

Zawód rymarza był popularny w czasach poprzedzających rewolucję przemysłową, a w szczególności rozwój kolei i motoryzacji, kiedy to konie stanowiły podstawową siłę pociągową, wykorzystywaną w transporcie i rolnictwie. Na przestrzeni XX w. rolę koni w większości przejęły maszyny, a zawód rymarza zaczął powoli zamierać.

Jednak obecnie nastąpił wzrost zainteresowania turystyką konną i jeździectwem, co przyczyniło się do powstania i rozwoju wielu stadnin i gospodarstw agroturystycznych, ukierunkowanych na naukę jazdy konnej. W efekcie następuje powolny wzrost popytu na usługi rymarskie, z których korzystają także dożkarze, sportowcy uprawiający jeździectwo i rolnicy (Bartnik 2011).

Warto także zwrócić uwagę na zawód witrażownika, który też powoli się odradza ze względu na rosnące zainteresowanie, zwłaszcza w krajach zachodnich, witrażami w oknach, drzwiach czy też w formie witrażowych ścianek działowych. Dynamiczny rozwój budownictwa sakralnego również istotnie przyczynia się do wzrostu zapotrzebowania na usługi witrażowników (*Wcale nie koniec świata rzemieślników...*).

Szansą na ochronę tradycyjnych zawodów rzemieślniczych, zwłaszcza jako sfery dziedzictwa narodowego, jest uczynienie z nich podstawy rozwoju gospodarczego, szczególnie na biedniejszych obszarach wiejskich (Skuza 2008, s. 5).

Dlatego też ginące zawody, tak rzadko spotykane w dzisiejszych czasach, są ogromną szansą m.in. dla mieszkańców województwa podlaskiego, nastawionych na rozwój turystyki wiejskiej. Prezentowanie i wykonywanie ginących zawodów może stać się wielką atrakcją turystyczną. Tym bardziej że nadal wiele osób mieszkających we wsiach naszego regionu ma ogromne możliwości twórcze.

Warto odwołać się w tym miejscu do dobrych praktyk. Bowiem w różnych regionach kraju, w tym na Podlasiu, podejmowane są już pierwsze lokalne inicjatywy, aby ginące zawody ocalić od zapomnienia, a zarazem uczynić je podstawą rozwoju w skali lokalnej. Działania te stwarzają szanse na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej, która jest często optymalnym rozwiązaniem dla ludzi pochodzących z regionów wiejskich czy małych miast.

Dobłą praktyką może być Centrum Edukacji Regionalnej i Przyrodniczej w Mniszkach w gminie Międzyzichód w województwie wielkopolskim, powołane w 2007 roku, które stało się wielką atrakcją turystyczną, jak też pełni ważną funkcję dydaktyczną (*Centrum Edukacji Regionalnej i Przyrodniczej...*).

Przy współpracy z Klubem Integracji Społecznej powstała także możliwość zrealizowania programu zatrudnienia, dzięki któremu w centrum pracują osoby będące mieszkańcami Mniszek i okolicznych miejscowości.

W Centrum Edukacji Regionalnej w Mniszkach zgromadzone zostały najróżniejsze sprzęty dawnego gospodarstwa domowego⁴, a także można poznać warsztaty ginących zawodów. Trasa zwiedzania jest najczęściej połączona z zajęciami edukacyjnymi i prowadzi przez specjalnie przygotowane stanowiska, takie jak m.in. kowala, warsztat bednarsko-stolarski, szewski, garncarski, stanowisko praczek, pszczelarza, warsztat wikliniarski, skład kolonialny, wystawy urządzeń do przeróbki mleka i wyposażenia kuchni.

We wszystkich tych stanowiskach dzieci, młodzież i dorośli mogą próbować kucia gwoździ, przymierzają siuńdy, pracują przy urządzeniu zwanym „kobyłką” do obróbki drewna, poznają pracę szewca i samodzielnie mogą przyciąć skórzane rzemyki, przyglądają się procesowi oddzielania śmietany od mleka, zaglądają do wnętrza ula, próbują maglowania i poznają duszę żelazka, dowiadują się, co można było kupić w składzie kolonialnym i w czym paliło się kawę, poznają naczynia kuchenne i ich przeznaczenie.

Dodatkowo mogą także próbować lepić z gliny czy przygotować wiklinowe płotki lub wózki, które następnie mogą zabrać do domu. W dawnym spichlerzu

⁴ Należy podkreślić, iż ponad 90% eksponatów zgromadzonych w centrum to dary i depozyty, często rodzinne pamiątki, przekazywane z własnych gospodarstw przez mieszkańców gminy.

została przygotowana inna atrakcja – wewnątrz przypominające klasę lekcyjną z prawdziwymi ławkami sprzed lat i przyborami szkolnymi. W sali dotyczącej prac rolniczych zwiedzający mogą poznać maszyny do uprawy ziemniaków i zboża.

Centrum wzbudza duże zainteresowanie zarówno wśród turystów zagranicznych, jak też krajowych. CERiP odwiedzili turyści m.in. z Niemiec, Stanów Zjednoczonych, Anglii, Francji, Portugalii, Rosji, Czech, Chin, Nigerii, jak też z różnych miast Polski, m.in. z Poznania, Wrocławia, Warszawy, Kłodzka, Krakowa, Białegostoku, Łodzi, a także z Drezdenka, Pniew, Kwilcza, Pszczewa, Nowego Tomyśla, Miedzichowa, Międzyrzecza i innych miejscowości.

Dobłą praktyką jest też utworzony w 1994 roku, z inicjatywy Działu Etnografii Muzeum Podlaskiego w Białymstoku, Szlak Rękodzieła Ludowego Województwa Podlaskiego (*Tradycje Podlasia...*). Jest to niepowtarzalna trasa, dzięki której turyści mają okazję poznać bogate i żywe do niedawna tradycje sztuki ludowej Podlasia. Trasa przebiega przez następujące miejscowości: Czarna Białostocka – Czarna Wieś Kościelna – Łapczyn – Zamczysk – Janów – Sokółka, położone na terenie Puszczy Knyszyńskiej.

Szlak Rękodzieła Ludowego to wycieczka po starych pracowniach rzemieślniczych, takich jak: pracownie tkactwa dwuosnowowego, pracownie rzeźbiarskie, pracownie wyrobu łyżek, pracownie garncarskie, warsztat kowalski. Podczas zwiedzania można spotkać osoby wykonujące zawody ginące – kowala, tkacza, garncarza czy łyżkarza.

Szlak wzbudza duże zainteresowanie ze strony turystów krajowych i zagranicznych. Popularnością cieszą się zwłaszcza piękne, unikatowe wyroby, wytwarzane przez rzemieślników, a to tylko dowód na to, że praca tych, którzy jeszcze zajmują się starym rzemiosłem, jest doceniana ze strony nowej grupy klientów, z aglomeracji miejskich w Polsce, jak też z zagranicy. Bardzo widoczny jest wzrost zainteresowania przedmiotami nawiązującymi do tradycyjnych wzorów i zdobnictwa, wykonanymi ręcznie z naturalnych materiałów.

Inną dobrą praktyką jest też Garncarska Wioska (*Garncarska wioska...*), jako nowa specjalizacja jednej z mazurskich wsi – Kamionki. Jest to jeden z ciekawych pomysłów na pozarolniczą działalność gospodarczą, opartą na starych, ginących zawodach rzemieślniczych, tradycyjnych technologiach i zwyczajach.

Garncarska Wioska jest to nazwa partnerskiego przedsięwzięcia zrealizowanego w ramach Projektu „W stronę polskiego modelu gospodarki społecznej – budujemy nowy Lisków” w ramach IW EQUAL, którego inicjatorem była Fundacja NIDA, a partnerami byli m.in.: Powiatowy Urząd Pracy w Nidzicy, Starostwo Powiatowe w Nidzicy, Stowarzyszenie Nidzicki Fundusz Lokalny, Centrum Kształcenia Praktycznego, Biuro Obsługi Firm Katarzyna i Piotr Wiejak, DREHABUD sp. jawna w Nidzicy, Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym Koło w Nidzicy, Urząd Gminy w Janowie, Urząd Miejski

w Nidzicy. Partnerami i sponsorami spoza rejonu nidzickiego są: Instytut Spraw Publicznych w Warszawie, Fundacja Wspomagania Wsi, Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, Akademia Rozwoju Filantropii w Warszawie, Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej.

Obecnie Garncarska Wioska funkcjonuje jako przedsiębiorstwo społeczne, z bardzo bogatą ofertą. Między innymi zajmuje się organizacją różnego rodzaju szkoleń, jak też wydarzeń integracyjnych.

W ofercie znajdziemy także przeprowadzanie warsztatów rzemieślniczych dla grup zorganizowanych, rodzin, osób indywidualnych z zakresu: garncarstwa, papieru czerpanego, krawiectwa, witrażu, malowania na szkłe, bukieciarstwa i wyrobu pamiątek.

Jednym z ciekawych produktów Garncarskiej Wioski jest mazurskie wesele jako atrakcja dla turystów i propozycja dla nowożeńców. Wesele Mazurskie to inscenizacja dawnych obyczajów weselnych na Mazurach. Turyści są gośćmi weselnymi, a wesele prowadzą aktorzy – mieszkańcy przebrani w tradycyjne stroje. W trakcie imprezy prezentowane są stare, tradycyjne, mazurskie obyczaje weselne, a goście spożywają weselne potrawy przygotowane według starych receptur: rosół z kokoszy, nensio pieczone, kokosz po nidzicku, kapuchę mazurską, kartofle kraszone, kluski, gorziołkę i psiwo, kompot i kuchy.

Garncarska Wioska oferuje także firmom organizację spotkań integracyjnych, z cateringiem, muzyką, zajęciami warsztatowymi, podczas których uczestnicy własnoręcznie wykonują wyroby witrażowe, obrazy malowane na szkłe, wyroby ceramiczne.

Oferta Garncarskiej Wioski skierowana jest też do dzieci i młodzieży z różnych grup wiekowych. Podczas wizyty, poza zwiedzaniem, przewidziane są m.in. warsztaty: garncarskie – lepienie, toczenie na kole, wytwarzanie papieru czerpanego, z witrażu, bibułkarstwa, malowania na szkłe, zdobienia ceramiki lub wyrobu pamiątek.

Garncarska Wioska we współpracy z lokalnymi instytucjami i organizacjami tworzy miejsca pracy dla bezrobotnych osób, a dochody z działalności przekazuje na cele społeczne. Jest przykładem, w jaki sposób można wykorzystać stare technologie rzemieślnicze do kreowania rozwoju, miejsc pracy na konkurencyjnym rynku. Jest konkretną wizją rozwoju dla innych regionów rolniczych i przykładem nowego sposobu pozyskiwania źródeł dochodu dla mieszkańców wsi.

Opieranie rozwoju obszarów wiejskich o zawody ginące jest o tyle ważne i realne, iż w konsumpcji pojawił się nowy trend, określany mianem konsumpcji postmodernistycznej, której najbardziej dynamicznie rozwijającą się formą jest turystyka nastawiona na eksplorację obszarów o zachowanych walorach kulturowych, względnie cieszących się wysoką różnorodnością kulturową.

Współczesna turystyka powoli przestaje bowiem być turystyką typowo rekreacyjną, a coraz większe znaczenie ma forma zbierania wrażeń i doświadczeń życiowych. Niedgdyjsze próżnowanie turysty, otaczającego się luksusowymi przedmiotami, zostaje zastąpione kolekcjonowaniem doświadczeń, przypisując tym samym coraz mniejsze znaczenie bogatej infrastrukturze towarzyszącej wypoczynkowi (Kielczewski 2003, s. 39).

Wśród turystów postmodernistycznych wyróżnić można m.in. grupę, która atrakcje kulturowe, etniczne traktuje jako istotny element dobrego wypoczynku. Do zaspokojenia potrzeb tej grupy turystów nie wystarczy dobrze przygotowana infrastruktura, ale oferowany produkt turystyczny powinien zawierać w sobie rys lokalnej specyfiki, niepowtarzalność (Kielczewski 2003, s. 40).

Istnienie tego trendu konsumpcji staje się niepowtarzalną szansą rozwoju obszarów wiejskich Podlasia, opartych o podtrzymanie i/lub odtworzenie zawodów ginących. Przykładowo, organizacja wczasów czy wyjazdów integracyjnych pracowników, ze szkoleniem np. z garncarstwa, bednarstwa, koronkarstwa, kowalstwa, rymarstwa itp., może stać się ważną atrakcją Podlasia.

Z punktu widzenia kreowania rozwoju lokalnego, opartego o wykorzystanie zawodów ginących, kluczową kwestią staje się przygotowanie odpowiedniej kadry, poprzez przeszkolenie w określonych zawodach ginących, stworzenie odpowiedniej infrastruktury turystycznej oraz promocja nowej atrakcji wśród turystów. Potrzebna jest w tym zakresie wspólna praca całej lokalnej społeczności.

Szansą na podtrzymanie, a nawet rozwój wielu rzemieślniczych zawodów, jest także wzrost zainteresowania przedmiotami nawiązującymi do tradycyjnych wzorów i zdobnictwa, wykonanymi ręcznie z naturalnych materiałów, zarówno ze strony mieszkańców miast w kraju, jak też turystów z zagranicy.

Popyt na zawody ginące należy również wiązać z powoli rosnącą popularnością produktów typu slow-food, wytwarzanych i przechowywanych w tradycyjny sposób.

Slow Food jest międzynarodową organizacją typu non-profit, która w manifestie określa swój cel jako: „ochrona prawa do smaku”. Powstała w 1986 roku we Włoszech i od początku zajęła się szeroko rozumianą ochroną oraz wspieraniem niewielkich regionalnych producentów żywności – szczególnie żywności oryginalnej, produkowanej w sposób niespotykany w innych miejscach na świecie, żywności tradycyjnej, zdrowej i niestety zagrożonej zniknięciem w wyniku coraz bardziej natarczywej ekspansji tego, co na całym świecie znane jest jako fast food (*Co to jest Slow Food...*).

W ciągu 15 lat swego istnienia Slow Food z małego regionalnego ruchu rozrósł się w znacznym stopniu i przekształcił w międzynarodowy ruch zrzeszający ponad 60 tysięcy członków na wszystkich kontynentach, co samo w sobie doskonale świadczy o potrzebie istnienia takiej organizacji i filozofii, jaka się za nią kryje.

W manifestie Slow Food można przeczytać: *...nasze czasy określone są jako kompletnie podporządkowane cywilizacji przemysłowej i zniewolone przez prędkość, ów zawrotny pęd życia, którego przejawem są m.in. fast food'y. Prędkość odwraca naszą uwagę od szczegółów, detali, które stanowią o prawdziwym smaku życia – pozwalamy sobie zapomnieć o jednej z podstawowych wartości egzystencji, jaką jest – dobrze rozumiana – zmysłowa przyjemność. Przyjemność, jaką daje chwila wytchnienia, odpoczynku, spokoju, jaką daje czas spędzony wśród przyjaciół; wreszcie przyjemność ze smakowania – zarówno dobrego jedzenia, jak i po prostu głębi i różnorodności życia.*

Struktura organizacyjna ruchu opiera się na tzw. convivium, zrzeszeniach osób myślących podobnie, podobnie czujących i w podobny sposób potrzebujących przyjemności ze smakowania – mających wspólny cel: zapewnić sobie i nam wszystkim możliwość pełnego czerpania i korzystania z odkryć kulinarnych całej ludzkości.

Pierwsze polskie convivium powstało w Krakowie, mieście w Polsce najbardziej kojarzącym się z kulturą i dobrym smakiem.

Na terenie województwa podlaskiego funkcjonuje jedno convivium „Vigrensis”, promujące swoje wyroby jako Ulica Smaczna, które blisko współpracuje z Lokalną Grupą Działania „Nasza Suwalszczyzna”.

Jak pisze Michał Jerzy Grnyo, prezes *Convivium Vigrensis* SlowFood Polska: *...chcemy „zatrzymać czas” i ochronić ginące smaki, specyficzne dla otaczającego nas krajobrazu. Utrwalamy je w dosłowny sposób, staramy się, aby ludzie pamiętający jeszcze dawne czasy mogli zostawić po sobie dziedzictwo, które pozwoli nam zachować smaki pochodzące z tej ziemi (Slow Food nad Wigrami...).*

W ramach tego zrzeszenia organizowane są otwarte, cykliczne spotkania „Podążajcie za ślimakami”.

Rosnąca popularność produktów typu slow-food, wytwarzanych i przechowywanych w tradycyjny sposób, może mieć istotny wpływ na odtworzenie zawodów ginących. Przykładem może być zawód bednarza, który kiedyś był dość powszechny, w drugiej połowie XX wieku został prawie zapomniany i znajdował zastosowanie głównie w produkcji przedmiotów do celów dekoracyjnych. Wraz z upowszechnieniem idei Slow Food zaczyna mieć coraz większe znaczenie użytkowe. Naczynie powinno być wytworzone z odpowiedniego drewna, w zależności od jego przeznaczenia:

- 1) kiszenie ogórków i kapusty – drewno lipowe, ewentualnie świerkowe (kapusta nie ciemnieje wtedy tak jak np. od drewna dębowego);
- 2) leżakowanie wina i innych alkoholi – do niektórych gatunków odpowiednie jest drewno dębowe; wina i winiaki (a także np. whisky) przechowywane w beczkach dębowych nabierają szlachetnego, garbnikowego smaku, a z czasem zyskują na mocy i aromacie (woda przez warstwę drewna dębowego paruje łatwiej niż alkohol i inne wielkocząsteczkowe związki na-

dające smak i zapach). Pewne regionalne gatunki win i destylatów nabierają charakterystycznego smaku przez przechowywanie w beczkach bukowych (ew. smołowanych) lub sosnowych;

- 3) dzieża chlebowa – najlepiej z drewna lipowego lub świerkowego, z dodatkiem dębowego, aby chleb dobrze się zakwaszał.

Szansą na reaktywację tradycyjnych zawodów ginących jest też zmiana postaw konsumentów w kierunku etnocentryzmu, powiązanie ze świadomym preferowaniem produktów krajowych. Coraz liczniejsi konsumenci poszukują produktów regionalnych, wytwarzanych przy zastosowaniu tradycyjnych metod produkcji. W Unii Europejskiej do takich produktów przywiązuje się dużą wagę. Tradycyjne i regionalne produkty są wpisywane przez Komisję Europejską do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych i Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności.

Wśród krajów Unii Europejskiej największą liczbę regionalnych produktów rolnych i żywnościowych posiadają Włochy (231 na 1 000 zarejestrowanych produktów), Francja i Niemcy (po 185). Polska posiada 34 produkty z certyfikatem, spośród których są dwa z Podlasia, a mianowicie pieriekaczewnik, związany z kuchnią tatarską w Kruszyńskach oraz miód z Sejneńszczyzny/Łódzieszczyzny/Seinu/Lazdiju krašto medus (*Produkty zarejestrowane jako chronione...*).

Europejczycy, planując podróże, chcą poznawać nowe miejsca m.in. poprzez kuchnię (Nazaruk 2011). W dobie „globalizacji smaków”, fundowanej przez przemysłowe wytwarzanie żywności w ponadnarodowych koncernach i sprzedaż żywności w ponadnarodowych sieciach handlowych, konsumenci tęsknią za żywnością posiadającą swój smak i zapach. Chcą poznawać miejsce, z którego pochodzi i korzystać z tradycyjnej wiedzy oraz umiejętności producenta, wzmocnionych darami natury (Konieczny i inni 2008, s. 53).

Urzędy marszałkowskie w Polsce tworzą własne listy produktów regionalnych i tradycyjnych. Na tych listach figurują 982 takie produkty, w tym 45 z województwa podlaskiego (*Lista produktów tradycyjnych...*).

ROZDZIAŁ 3. ZAWODY MAŁO POPULARNE

3.1. Istota zawodów mało popularnych

Na potrzeby realizacji projektu bardzo ważne jest zdefiniowanie istoty i cech zawodu mało popularnego. Jest to o tyle ważne, że w literaturze przedmiotu odnoszącej się do rynku pracy takie pojęcie nie występuje.

Zgodnie z założeniami projektu, zawody mało popularne to zawody charakteryzujące się z jednej strony rosnącym popytem ze strony gospodarki, z drugiej mamy do czynienia z niedostateczną podażą zasobów pracy. Ludzie niechętnie podejmują pracę w tych zawodach, gdyż związane są one z niskim statusem społecznym, piętnującym lub etykietującym wykonawcę czynności związanych z tym zawodem. Jest powszechne przekonanie, że zawody takie nie wymagają specjalnej wiedzy czy wykształcenia, dlatego w systemie edukacji często nie podejmuje się kształcenia w tych zawodach.

Zatrudnienie w zawodach mało popularnych charakteryzuje się też dużą rotacją, o czym świadczy z jednej strony duża liczba ofert pracy, z drugiej duża liczba bezrobotnych. Z reguły są to zawody deficytowe. Trudne warunki pracy, niskie wynagrodzenia w istotny sposób determinują elastyczność zatrudnienia. Istnieje tutaj pozorna łatwość zastąpienia odchodzących lub zwalnianych pracowników innymi kandydatami do pracy.

W zawodach tych mamy też do czynienia z relatywnie dużą skalą zatrudnienia w „szarej strefie”, np. zawody związane z opieką nad osobami zależnymi, sprzątanie domów prywatnych.

Na to, jak postrzegamy konkretny zawód wpływa wiele czynników (Jabłońska 2010), m.in. odnoszących się do:

- 1) dostępności do zawodu;
- 2) poziomowi wynagrodzeń;
- 3) społecznej rangi zawodu;
- 4) wizerunku, jaki mają firmy zatrudniające swoich pracowników i tego, jak ich traktują.

Jeśli zawód wymaga szczególnych zdolności lub długoletniego przygotowania, to dostępność do tych zawodów staje się dość ograniczona i mniejsza jest skala podaży pracowników. Przedstawiciele tych zawodów są poszukiwani na rynku pracy. Ich niska podaż ma wpływ na kształtowanie wynagrodzeń na relatywnie wysokim poziomie. Działa to dokładnie odwrotnie, kiedy wysoki poziom wynagrodzeń przyczyni się do popularyzacji niektórych zawodów, w efekcie podaż pracowników wzrośnie, a to doprowadzi z czasem do ich dewaluacji (Jabłońska 2010).

Polacy podczas badań ankietowych niezbyt chętnie przyznają, że pracują głównie dla pieniędzy. Nieoficjalnie mówią o tym już znacznie częściej. Są natomiast w stanie polubić wykonywane zajęcie, nawet jeśli zarabiają zbyt mało. Według badań CBOS, w końcu 2009 roku wśród głównych czynników decydujących o pozytywnym stosunku do swojej pracy ankietowani wymieniali kilka opcji. Ważne okazały się możliwości rozwoju, to, czy praca jest interesująca, czy jest zgodna z ich wykształceniem, a także to, czy mają poczucie jej sensu. Pieniądze stawiano na dalszym miejscu (*Prestiż zawodów...* 2009).

Z kolei według raportu „Philips Index 2010. Jakość życia Polaków” (2010, s. 30), aż dla 78 proc. badanych dobre zarobki nierozdzielnie łączą się z poczuciem wysokiej jakości życia. A także z poczuciem zadowolenia z pracy. Pieniądze wysuwają się na czoło, jeśli chodzi o powody, które najbardziej dołują nas w pracy. Oczywiście – zbyt małe pieniądze. Zaledwie 18 procent biorących udział w ankiecie Philips Index było zadowolonych z tego, ile zarabiają. Nic więc dziwnego, że praca jest w naszym kraju jednym z głównych źródeł stresu – uważało tak ponad 40 proc. ankietowanych. Chociaż oprócz niskich zarobków do czynników stresogennych należą także np. niedobre relacje z szefem.

Na prestiż zawodów ma wpływ również ich ranga społeczna. Szacunkiem obdarzani są przedstawiciele tych zawodów, których trudno zastąpić lub kto pełni istotną funkcję społeczną. Prestiż pracowników poszczególnych zawodów spada, jeśli na ich miejsce z łatwością można znaleźć dziesiątki innych kandydatów (Jabłońska 2010).

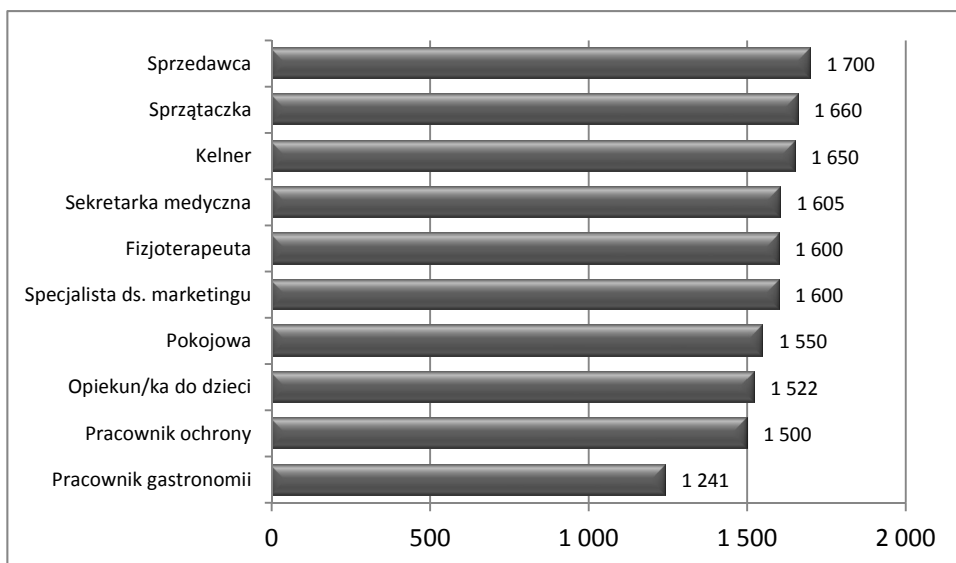
TABELA 3.1. RANKING DZIESIĘCIU NAJBARDZIEJ NIELUBIANYCH I NAJSŁABIEJ PŁATNYCH ZAJĘĆ W POLSCE

Numer pozycji w rankingu	Zawód
1.	Ochroniarz
2.	Sprzątaczką
3.	Kasjer
4.	Śmieciarz
5.	Kanalarz
6.	Grabarz
7.	Kontroler biletów
8.	Ulotkarz
9.	Pracownik call center
10.	Ankieter

Źródło: (*TOP 10: Najbardziej nielubiane zawody...* 2011).

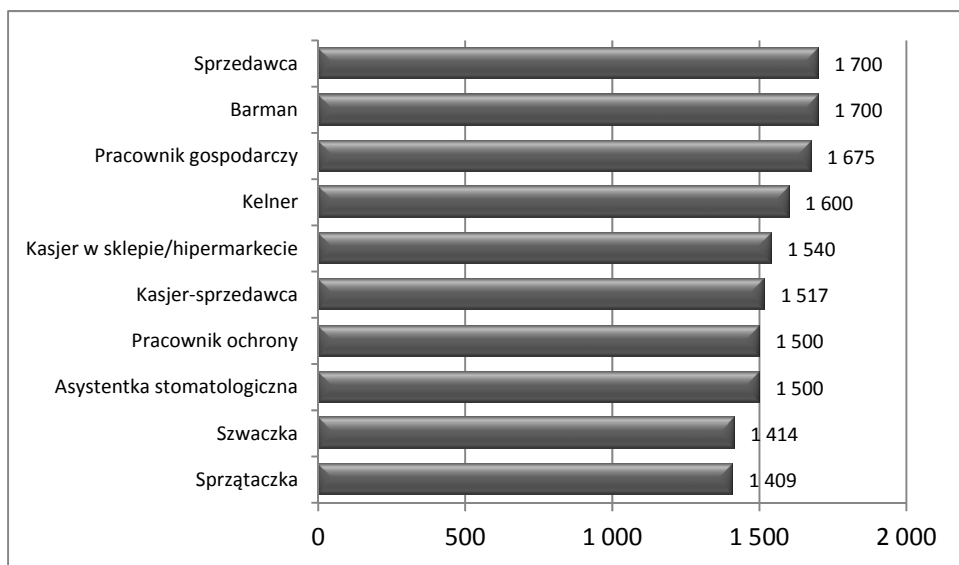
Przeprowadzona analiza:

- danych Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku odnośnie liczby ofert pracy, jak i skali bezrobocia, w poszczególnych zawodach w województwie podlaskim oraz rankingu zawodów deficytowych i z nadwyżką;
- wyników badań ogólnopolskich na temat rankingów zawodów niechętnie wykonywanych (tzw. zawodów nielubianych) – tabela 3.1;
- poziomu wynagrodzeń w poszczególnych grupach zawodowych (wykresy 3.1 i 3.2);
- rankingów zawodów pod względem prestiżu (tabela 3.3);
- czynników kształtujących prognozowany popyt na pracę pozwala na identyfikację grup zawodów, które noszą znamiona mało popularnych, z perspektywą rosnącego popytu na nie.



Źródło: *(10 najlepiej i najgorzej opłacanych stanowisk... 2009)*.

WYKRES 3.1. DZIESIĘĆ NAJNIŻEJ OPLACANYCH STANOWISK W MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTWACH W POLSCE W 2008 ROKU



Źródło: (10 najgorzej opłacanych stanowisk w 2010 roku... 2011).

WYKRES 3.2. MEDIANY WYNAGRODZEŃ NA NAJGORZEJ OPŁACANYCH STANOWISKACH W 2010 ROKU

TABELA 3.2. ODSETEK POLAKÓW DARZĄCYCH WYBRANE ZAWODY DUŻYM LUB BARDZO DUŻYM POWAŻANIEM

Lp.	Zawód	% wskazań respondentów
1.	Profesor uniwersytetu	84
2.	Strażak	84
3.	Górnik	78
4.	Pielęgniarka	77
5.	Lekarz	73
6.	Inżynier pracujący w fabryce	71
7.	Nauczyciel	70
8.	Robotnik wykwalifikowany, np. tokarz, murarz	69
9.	Księgowy	64
10.	Oficer zawodowy w randze kapitana	63
11.	Sędzia	62
12.	Kierowca autobusu	61
13.	Rolnik indywidualny na średnim gospodarstwie	61
14.	Informatyk, analityk komputerowy	61
15.	Adwokat	60
16.	Dyrektor fabryki	58
17.	Przedsiębiorca, właściciel dużej firmy	54

18.	Dziennikarz	54
19.	Policjant	53
20.	Właściciel małego sklepu	48
21.	Sprzątaczką	47
22.	Wojewoda	46
23.	Sprzedawca w sklepie	45
24.	Referent w biurze	44
25.	Ksiądz	42
26.	Burmistrz	42
27.	Robotnik budowlany niewykwalifikowany	40
28.	Makler giełdowy	38
29.	Starosta	38
30.	Minister	36
31.	Radny gminny	31
32.	Posel na Sejm	24
33.	Działacz partii politycznej	19

Źródło: (*Prestiż zawodów...* 2009).

Zawody mało popularne powiązane są z takimi rodzajami działalności, jak:

- 1) sektor usług porządkowych w biurach, hotelach, domach prywatnych;
- 2) ochrona osób i mienia;
- 3) usługi domowe;
- 4) usługi gospodarcze;
- 5) sprzedaż, konsultacje przez telefon/internet;
- 6) sprzedaż bezpośrednia;
- 7) usługi pogrzebowe;
- 8) usługi związane z opieką nad osobami zależnymi;
- 9) prace pomocnicze w usługach gastronomicznych;
- 10) prace pomocnicze w usługach hotelowych;
- 11) prace pomocnicze w budownictwie;
- 12) rozdawanie ulotek i przeprowadzanie badań ankietowych.

3.2. Charakterystyka zawodów mało popularnych oraz czynniki kształtujące popyt na nie

3.2.1. Sektor usług porządkowych

Z sektorem usług porządkowych w biurach, hotelach, domach prywatnych są powiązane m.in. takie zawody, jak:

- 1) sprzątaczkę biurowe, hotelowe i podobne, które zajmują się sprzątaniem, czyli utrzymaniem stanu sanitarno-higienicznego, dbają o ogólny wygląd

pomieszczeń. Zakres obowiązków pracownika sprząającego zależy od miejsca zatrudnienia. Może on pracować np. w biurach, hotelach, placówkach handlowych, obiektach przemysłowych, obiektach administracji, w szkole, w szpitalu;

- 2) robotnicy czyszczący konstrukcje budowlane i pokrewni – oczyszczający elewacje budynków hotelowych, handlowych, administracyjno-biurowych i mieszkalnych wykonanych z różnych materiałów oraz czyszczący i sprawdzający stan kominów wolno stojących, przewodów kominiowych, dymowych, spalinowych i wentylacyjnych;
- 3) zmywacze okien (czyściciele szyb) – są pracownikami fizycznymi myjącym szyby wewnątrz i na zewnątrz budynków, a także szyb samochodowych. W pierwszym przypadku praca zmywacza odbywa się w miejscu wyznaczonym przez klienta, w drugim zaś w ręcznej myjni samochodowej lub na ulicy, przy przejazdach kolejowych, skrzyżowaniach, etc. (zmywacz uliczny). Ciekawym rodzajem zatrudnienia może być podjęcie się pracy na wysokości, przy myciu szyb wieżowców. Możliwości zatrudnienia stwarzają liczne firmy porządkowe, myjnie samochodowe.

Zawody związane z utrzymaniem porządku należą do niechętnie podejmowanych. Na liście rankingowej najbardziej nie lubianych i najsłabiej płatnych zajęć w Polsce zawód sprzątaczkę jest na drugiej pozycji. Jest to praca nie tylko mało prestiżowa, nie higieniczna, ciężka, nieprzyjemna, ale w opinii ją wykonujących, także „od zawsze” w Polsce słabo opłacana.

Według portalu www.wynagrodzenia.pl, średnie zarobki osób sprząających nie przekraczają 1,4 tys. zł, choć jedna czwarta z nich zarabia ponad 1,8 tys. zł, stąd wysoka pozycja na liście rankingowej najgorzej opłacanych zawodów (tabela 3.1). W kilku najbiedniejszych województwach z tzw. „ściany wschodniej” ich pensje kształtują się w okolicach płacy minimalnej (1 386 zł w 2011 roku).

Również według badań portalu www.mojapensja.pl, rynkowe zarobki na stanowisku osób sprząających zawierają się w przedziale od 1 350 PLN do 1 894 PLN i stanowią zaledwie 58% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Wynagrodzenia na stanowisku zmywacza okien (czyściciela szyb) zawierają się w przedziale od 1 472 PLN do 2 303 PLN i stanowią 67% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce. Nieco wyższe zarobki dotyczą osób na stanowisku czyściciela elewacji budowlanych, zawierają się w przedziale od 1 639 PLN do 3 428 PLN (stanowią 90% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce).

Niski poziom wynagrodzeń w przypadku zawodów z sektora usług porządkowych wynika z dużej dostępności do ich wykonywania, a w efekcie dużej podaży pracowników. Potocznie uważa się, że zawód sprzątaczkę może wykonywać każdy i nie wymaga on jakiegoś szczególnego przygotowania zawodowego. Na rynku edukacyjnym trudno doszukać się instytucji, która oferowałaby kształcenie w kierunku zawodów związanych z utrzymaniem porządku, pomimo rosnących

w praktyce wymagań. Dotychczas zawody te wiązały się także z niską ich rangą społeczną, wynikającą z łatwości wymiany pracowników.

Warto w tym miejscu odwołać się do doświadczeń niemieckich, gdzie sektor usług porządkowych traktowany jest jako przyszłościowy i od wielu lat podejmuje się kształcenie w rzemiośle w zawodach związanych z czyszczeniem budynków i ich otoczenia, wychodząc z założenia, że sprzątacze to wbrew pozorom złożony zawód. Prawidłowe użycie środków czystości i sprzętów wymaga solidnej wiedzy (*Handwerkskammer Frankfurt(Oder)....*).

Nauka zawodu trwa 3 lata i odbywa się w zakładzie, w szkole i w pozazakładowych placówkach kształcących. Czas trwania nauki może zostać skrócony w przypadku osób posiadających kwalifikacje zawodowe i dobre wyniki w nauce.

Absolwenci mogą kontynuować kształcenie i uzyskać uprawnienia mistrza w zawodzie sprzątacza, technika – w zakresie techniki czyszczenia i techniki higieny, specjalisty od ochrony środowiska, handlowca specjalisty gospodarstwa rzemieślniczego, ekonomisty gospodarstwa rzemieślniczego. Mogą też podjąć studia w wyższej szkole zawodowej w kierunku dyplomowanego inżyniera lub inżyniera ekonomicznego.

Zagraniczne migracje, a co za tym idzie malejąca podaż osób w zawodach z sektora usług porządkowych, przy rosnącym popycie, przyczyniły się do istotnego wzrostu prestiżu. Jak wynika z listy rankingowej zawodów, które Polacy darzą dużym lub bardzo dużym poważaniem, zawód sprzątaczkę znalazł się na 21. pozycji, wyprzedzając księdza, burmistrza, liczne stanowiska polityczne. 47 proc. Polaków docenia wysiłek i trud osób wykonujących tę pracę.

Coraz wyżej stawiane wymagania pracownikom fizycznym sprawiają, że zmienia się podejście do nazewnictwa wielu profesji. I tak, zamiast „sprzątaczkę” czy „sprzątacze”, używa się coraz częściej określenia „pracownik usług czystościowych”. Zdaniem specjalistów rynku czystościowego, takie nazewnictwo stanowiska pracy nie deprymuje pracownika, podkreśla także szeroki zakres obowiązków i pracę, jakie wykonuje (*Sprzątaczkę podziwiane? ... 2011*).

Wpływ na rosnący prestiż tego zawodu mają zmiany w podejściu pracodawców do kwalifikacji pracownika usług czystościowych. Obecnie firmy czystościowe chętniej zatrudniają osoby, które mają doświadczenie w podobnej pracy, podkreślane jest to nawet w ogłoszeniach o pracę. Szczególnie cenni są pracownicy znający nowoczesne metody i technologie czystościowe, których zastosowania wymagają klienci firm sprząających. Większość osób zatrudnianych przez firmy czystościowe przechodzi obowiązkowe szkolenia, podnoszące kwalifikacje i umiejętności. Tego wymagają zarówno standardy obowiązujące na rynku, jak również wysokie wymagania np. branży retail czy branży medycznej, którym firmy czystościowe świadczą usługi.

Należy też zwrócić uwagę, iż zmieniła się forma zatrudnienia osób sprzątających. Kandydaci do pracy mogą liczyć raczej na etat w wyspecjalizowanych firmach świadczących usługi czystościowe. Nastąpił wzrost zainteresowania ze strony różnych firm, instytucji usługami zewnętrznymi w tym obszarze. Jest to też szansa na założenie własnej działalności.

Zmiana formy zatrudnienia osób sprzątających nie wpłynęła na spadek zatrudnienia sprzątaczek, wręcz przeciwnie. W wielu regionach Polski sprzątaczką jest dziś najczęściej pojawiającym się zawodem w ofertach urzędów pracy.

W województwie podlaskim tylko w 2010 roku pojawiło się 479 ofert pracy w zawodzie sprzątaczką biurową (w 2009 roku były 472 oferty pracy). Jest to jeden z zawodów, w którym pojawia się najwięcej ofert pracy (w latach 2009-2010 7. pozycja na liście rankingowej pod względem liczby ofert pracy zgłoszonych do urzędów pracy).

Rosnący prestiż zawodów związanych z sektorem usług porządkowych przekłada się na powolny wzrost wynagrodzeń, zwłaszcza w dużych miastach.

O wzroście prestiżu, a także zarobków w sektorze usług czystościowych świadczyć może też fakt, iż zawody te coraz częściej wykonują mężczyźni, pomimo że jeszcze niedawno wydawało się, iż jest to zawód tylko dla kobiet (*Już nie sprzątaczką...* 2011).

Z badań przeprowadzonych przez Zakłady Usługowe EZT S.A. wynika, że wzrost zainteresowania mężczyzn pracą w usługach czystościowych się utrzyma, a być może nawet wzrośnie. 53 proc. ankietowanych panów przyznało, że nie miałoby problemów z podjęciem pracy jako pracownik usług czystościowych, 29 proc. nie byłoby taką pracą zainteresowanych, a 18 proc. nie wie, jaką podjęłoby decyzję.

To nagle zainteresowanie mężczyzn pracą w sektorze usług czystościowych wynika z przekonania o rosnącym prestiżu tych zawodów (34 proc. wskazań), rosnących zarobkach (32 proc. wskazań), wykorzystaniu nowoczesnych technologii w pracy (27 proc.).

Widoczna jest też walka ze stereotypowym postrzeganiem w społeczeństwie zawodów związanych z sektorem usług czystościowych przez pryzmat „pani z miotłą, bez kwalifikacji, źle opłacanej”. Z takim image'em od lat walczą firmy czystościowe, które przywiązują dużą wagę do kwalifikacji pracowników. Obecnie firmy czystościowe chętniej zatrudniają osoby, które mają doświadczenie w podobnej pracy, znają nowoczesne metody i technologie czystościowe.

Popyt na pracowników usług czystościowych dynamicznie rośnie ze względu na:

- 1) powiększające się powierzchnie, które wymagają profesjonalnego sprzątania (centra handlowe, powierzchnie biurowe);
- 2) restrukturyzację firm, w tym z sektora publicznego, mającą na celu obniżenie kosztów funkcjonowania, co przyczynia się do redukcji wła-

- snego personelu sprząającego i powierzania tego rodzaju prac firmom zewnętrznym;
- 3) korzystanie z zewnętrznych firm czystościowych w sektorze ochrony zdrowia, zwłaszcza przez szpitale;
 - 4) korzystanie z zewnętrznych usług porządkowych przez administratorów osiedli mieszkaniowych, zwłaszcza Towarzystw Budownictwa Społecznego;
 - 5) korzystanie z usług osób/firm sprząających przez gospodarstwa domowe, wskutek wzrostu ich zamożności.

Główną przesłanką korzystania przez firmy z sektora prywatnego, zwłaszcza duże, a także z sektora publicznego, z usług firm czystościowych jest z jednej strony relatywnie niższy koszt usługi w relacji do kosztów zatrudnienia etatowego, z drugiej gwarancja profesjonalnych usług, z wykorzystaniem odpowiednio przygotowanego personelu, sprzętu, środków chemicznych, materiałów higienicznych. Firma zewnętrzna jako pracodawca przejmuje na siebie obowiązki związane z zatrudnieniem, z administracją grupy pracowników, organizacją zastępstw. Zapewnia także sprzęt, odpowiednie know-how, by zapewnić właściwe standardy jakości oraz dostarcza usługi dodatkowe, niemożliwe do realizacji bez specjalistycznego sprzętu czy uprawnień. Dodatkowo personel zewnętrzny jest ubezpieczony, posiada polisy OC chroniące klienta firmy sprząającej (*Czy warto korzystać z usług...; Sprzątaczkę tracą pracę, a firmy czystościowe zatrudniają...*).

3.2.2. Ochrona osób i mienia

Kolejna grupa zawodów mało popularnych dotyczy tych związanych z ochroną osób i mienia.

Pracownicy usług ochrony chronią poszczególne osoby i mienie przed ogniem i innym niebezpieczeństwem, nadzorują i egzekwują przestrzeganie prawa i porządku. Ochroniarz może być zatrudniony w firmach, dyskotekach, instytucjach administracyjnych, sklepach handlowych lub też ochraniać daną osobę.

Zawód tzw. ochroniarza od lat znajduje się na szczycie listy najmniej lubianych (tabela 3.1). Jest to praca postrzegana jako mało prestiżowa, nudna. Zdarza się, iż praca ochroniarza łączy się z narażeniem zdrowia, a bywa, że i życia. Liczba godzin spędzanych w pracy przez pracowników ochrony znacznie przekracza przeciętną. Niektórzy pracują nawet po 250-300 godzin w miesiącu. To pociąga za sobą kłopoty z organizacją czasu wolnego oraz wzięciem urlopu. Poza tym praca ochroniarza to ostatnia deska ratunku dla wielu osób w starszym wieku, bez kwalifikacji i doświadczenia zawodowego, którzy chcą dorobić do skromnego świadczenia.

Głównym powodem niechęci do podejmowania pracy w tym charakterze są także, a może przede wszystkim, niskie zarobki, które kształtują się na poziomie

płacy minimalnej. Dlatego też zawód ten znajduje się również na szczycie listy rankingowej zawodów najgorzej opłacanych w Polsce (tabele 3.2 i 3.3).

Należy podkreślić, iż zawody związane z ochroną, nawet dla pracowników nieposiadających licencji, należą od wielu lat w województwie podlaskim, podobnie jak w całej Polsce, do grupy zawodów deficytowych, z relatywnie niskim poziomem bezrobocia i liczbą ofert pracy przekraczającą liczbę zarejestrowanych bezrobotnych. W 2009 roku w grupie pozostali pracownicy usług ochrony zano-towano tylko 6 osób bezrobotnych i zgłoszono do urzędów pracy 70 ofert pracy. Zaś w 2010 roku sytuacja nieco pogorszyła się i odnotowano 33 osoby zare-jestrowane jako bezrobotne, a liczba zgłoszonych ofert pracy ukształtowała się na poziomie 46.

Zawody związane z ochroną należą do przyszłościowych, na które popyt będzie ciągle rosnąć. Szacuje się, że w Polsce funkcjonuje 25 dużych firm branży ochroniarskiej i blisko 3 tys. firm działających regionalnie lub lokalnie. Pracuje w nich około 300 tys. ochroniarzy.

Skala zatrudnienia w sektorze usług ochrony w najbliższej perspektywie zde-terminowana będzie takimi czynnikami, jak:

- 1) rosnące zainteresowanie ze strony firm outsourcingiem usług związanych z ochroną i monitoringiem. Z zewnętrznych usług już w 100 proc. korzysta-ją firmy branży budowlanej, górnictwo i banki. Własną ochronę wciąż jeszcze w minimalnym stopniu utrzymuje sektor przemysłowy. Prze-słanką zlecenia tego typu usług firmom zewnętrznym są oszczędności w stosunku do zatrudnienia własnych pracowników. Z badań wynika, że firmy decydujące się na outsourcing mogą zmniejszyć wydatki nawet o 40 proc. Jak szacuje Societe Generale Asset Management (SGAM), co roku popyt na usługi ochroniarskie rośnie o 13%. Model outsourcingowy wdrożyła już w Polsce co druga firma (Żółciak, Otto 2011);
- 2) organizacja Euro 2012 w Polsce. Firmy ochroniarskie potrzebne będą do zabezpieczania stadionów i kibiców podczas meczów piłkarskich, a także do ochrony nowo powstających hoteli. Ochrona będzie niezbędna rów-nież do dbania o porządek i bezpieczeństwo w miejscach publicznych, gdzie będą przebywać turyści oraz kibice, którzy przyjadą do Polski na Mistrzostwa Europy;
- 3) rosnący popyt na usługi związane z ochroną ze strony prywatnych osób fizycznych (ochrona domów, mieszkań);
- 4) korzystanie administratorów całych osiedli mieszkaniowych z monitoro-wania przez profesjonalne systemy;
- 5) rosnący popyt ze strony placówek handlowych. Ochrona to forma zapobie-gania kradzieżom, a także zapewnienia bezpieczeństwa klientów i perso-nelu sklepu;
- 6) korzystanie z usług ochroniarskich przez placówki edukacyjne (szkoły podstawowe, gimnazja, licea, uczelnie). Wiele szkół podjęło decyzje do-

tyczące zaostżenia polityki bezpieczeństwa, zarówno w obawie o zdrowie uczniów, jak również coraz kosztowniejszy sprzęt, jaki pojawia się w szkołach. Ochroniarze zastępują woźnych, dozorców i portierów. Szacuje się, że blisko 60 proc. placówek edukacyjnych w kraju korzysta z usług firm ochroniarskich, 8 tys. dysponuje systemami monitoringu (*Polska szkoła monitorowana...*).

3.2.3. Usługi domowe

Do zawodów mało popularnych, na które rośnie zapotrzebowanie, należy zaliczyć także te związane z usługami domowymi, takie jak: pomoc domowa, gospodyni.

Celem ich pracy jest szeroko rozumiana pomoc innym w prowadzeniu domu. Zakres i rodzaj prac zależy całkowicie od potrzeb osoby, która tę pomoc zatrudnia. Do najczęstszych zadań gospośi należy gotowanie posiłków, podawanie ich do stołu, zmywanie, sprzątanie kuchni i całego mieszkania. Coraz częściej zleca się jej także zakup produktów potrzebnych do przygotowania posiłków. Przy wykonywaniu tych zadań gospośia powinna korzystać z różnego rodzaju sprzętu gospodarstwa domowego, takiego jak: miksery, roboty, maszynki do mięsa, kuchenki mikrofalowe, odkurzacze, froterki, pralki automatyczne.

Do obowiązków pomocy domowej może należeć również opieka nad małym dzieckiem lub odrabianie lekcji z dziećmi w wieku szkolnym. Zdarzają się też prośby o zaopiekowanie się osobą starszą lub niepełnosprawną. Czasami pracodawcy wymagają od gospośi zaplanowania i przygotowania posiłków dietetycznych lub przyrządzenia i podania okolicznościowej kolacji.

Według portalu www.mojapensja.pl, rynkowe zarobki na stanowisku pomocy domowej zawierają się w przedziale od 1 328 PLN do 1 863 PLN.

Pomoce domowe należą „pozornie” do zawodów nadwyżkowych. W 2009 roku w podlaskich urzędach pracy zarejestrowanych było 60 osób bezrobotnych w grupie zawodów pomoce domowe i sprzątaczk, a zgłoszono tylko 8 ofert pracy. Podobnie było w 2010 roku, kiedy to w rejestrach osób bezrobotnych pozostawało 58 osób, a zgłoszono zaledwie 10 ofert pracy. Należy podkreślić, że w przypadku tych zawodów mamy do czynienia z dość dobrze rozwiniętym nieformalnym rynkiem pracy, co potwierdzają wyniki badań prowadzone przez GUS odnośnie zatrudnienia w „szarej strefie” (*Praca nierejestrowana... 2010; 2011*).

Wzrost zamożności społeczeństwa przyczynia się do rosnącego popytu na wykwalifikowane gospodynie domowe, przy czym w ofercie edukacyjnej na Podlasiu, w tym instytucji szkoleniowych, dotychczas nie podejmowano kształcenia w tym kierunku. Niewątpliwie zawód ten jest szansą na reorientację zawodową osób bezrobotnych, a także istnieją duże możliwości założenia własnej

działalności gospodarczej, co przyczyniłoby się do wzrostu prestiżu tego zawodu, a w ślad za tym wzrostu wynagrodzeń.

3.2.4. Usługi o charakterze gospodarczym

Kolejna grupa zawodów mało popularnych związana jest z pracami w zawodzie robotnik gospodarczy.

Głównym celem pracy robotnika gospodarczego jest utrzymanie porządku i czystości w wyznaczonych pomieszczeniach zakładu i wokół budynku. Jest to sprzątanie obejścia (chodniki, schody wejściowe, klatka schodowa, korytarze, piwnice, strych, magazyny i inne pomieszczenia gospodarcze), w lecie – koszenie trawników, dbanie o rabaty kwiatowe, grabienie suchych liści, podcinanie krzewów i drzewek, a zimą – odśnieżanie ciągów pieszych przed budynkiem, usuwanie oblodzenia i posypywanie ich piaskiem lub solą. W budynku – pracownik gospodarczy zajmuje się konserwacją i utrzymaniem dobrego stanu technicznego różnych drobnych urządzeń i sprzętu. Może być to montaż lub naprawa zamków, wymiana przepalonych żarówek, naprawa urządzeń sanitarnych, montaż regałów, wykonywanie drobnych prac malarskich i murarskich, itp.

Ogólnopolskie Badanie Wynagrodzeń przeprowadzone przez Sedlak & Sedlak w 2010 roku wskazuje, że robotnik gospodarczy znajduje się w czołówce listy zawodów najgorzej opłacanych. W 2010 roku średnie wynagrodzenie kształtowało się na poziomie 1 625 zł.

Według portalu www.mojapensja.pl, rynkowe zarobki na stanowisku pracownika gospodarczego zawierają się w przedziale od 1 485 PLN do 2 083 PLN. Wynagrodzenie na tym stanowisku stanowi 64% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Niski poziom wynagrodzeń w przypadku zawodów z sektora usług gospodarczych wynika, podobnie jak w przypadku innych zawodów mało popularnych, z dużej dostępności do ich wykonywania, a w efekcie dużej podaży pracowników. Potocznie uważa się, że zawód pracownika gospodarczego może wykonywać każdy i nie wymaga on jakiegoś szczególnego przygotowania zawodowego. Na rynku edukacyjnym trudno doszukać się instytucji, która oferowałaby kształcenie w kierunku zawodów związanych z usługami gospodarczymi, pomimo rosnących w praktyce wymagań, jak i rosnącego popytu. Dotychczas zawody te wiązały się także z niską ich rangą społeczną, związaną z łatwością wymiany pracowników.

W województwie podlaskim zawód pracownika gospodarczego od lat utrzymuje się w czołówce zawodów deficytowych, z najwyższą liczbą zgłaszanych ofert pracy. W 2009 roku pojawiło się 3 160 ofert pracy w zawodzie robotnik gospodarczy, zaś liczba zarejestrowanych bezrobotnych wynosiła 679 osób. W latach 2009-2010 zawód ten uplasował się na 1. pozycji rankingu zawodów deficytowych w województwie podlaskim (z deficytem 2 481 osób w 2009 roku

i 2 745 osób w 2010 roku) oraz na 1. pozycji w rankingu pod względem zgłoszonych ofert pracy, co świadczy o relatywnie dużym popycie na pracę w tym zawodzie.

Analiza czynników kształtujących popyt na pracę w tym zawodzie wskazuje, że istnieje coraz większe zapotrzebowanie na pracę ze strony klientów indywidualnych, a także firm, żeby uniknąć rozwiązań etatowych. Doświadczenia wielu krajów wskazują na wysoką dynamikę rozwoju usług tzw. „złotych rącek”, którzy obecnie nazywani są „mężami do wynajęcia”.

TABELA 3.3. NAJPOPULARNIEJSZE USŁUGI ŚWIADCZONE PRZEZ „MĘŻÓW DO WYNAJĘCIA”

Usługi wykonywane w domu	
sprzątanie domów, mieszkań, garaży oraz piwnic	sprzątanie po remontach
podłączenie sprzętu RTV i AGD	drobne naprawy
drobne usługi informatyczne	odkurzanie i trzepanie dywanów
mycie okien i podłóg	pranie i wieszanie firanek
przetykanie zlewu, toalety, wanny	gotowanie
prasowanie	pranie
przestawianie mebli, przenoszenie ciężkich przedmiotów	montaż lampy, kinkietu
wiercenie otworów w ścianach	tapetowanie, malowanie
Usługi wykonywane poza domem i w ogrodzie	
odwożenie i odbieranie dzieci ze szkoły lub przedszkola	wyprowadzanie psa na spacer
robienie zakupów	porządkowanie podwórka, ogrodu
rąbanie drewna	przycinanie krzewów
koszenie trawników	montaż ogrodzenia
odśnieżanie	przesadzanie kwiatów
Pomoc osobom starszym	
opieka nad osobami starszymi	zakup i dowóz leków
nauka obsługi komputera	znalezienie lekarza
towarzyszenie podczas wizyty u lekarza	pomoc w załatwianiu spraw w urzędach

Źródło: (Wolski 2011).

Pomysł na „wynajem mężów” przywędrował do Polski z zagranicy. Na świecie znaleźć można wiele firm prowadzących taką działalność. Same usługi nie należą do wyjątkowych. Jeszcze przed pojawieniem się „mężów do wynajęcia” na rynku istniały firmy sprzątające czy świadczące usługi elektryczne. Nowe jest jednak połączenie wszystkich drobnych usług pod jednym szyldem oraz ich nazwa. Co ważne, usługi „mężów” są często tańsze niż wizyta specjalisty w danej

dziedzinie, np. hydraulika czy elektryka. Jest to korzystne dla zamawiających, gdyż wiele domowych napraw nie wymaga specjalistycznego sprzętu ani wielkiej wiedzy technicznej. Potrzebny jest spryt i odrobina chęci, a te właśnie cechy są domeną „mężów do wynajęcia”.

Z usług „mężów” korzystają nie tylko kobiety-singielki, osoby starsze czy niepełnosprawne. Często do firm oferujących tego typu usługi zgłaszają się również mężczyźni, którzy z różnych powodów (np. braku czasu czy odpowiednich narzędzi) nie mogą własnoręcznie wykonać niezbędnych prac.

Oprócz usług świadczonych przez mężczyzn, coraz częściej natrafić można na oferty pań. „Żona do wynajęcia” pomoże w pracach domowych, praniu, prasowaniu czy sprzątaniu. Na polskim rynku pojawiły się już pierwsze usługi tego typu i cieszą się one coraz większą popularnością.

Koszt wypożyczenia „męża” nie należy do wygórowanych. Ceny zależą od miasta, w którym wykonywana jest usługa. Czasami do wartości usługi doliczany jest koszt dojazdu do klienta. Przeciętna stawka za godzinę usługi waha się w granicach 40-70 PLN i zależy od czynności wykonywanej przez pracownika. Tabela 3.4 przedstawia zestawienie cen przykładowych usług.

TABELA 3.4. PRZECIĘTNE CENY USŁUG ŚWIADCZONYCH PRZEZ „MĘŻÓW DO WYNAJĘCIA”

Usługa	Cena
Odebranie dziecka ze szkoły	15-20 PLN/h
Odebranie rzeczy z pralni	10-18 PLN/h
Sprzątanie w ogrodzie	45-55 PLN/h
Zdejmowanie i wieszanie firanek	45-55 PLN/h
Zabranie zwierzaka do weterynarza	60-80 PLN/usługa
Zabranie członka rodziny na wizytę do lekarza	60-80 PLN/usługa
Malowanie drzwi/okien	55-80 PLN/h
Mycie okien	40-55 PLN/h
Udrożnienie muszli klozetowej	90-100 PLN/usługa
Instalacja kabiny prysznicowej	130-170 PLN

Źródło: (Wolski 2011).

W Polsce, w tym w województwie podlaskim, na rynku jest miejsce dla przedsiębiorstw oferujących usługi „mężów do wynajęcia”, przy czym są one jednak mniej popularne niż usługi tradycyjnych specjalistów, takich jak stolarze czy hydraulicy.

Ten nowy rodzaj usług może być również szansą dla osób bezrobotnych, w tym mniej dyspozycyjnych. Odpowiednie przygotowanie do wykonywania

tego zawodu, w tym dostarczenie wiedzy odnośnie zakładania działalności gospodarczej, może przyczynić się do popularyzacji tego typu usług.

3.2.5. Zawody związane ze sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet

Inna grupa zawodów, noszących znamiona mało popularnych ze względu na wynagrodzenie, prestiż, na prace których zapotrzebowanie rośnie, związana jest ze sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet, w szczególności wykonywanymi na zasadzie call center. Do tej grupy zawodów należą m.in.:

- 1) telemarketer – osoba, która za pomocą telefonu zajmuje się obsługą, badaniem potrzeb klientów biznesowych i indywidualnych oraz sprzedażą usług i produktów firmy. Do głównych obowiązków osoby zajmującej to stanowisko należy m.in.: stały i regularny kontakt telefoniczny z potencjalnymi klientami, prowadzenie efektywnej i skutecznej sprzedaży produktu – usługi firmy, a także rozwijanie i aktualizowanie bazy klientów, tworzenie oferty, sondowanie rozmówców oraz zbieranie informacji potrzebnych do badań, realizowanie zamówień klientów;
- 2) konsultant – zajmuje się udzielaniem porad w wybranej dziedzinie, np. księgowości, IT, prawie, zarządzaniu personelem, marketingu, finansach, reklamie. Konsultant świadczy usługi na rzecz osób prywatnych lub instytucji bądź prowadzi działalność na własny rachunek;
- 3) konsultant ds. klientów indywidualnych – odpowiada za promocję i doradztwo indywidualne w zakresie oferty firmy oraz pozyskuje nowych klientów i dba o dobre relacje z dotychczasowymi klientami;
- 4) konsultant ds. sprzedaży – sprzedaje usługi i produkty znajdujące się w ofercie handlowej firmy – dla klientów indywidualnych oraz firm. Do obowiązków tego pracownika należy m.in.: sprzedaż towaru, usług, obsługa klientów w zakresie zgłaszanych problemów oraz rozliczenia i reklamacje, a także przygotowanie raportów w zakresie sprzedaży zgodnie z wytycznymi, monitoring rynku oraz pozyskiwanie klientów i utrzymywanie dobrych relacji biznesowych z klientami;
- 5) konsultant telefoniczny – osoba, która za pomocą telefonu, skype’a udziela porad dla klientów biznesowych lub indywidualnych w wybranej dziedzinie, np. księgowości, usług IT, prawie, finansach, reklamie, a także buduje i utrzymuje pozytywne relacje z klientami;
- 6) specjalista ds. sprzedaży telefonicznej – osoba odpowiedzialna za sprzedaż i obsługę klientów drogą telefoniczną. Do głównych obowiązków tego pracownika należy m.in.: telefoniczna prezentacja oraz sprzedaż usług, realizacja ustalonego planu sprzedaży, obsługa klienta, dbanie o dobry wizerunek firmy.

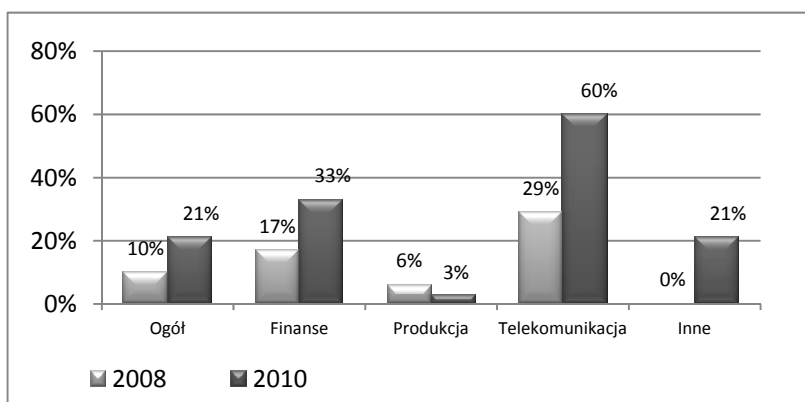
Praca na tego typu stanowiskach jest często oceniana negatywnie zarówno przez klientów, jak i przez samych pracowników. Nierzadko klienci chętniej wyładowują frustrację przez telefon. Dlatego też zawód pracownika call center znajduje się w pierwszej dziesiątce w rankingu najbardziej nie lubianych i najsłabiej płatnych zajęć w Polsce.

Według badań portalu www.mojapensja.pl, rynkowe zarobki pracowników call center zawierają się w przedziale od 2 258 PLN do 4 541 PLN. Jest to jednak praca uzależniona w większości przypadków od wyników.

Zawody te należą od lat do grupy zawodów deficytowych w województwie podlaskim, podobnie jak w całej Polsce. W 2010 roku do podlaskich powiatowych urzędów pracy w zawodzie sprzedawcy (konsultanci) w centrach sprzedaży telefonicznej zgłoszono 96 ofert pracy, a zarejestrowane były 23 osoby bezrobotne.

Z badań wynika, że popyt na pracę w call center będzie wzrastać. Według badań przeprowadzonych przez IPSOS na zlecenie firmy ArchiDoc, wiele przedsiębiorstw przewiduje zwiększenie wydatków na usługi call center. W ciągu najbliższych kilku lat polski rynek call center będzie stabilnie wzrastał – już teraz zalety outsourcingu centrów obsługi klienta zaczyna dostrzegać sektor administracji publicznej, utilities oraz branża FMCG (*Perspektywy rozwoju sektora call center... 2011*).

Polski rynek call center tworzy 62,5% wewnętrznych i 37,5% zewnętrznych ośrodków. W perspektywie kilku lat proporcje te mogą jednak ulec zmianie. Coraz wyższe oczekiwania klientów oraz rosnąca konkurencja na rynku sprawiają, że przedsiębiorcy szukają oszczędności i tym samym częściej decydują się na wprowadzenie call center w modelu outsourcingowym (wykres 3.3).



Źródło: (*Perspektywy rozwoju sektora call center... 2011*).

WYKRES 3.3. FIRMY KORZYSTAJĄCE Z CALL I CONTACT CENTER

Profesjonalna obsługa klienta to dzisiaj jeden z głównych elementów decydujących o konkurencyjnej przewadze firm, a telefoniczny kontakt jest najszybszy i preferowany przez coraz więcej osób, dlatego w najbliższych latach konsultanci telefoniczni mogą liczyć na liczne oferty pracy.

Telecentra najczęściej pracują w trybie ciągłym, dlatego konsultanci mają możliwość dostosowania godzin dyżurów do zajęć pozazawodowych. Studenci dopasują swój grafik do uczelnianych zajęć, a osoby sprawujące opiekę nad osobami zależnymi mają możliwość pracy w takich godzinach, żeby najdogodniej zorganizować opiekę.

3.2.6. Zawody związane ze sprzedażą bezpośrednią

Innymi zawodami noszącymi znamiona mało popularnych są zawody takie jak konsultant czy agent sprzedaży bezpośredniej. Sprzedają oni usługi i produkty znajdujące się w ofercie handlowej firmy – dla klientów indywidualnych oraz firm. Do obowiązków takich pracowników należy m.in.: sprzedaż towaru, usług, obsługa klientów w zakresie zgłaszanych problemów oraz rozliczenia i reklamacje, a także przygotowanie raportów w zakresie sprzedaży zgodnie z wytycznymi, monitoring rynku oraz pozyskiwanie klientów i utrzymywanie dobrych relacji biznesowych z klientami.

Konsultanci/agenci ds. sprzedaży zarabiają średnio od 1,5 tys. zł do 6 tys. zł, a poziom wynagrodzenia uzależniony jest od skali sprzedaży (*Polski Portal Pracy...*).

Osoby wykonujące ten zawód nie zasilają szeregów osób bezrobotnych zarejestrowanych w podlaskich urzędach pracy (w 2010 roku było zarejestrowanych 5 agentów sprzedaży bezpośredniej), z drugiej strony do urzędów nie są zgłaszane też oferty pracy (było ich zaledwie 4 w 2010 roku).

Rynek sprzedaży bezpośredniej w Polsce rozwija się dość dynamicznie, stanowiąc znaczące uzupełnienie dla tradycyjnego handlu sklepowego. Polski wzrost odzwierciedla trendy w Europie i na świecie, gdzie z roku na rok rośnie skłonność konsumentów do nabywania towarów i usług w sprzedaży bezpośredniej (Górzyński 2008).

Z badań wynika, że ponad 700 tysięcy osób współpracuje z firmami sprzedaży bezpośredniej w Polsce. Liczba sprzedawców zarejestrowanych w sektorze stanowi aż 4,5% ogółu pracujących w Polsce. Dla około 140 tysięcy osób przychody z pracy w tym sektorze stanowią podstawowe lub jedyne źródło dochodów. W sprzedaży bezpośredniej niezmiennie dominują kobiety – najprawdopodobniej ze względu na elastyczny czas pracy. Sektor stwarza ponadto szanse indywidualnego rozwoju kariery zawodowej, np. poprzez pomoc w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej, kształtowanie postaw przedsiębiorczych i wagę przywiązywaną do szkoleń (Górzyński 2008).

Do najważniejszych czynników determinujących w niedalekiej przyszłości rozwój sektora sprzedaży bezpośredniej zaliczyć należy (Górzyński 2008):

- 1) systematyczne wzbogacanie oferty sektora sprzedaży bezpośredniej – oferta jest zdominowana przez kosmetyki, ale udział przychodów ze sprzedaży tych produktów systematycznie się zmniejsza (w 2008 roku wyniósł 70,4 proc., podczas gdy w 2002 roku stanowił aż 92 proc.); na znaczeniu zyskują też inne grupy produktów (sprzęt AGD, suplementy diety i odżywki); szansą na rozwój jest także postępująca liberalizacja sektorów infrastrukturalnych (w tym przede wszystkim usługi energetyczne i telekomunikacyjne) – w 2007 roku w Polsce udział obrotów z tego typu działalności stanowił tylko 0,5 proc. przychodów, podczas gdy w krajach rozwiniętych udział ten osiąga kilka, a nawet kilkanaście procent;
- 2) ekspansję sektora na terenach słabo zurbanizowanych – obecnie sprzedaż bezpośrednia w Polsce skoncentrowana jest w dużych miastach i dopiero w ostatnich latach firmy zaczynają dostrzegać rosnący potencjał zakupu polskiej wsi;
- 3) prognozowane spowolnienie wzrostu gospodarczego – paradoksalnie wydaje się, że szansą dla sektora będzie prognozowana w następnych kilku latach nie najlepsza sytuacja na rynku pracy i spodziewane spowolnienie wzrostu gospodarczego. Przewidywana sytuacja gospodarcza może spowodować bardziej rozsądne i przemyślane zakupy, czego beneficjentem może stać się sektor sprzedaży bezpośredniej;
- 4) rosnącą popularność pozasklepowych form sprzedaży, wspomaganą nowoczesnymi metodami sprzedaży (w tym m.in. przy wykorzystaniu internetu).

Biorąc więc pod uwagę korzystne perspektywy rozwoju sektora, należy założyć, że w następnych latach będzie on miał coraz większe znaczenie na rynku pracy. Co więcej, w najbliższych latach może on odegrać szczególnie istotną rolę w procesie aktywizacji zawodowej i podnoszenia kompetencji osób zamieszkających na terenach słabo zurbanizowanych (warto podkreślić, że praca w sektorze wiąże się z koniecznością ciągłego samodoskonalenia, m.in. poprzez uczestnictwo w programach szkoleniowych). Potencjalne znaczenie w tym kontekście można porównać do roli, jaką sektor odegrał w promowaniu przedsiębiorczości w polskich miastach na początku lat 90. (Tanana, Małecka-Tepicht 2010).

3.2.7. Sektor usług pogrzebowych

Zawody związane z usługami pogrzebowymi, takie jak np. pracownik zakładu pogrzebowego (żałobnik), tanatopraktor, grabarz, należą także do mało popularnych, pomimo rosnącego popytu na nie.

Pracownik zakładu pogrzebowego zajmuje się organizacją pochówków i uroczystości pogrzebowych. Zakład pogrzebowy wyręcza klienta w całokształcie czynności przygotowawczych i administracyjnych, związanych z pochówkiem bliskiej osoby. Pracownik tegoż zakładu przyjmuje klientów w siedzibie firmy, konsultując szczegóły ceremonii, wybierając rodzaj trumny, miejsce zorganizowania ewentualnej stypy, itp. W imieniu klientów, pracownik zakładu pogrzebowego może także odbierać zwłoki ze szpitala, które są następnie transportowane do siedziby zakładu.

W przypadku ceremonii z otwartą trumną, ciałem zajmuje się balsamista, kiedy zaś bliscy życzą sobie skremowania zwłok, ciało trafia do krematorium, a następnie umieszczane jest we wcześniej wybranej urnie. Klienci wyrażają swoje życzenia i sugestie, a całą resztę obowiązków wykonują już pracownicy zakładu pogrzebowego.

Możliwości zatrudnienia na tym stanowisku stwarzają liczne zakłady pogrzebowe na terenie całego kraju. W województwie podlaskim w grupie zawodowej Pracownicy zakładów pogrzebowych w 2010 roku odnotowano niewielki deficyt (zgłoszono 11 ofert do urzędów pracy, przy 3 osobach zarejestrowanych jako bezrobotne).

Według portalu www.mojapensja.pl, rynkowe zarobki pracowników zakładów pogrzebowych nie są zbyt wysokie i zawierają się w przedziale od 1 500 PLN do 3 000 PLN.

Podstawowym zadaniem tanatopraktora jest zabezpieczenie i przygotowanie ciała do pochówku. Przygotowany jest do wykonania różnych zabiegów umożliwiających estetyczną i bezpieczną ekspozycję ciała w trakcie pogrzebu. Są to usługi związane z toaletą pośmiertną, czasową konserwacją ciała oraz tanatoko-smetyką, rozumianą jako sztuka robienia makijażu i wizażu w celu zakrycia oznak śmierci. Może też świadczyć jeszcze bardziej skomplikowane usługi, jak balsamacja, a nawet rekonstrukcja zwłok (tanatoplastyka). Zarobki w tej branży mogą sięgać nawet 10 tys. zł i uzależnione są od liczby zleceń (*Tanatopraktor – zawód...* 2011).

Mało prestiżową jest także profesja grabarza zajmującego się przede wszystkim pochówkiem zmarłych na cmentarzach. Zanim rozpocznie się obrządek pogrzebu, grabarz ma obowiązek przygotować wybrane wcześniej miejsce do pochówku – wykopać dół, przygotować trumnę i pasy do jej opuszczania, zebrać ekipę grabarską. Jeśli pochówek odbyć się ma w grobowcu rodzinnym, grabarz musi najpierw odsunąć i przenieść płytę pomnikową, która w skrajnych przypadkach może ważyć nawet kilkaset kilogramów. Oczywiście po zakończeniu pogrzebu, płyta musi wrócić na swoje miejsce. Trudne warunki atmosferyczne mogą wpłynąć na stan gleby, przez co praca grabarza okazuje się jeszcze trudniejsza i pracochłonna. Najbardziej doświadczony spośród grabarzy, pracujących w obrębie danego cmentarza, zostaje brygadzystą – rozdziela codzienne obo-

wiązki i konstruuje całodniowy grafik. Możliwości zatrudnienia w charakterze grabarza oferują cmentarze komunalne i komercyjne zakłady grabarskie.

Według portalu Moja pensja, rynkowe zarobki na stanowisku grabarza zawierają się w przedziale od 2 200 PLN do 3 200 PLN stanowią 78% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Zawody związane z usługami pogrzebowymi nie uchodzą za prestiżowe, z relatywnie niskimi wynagrodzeniami, pomimo że usługi te są bardzo ważną dziedziną gospodarki. Nie podejmuje się też kształcenia w tych zawodach. W województwie podlaskim, podobnie jak w całej Polsce, generalnie w ofercie edukacyjnej trudno doszukać się kształcenia w zawodach związanych z usługami pogrzebowymi, mimo że popyt na nie dynamicznie wzrasta.

Dobłą praktyką w edukacji jest kształcenie w zawodzie doradcy pogrzebowego w Niemczech (*Handwerkskammer Frankfurt/Oder...*). Wychodzi się tam z założenia, że jest to zawód bardzo delikatny, wymagający empatii, cierpliwości i kultury osobistej. Do zadań doradcy pogrzebowego, oprócz przeprowadzenia uroczystości żałobnych, należy również przetransportowanie zmarłego do zakładu pogrzebowego i przygotowanie go do pogrzebu.

Od kandydatów do nauki oczekuje się takich predyspozycji/umiejętności, jak: wysoka kultura osobista, umiejętność pięknego wyrażania się w mowie i w piśmie, wrażliwość, empatia, znajomość człowieka, wycucie taktu.

Nauka zawodu odbywa się w zakładzie i w szkole zawodowej, z reguły trwa 3 lata. Czas jej trwania może zostać skrócony w przypadku osób posiadających kwalifikacje zawodowe i dobre wyniki w nauce.

Dalsza edukacja absolwentów tego kierunku kształcenia to:

- kształcenie na dyplomowanego przedsiębiorcę pogrzebowego, mistrza przedsiębiorcę pogrzebowego;
- dyplomowany tanatopraktor;
- rzeczoznawca w rzemiośle;
- handlowiec specjalista gospodarstwa rzemieślniczego, ekonomista gospodarstwa rzemieślniczego;
- w przypadku uczniów spełniających odpowiednie wymagania w grę wchodzi studia w wyższych szkołach zawodowych.

Podjęcie kształcenia w tych zawodach, zwłaszcza osób dorosłych, mogłoby istotnie przyczynić się do podniesienia ich prestiżu, a zarazem zarobków.

3.2.8. Usługi związane z opieką nad osobami zależnymi

Do zawodów mało popularnych należy też zaliczyć zawód opiekunki domowej oraz opiekunki dziecięcej, na które popyt jest także bardzo duży.

Wykonywanie zawodu opiekunki domowej wiąże się z zapewnieniem bezpieczeństwa i zaspokojeniem podstawowych potrzeb osób powierzonych opiece.

Opieka sprawowana jest na ogół nad osobami dorosłymi, cierpiącymi z powodu lekkiej niepełnosprawności, niezaradności, starości, itp. Stroną zatrudniającą jest rodzina lub opiekun prawny, którzy sami nie są w stanie poświęcić odpowiedniego czasu na opiekę. Zadania zawodowe opiekunki obejmują dbanie o higienę osobistą podopiecznych, którym zwykle należy pomóc przy myciu, kąpieli i ubieraniu. Opiekunka utrzymuje w czystości bieliznę osobistą i pościelową, przygotowuje i podaje posiłki zgodnie z zaleceniami żywieniowymi i dietetycznymi, w razie potrzeby karmi podopiecznego. Do jej obowiązków należy podawanie doustne leków zgodnie z zaleceniem lekarza i kontrolowanie prawidłowości ich przyjmowania. Opiekunka domowa dba również o aktywne spędzanie czasu przez podopiecznego – organizuje spacerów i zajęcia rekreacyjne stosownie do jego możliwości psychoruchowych. Opiekunka domowa potrafi udzielić pierwszej pomocy przedmedycznej, wykonując podstawowe czynności ratowania życia, w razie nagłego zasląbnienia, stwierdzenia objawów niewydolności sercowo-naczyniowej, itp. Miejszem pracy jest dom prywatny. W ramach obowiązków opiekunka domowa zaopatruje podopiecznych w produkty żywnościowe i środki higieny, dba o estetykę otoczenia: sprząta i wietrzy pomieszczenia, myje naczynia, podłogi, odkurza dywany, meble, itd. W swojej pracy posługuje się narzędziami i sprzętem będącym na wyposażeniu domu.

Do szczególnych predyspozycji osoby wykonującej ten zawód należy zaliczyć: odpowiedzialność, empatię, nawiązywanie kontaktu z podopiecznym, bezkonfliktowość, cierpliwość, sumienność i obowiązkowość. Opiekunka domowa współpracuje z rodziną lub opiekunami prawnymi swoich podopiecznych. Potrafi przeprowadzić wywiad na temat stanu zdrowia podopiecznego i jego temperamentu. Zbiera informacje o jego przyzwyczajeniach, nawykach i potrzebach celem zapewnienia właściwej opieki.

Według portalu Moja pensja, rynkowe zarobki na stanowisku opiekunki domowej zawierają się w przedziale od 1 300 PLN do 1 700 PLN i stanowią zaledwie 42% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Ze względu na systematyczny wzrost liczby osób zależnych, zwłaszcza starszych, systematycznie rośnie zapotrzebowanie na pracę opiekunek domowych, przy czym należałoby podjąć działania na rzecz ograniczenia zatrudniania ich w „szarej strefie”.

Opiekunki domowe, podobnie jak pomoce domowe, należą „pozornie” do zawodów nadwyżkowych. W 2010 roku w podlaskich urzędach pracy zarejestrowanych było 119 osób bezrobotnych w zawodzie opiekunka domowa, a zgłoszono 43 oferty pracy. Należy podkreślić, że w przypadku tego zawodu mamy do czynienia także z dość dobrze rozwiniętym nieformalnym rynkiem pracy, co potwierdzają wyniki badań prowadzonych przez GUS odnośnie zatrudnienia w „szarej strefie” (*Praca nierejestrowana...* 2010; 2011).

Opiekunka dziecięca zajmuje się dziećmi w wieku 0-4 lat; pielęgnuje je, wychowuje, dba o ich prawidłowy rozwój i bezpieczeństwo. Jej zadaniem jest na-

wiązanie kontaktu werbalnego i pozawerbalnego, a w szczególności nawiązanie i utrzymanie kontaktu uczuciowego z każdym dzieckiem powierzonym jej opiece. Do jej zadań należy także poznawanie indywidualnych właściwości i tempa rozwoju dziecka, kształtowanie właściwej aktywności i samodzielności dziecka w czynnościach codziennych i zabawie oraz pozytywnych cech jego charakteru, wypracowywanie u dzieci społeczno-pożytecznych przyzwyczajeń i nawyków. Opiekunka dziecięca zaspokaja podstawowe potrzeby biologiczne i psychospołeczne powierzonych jej opiece dzieci. Organizuje im prawidłowy tryb życia.

Według portalu Moja pensja, rynkowe zarobki na stanowisku opiekunki dziecięcej zawierają się w przedziale od 1 200 PLN do 1 500 PLN i stanowią zaledwie 39% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Zawód opiekunki domowej, pomimo rozwiniętego nieformalnego zatrudnienia, należy do zawodów deficytowych. W 2010 roku w podlaskich urzędach pracy zarejestrowane były 92 osoby bezrobotne w zawodzie opiekunki dziecięcej, a zgłoszono 232 oferty pracy.

Rosnące trudności z zapisaniem dziecka do żłobka lub przedszkola spowodowały, że rośnie zapotrzebowanie na pracę opiekunek dziecięcych.

Istotny wpływ na zapotrzebowanie na pracę nian, zwłaszcza w kontekście zatrudnienia legalnego, miała wprowadzona w październiku 2011 roku ustawa o opiece nad dzieckiem w wieku do lat trzech, która przyniosła im takie benefity, jak: składki ZUS opłacone z budżetu państwa, możliwość uwzględnienia przepracowanych lat podczas naliczania emerytury oraz przede wszystkim łatwość legalizacji zatrudnienia.

Dzięki temu, jak wynika z analizy przeprowadzonej przez serwis Niania.pl oraz Centrum Informacji o Ustawie Żłobkowej, liczba nian poszukujących pracy za pośrednictwem internetu w 2011 roku była o 10 proc. wyższa niż w roku 2010. Na Niania.pl (największym w Polsce serwisie internetowym pośredniczącym w usługach opieki nad dziećmi) zarejestrowało się aż 57 tys. opiekunek z całego kraju. W tym samym czasie prawie 33 tys. rodzin zamieściło ogłoszenia z propozycją współpracy dla opiekunki do dziecka. To prawie 25 proc. więcej niż w roku 2010, co wskazuje na znaczący wzrost zainteresowania rodziców tą formą opieki (*Portal Nianie...*).

Zdaniem serwisu Niania.pl i Centrum Informacji o Ustawie Żłobkowej nianie, i to nie tylko te z dużych miast, ale również małych miejscowości, mogą liczyć na rosnące zapotrzebowanie na ich usługi.

3.2.9. Prace pomocnicze w usługach gastronomicznych

Prace pomocnicze w usługach gastronomicznych związane są głównie z zawodem pomocy kuchennej, który także można zaliczyć do mało popularnych.

Celem pracy pomocy kuchennej jest wykonywanie różnych czynności związanych z przygotowaniem i wstępną obróbką artykułów spożywczych, które są używane przez kucharza do sporządzania dań i posiłków. Do jej obowiązków należy również utrzymanie czystości naczyń (garnków, patelni, brytfann), narzędzi (łyżek, noży, chochli) oraz zmechanizowanego sprzętu gospodarstwa domowego, mebli (stołów, blatów), a także pomieszczeń kuchennych i zaplecza gastronomicznego. Pomoc kuchenna wykonuje czynności i zadania zlecone jej przez kucharza, pracując pod jego ścisłym nadzorem.

W praktyce jest to zawód, w którym zatrudniane są bardzo często osoby bez przygotowania zawodowego, przy założeniu, że może go wykonywać każdy. Niskie wymagania przy zatrudnieniu przekładają się na poziom wynagrodzeń, a także dużą płynność zatrudnieniową.

Według portalu www.moja-pensja.pl, rynkowe zarobki na stanowisku pomocy kuchennej zawierają się w przedziale od 1 417 PLN do 1 988 PLN i stanowią 61% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Zawód pomocy kuchennej należy do zawodów deficytowych. W 2010 roku w podlaskich urzędach pracy zarejestrowanych było 187 osób bezrobotnych w tym zawodzie, a zgłoszono 405 ofert pracy.

3.2.10. Prace pomocnicze w usługach hotelowych

Do zawodów mało popularnych należy także zawód pokojowej w hotelu, która zajmuje się utrzymaniem czystości w pokojach, jak również sprzątaniem pomieszczeń ogólnie dostępnych, zaplecza, ciągów komunikacyjnych w hotelach (np. korytarze, windy, toalety publiczne, szatnie pracownicze).

Do głównych zadań pokojowych należy też: uzupełnianie, wymiana i ewidencja pościeli, ręczników, materiałów reklamowych, artykułów konsumpcyjnych oraz eksploatacyjnych według ustalonych standardów, informowanie przełożonego o brakach i usterkach w pokojach, zgłaszanie i odnoszenie rzeczy zaginionych pozostawionych przez gości hotelowych, przekazywanie do pralni i odbiór z pralni rzeczy gości oraz pranie hotelowej pościeli, ręczników, firan, zasłon, kap, itp. (w przypadku małych obiektów), realizowanie życzeń gości będących w zakresie obowiązków pokojowej (prasowanie koszul, dostarczanie dodatkowych artykułów konsumpcyjnych i eksploatacyjnych).

Pokojowa współpracuje ze strukturami hotelu odpowiedzialnymi za obsługę klienta oraz zajmującymi się utrzymaniem hotelu w czystości i dobrym stanie technicznym. Pokojowe komunikują się głównie z pracownikami służby piętér, recepcji, pralni oraz z pracownikami technicznymi.

Rynkowe zarobki na stanowisku pokojowej zawierają się w przedziale od 1 363 PLN do 1 912 PLN i stanowią zaledwie 59% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce.

Wraz z rozwojem bazy hotelowej w Polsce, w tym w województwie podlaskim, rośnie zapotrzebowanie na profesjonalnie przygotowane pokojowe, przy czym w ofercie edukacyjnej, zwłaszcza dla osób dorosłych, trudno doszukać się kształcenia w tym zawodzie. Wychodzi się z założenia, że każdy może wykonywać ten zawód, stąd niskie wynagrodzenia, niski prestiż i w efekcie mała popularność.

Zawód pokojowej należy także do zawodów deficytowych. W 2010 roku w podlaskich urzędach pracy zarejestrowanych było 27 osób bezrobotnych w tym zawodzie, a zgłoszono 59 ofert pracy.

3.2.11. Prace pomocnicze w budownictwie

Zawodem, który nosi znamiona mało popularnego, jest robotnik budowlany wykonujący wszelkie roboty remontowo-budowlane. Jest to jeden z najbardziej poszukiwanych pracowników. Do głównych obowiązków tej osoby należą m.in. wszelkie roboty ciesielskie, montażowe, rozbiórkowe, murowe, tynkowe. Jest to ciężka praca fizyczna. Robotnik budowlany pracuje na powietrzu lub wewnątrz obiektu. Pracownik ten jest narażony na choroby zawodowe – choroby kręgosłupa, zmiany reumatyczne. Czas pracy to 8 godzin dziennie, zazwyczaj pracownik ten otrzymuje pracę na określone w czasie kontrakty.

Robotnik budowlany pracuje wszędzie tam, gdzie prowadzone są roboty budowlane, czyli we wszystkich firmach budowlanych – państwowych, prywatnych, np. przy budowie dróg, mostów, autostrad, kolei, wodociągów, domów, obiektów handlowych, itp.

Pracownik ten bardzo ceniony jest za granicą. Wysokość gratyfikacji zazwyczaj uzależniona jest od położenia geograficznego zakładu pracy oraz sytuacji finansowej firmy. W Polsce jego wynagrodzenie kształtuje się od 1 500 do 3 500 zł i wyżej, przy czym w zawodzie tym bardzo często zatrudniane są osoby, które nie mają przygotowania zawodowego, w tym m.in. studenci i absolwenci uczelni wyższych, którzy nie mogą znaleźć pracy zgodnie ze swoim kierunkiem kształcenia, wychodząc z założenia, iż każdy może wykonywać proste prace budowlane. Często praca odbywa się „na czarno” bez umowy, z relatywnie niskim wynagrodzeniem.

3.2.12. Prace związane z rozdawaniem ulotek i przeprowadzaniem badań ankietowych

Ostatnie dwa mało lubiane zawody to ulotkarz i ankieter. Oba są słabo płatne, a osoby je wykonujące są nie najlepiej postrzegane, najczęściej jako natretnie. Nie mogą one liczyć na umowę o pracę – przeważnie wykonują swoje obowiązki na podstawie umowy-zlecenia, a poziom wynagrodzenia uzależniony jest od efektów pracy.

Ankieter przeprowadza wywiady bezpośrednie, telefoniczne, uliczne i grupowe lub ankietowe badania audytoryjne, posługując się narzędziami do zbierania danych, przygotowanymi przez zespół badawczy realizujący badania opinii społecznej, badania zachowań konsumenckich, odbioru reklamy, itp. Miejszem pracy jest biuro, mieszkanie prywatne oraz praca w terenie: w zakładach pracy, firmach, biurach, w centrach handlowych, sklepach, hurtowniach, na targach, konferencjach, na ulicy. Praca ta wiąże się z różnym natężeniem kontaktów z ludźmi. Czas pracy zazwyczaj jest nienormowany. Ankieter może być zatrudniony np. w firmach, które badają rynek, w instytucjach badania opinii i rynku.

Według portalu www.moja-pensja.pl, rynkowe zarobki na stanowisku ankietera zawierają się w przedziale od 2 590 PLN do 3 343 PLN. Płaca ankietera zależy od tego, ile wywiadów zrealizuje – stawka za ankietę jest określona, zwykle to od 15 zł do 35 zł brutto.

Wynagrodzenie na stanowisku ankietera stanowi 107% przeciętnego wynagrodzenia w Polsce. Możliwości zatrudnienia istnieją we wszystkich firmach zajmujących się badaniem rynku.

Zawód ankietera należy do zawodów nieznacznie deficytowych. W 2010 roku w podlaskich urzędach pracy zarejestrowanych było 6 osób bezrobotnych w tym zawodzie, a zgłoszono 25 ofert pracy.

Kolporter ulotek to osoba, która kreuje wizerunek firmy, instytucji – poprzez roznoszenie ulotek reklamujących na terenie miasta. Do obowiązków osoby na tym stanowisku należy: rozdawanie ulotek i innych gadżetów oraz zachęcanie klientów do skorzystania z oferty danej firmy. Miejsce pracy to: ulica, biura, centra handlowe, sklepy, hurtownie, targi, konferencje, bloki mieszkalne i domki jednorodzinne. Praca ta wiąże się z dużym natężeniem kontaktów z ludźmi. Czas pracy jest zazwyczaj nienormowany. Jest to praca tymczasowa, zwykle pracownik jest zatrudniony na podstawie umowy-zlecenia. Wynagrodzenie kolportera ulotek jest określone zazwyczaj w stawce godzinowej 7-15 zł za godzinę (*Polski Portal Pracy...*).

Zapotrzebowanie na pracę w tych zawodach jest bardzo duże ze względu na to, że współczesna gospodarka rozwija się w oparciu o czynnik, jakim jest informacja, wiedza.

CZĘŚĆ II

ZATRUDNIENIE W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH W OPINII BADANYCH OSÓB Z GRUP DEFAWORYZOWANYCH NA RYNKU PRACY

ROZDZIAŁ 4. POZOSTAJĄCY BEZ ZATRUDNIENIA ABSOLWENCI UCZELNI WYŻSZYCH

4.1. Założenia badawcze

Głównym celem badania ilościowego była identyfikacja barier i czynników wzrostu zatrudnienia absolwentów szkół wyższych (do 27. roku życia) w zawodach niszowych.

Celami szczegółowymi badania z udziałem niezatrudnionych absolwentów szkół wyższych były:

- identyfikacja przyczyn bezrobocia w opinii samych zainteresowanych;
- identyfikacja czynników determinujących ich sytuację na rynku pracy (system poradnictwa zawodowego, ocena systemu kształcenia);
- uzyskanie opinii na temat wpływu wiedzy zdobytej w trakcie nauki na decyzje o podjęciu własnej działalności gospodarczej;
- poznanie opinii na temat kształcenia i pracy w rzemiośle;
- ustalenie potencjalnego stopnia zainteresowania nauką i ewentualnym wykonywaniem pracy w zawodach, które uznajemy za niszowe na Podlasiu;
- poznanie motywów, które skłoniłyby do nauki i pracy w zawodach niszowych w rzemiośle;
- ustalenie gotowości do nauki i rozpoczęcia własnej działalności w rzemiośle, zwłaszcza w zawodach niszowych.

Przy rekrutacji do badania respondenci z grupy absolwentów szkół wyższych musieli spełnić następujące warunki:

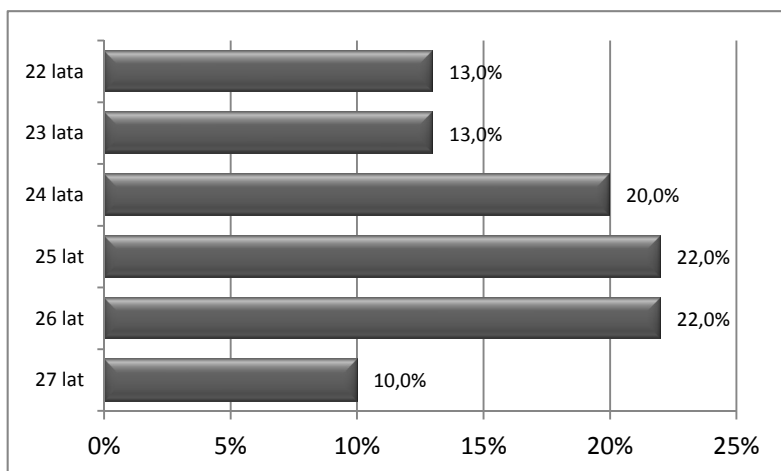
- wiek (nie więcej niż 27 lat);
- status na rynku pracy – badano osoby, które nie pracują i nie prowadzą działalności gospodarczej;
- nie studiują w systemie dziennym;
- wykazują chęć podjęcia pracy;
- aktywnie poszukują pracy.

W przypadku badania absolwentów szkół wyższych zastosowano celowy dobór próby, wykorzystując metodę „kuli śnieżnej”. Przeprowadzający wywiady docierali do jednej lub kilku osób bezrobotnych będących obiektem badania, przeprowadzali wywiad, a następnie uzyskiwali kontakty do kolejnych osób. Taką procedurę powtarzali aż do momentu przeprowadzenia zakładanej liczby wywiadów IDI.

Warunkiem udziału w badaniu była pisemna zgoda respondentów na udział w badaniu.

4.2. Charakterystyka badanej populacji

W grupie badanych znajdowało się 64% kobiet i 36% mężczyzn. Badana grupa miała dość zrównoważoną strukturę osób ze względu na wiek. W momencie przeprowadzania badania co piątym uczestnikiem badań była osoba w wieku 24 lat (wykres 4.1). Po 22% respondentów to osoby w wieku 25 i 26 lat. Osoby w wieku 22 i 23 lat stanowiły po 13% badanej populacji. Najmniej liczną grupę uczestników badań stanowiły osoby w wieku 27 lat. W tym wieku był co dziesiąty badany.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.1. WIEK RESPONDENTÓW

W poszczególnych grupach wiekowych była dość podobna reprezentacja obu płci, wynosząca około 60% kobiet i 40% mężczyzn (tabela 4.1). W przypadku grup wiekowych 25 i 27 lat było jeszcze więcej kobiet niż mężczyzn. Udział ten stanowił odpowiednio – w przypadku 25-latków 68,2% kobiet i w przypadku 27-latków 70% kobiet.

W badanej populacji przeważali absolwenci uczelni wyższych znajdujących się na terenie województwa podlaskiego. Wśród badanych znalazło się 22% respondentów z Politechniki Białostockiej, 19% z Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Białymstoku, 18% z Uniwersytetu w Białymstoku. Mniej liczna była grupa osób z Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku – 8% badanych. Następną w kolejności reprezentowana uczelnia to Państwowa Wyższa

Szkoła Zawodowa w Suwałkach (7% badanych). Ponadto pojawili się absolwenci innych szkół wyższych z województwa podlaskiego, w tym były to takie uczelnie, jak: Nauczycielskie Kolegium Rewalidacji, Resocjalizacji i Wychowania Fizycznego (1%), Niepaństwowa Wyższa Szkoła Pedagogiczna (1%), Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży (1%), Wyższa Szkoła Agrobiznesu w Łomży (1%), Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku wraz z filią w Ełku (3%), Wyższa Szkoła Kosmetologii i Ochrony Zdrowia (5%), Wyższa Szkoła Wychowania Fizycznego i Turystyki w Białymstoku (2%).

TABELA 4.1. WIEK A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Wyszczególnienie	Kobieta	Mężczyzna	Suma
22 lata	61,5%	38,5%	100,0%
23 lata	69,2%	30,8%	100,0%
24 lata	60,0%	40,0%	100,0%
25 lat	68,2%	31,8%	100,0%
26 lat	59,1%	40,9%	100,0%
27 lat	70,0%	30,0%	100,0%
Suma	64,0%	36,0%	100,0%

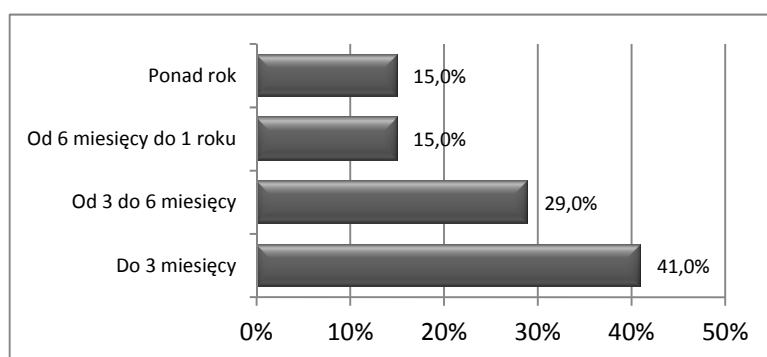
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Spoza województwa podlaskiego znaleźli się absolwenci następujących uczelni: Wyższa Szkoła Inżynieryjno-Ekonomiczna w Rzeszowie (1%), Katolicki Uniwersytet Lubelski (1%), Olsztyńska Szkoła Wyższa im. Józefa Rusieckiego (2%), Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyczna (1%), Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie (1%), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (2%) oraz Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie (1%).

Jeśli chodzi o kierunki kształcenia, wyróżnić można 21 absolwentów kierunków ekonomicznych, takich jak: ekonomia (9 osób), finanse i rachunkowość (7 osób), stosunki międzynarodowe (5 osób). Poza tym 12 respondentów ukończyło zarządzanie, w tym jedna z osób wskazała na zarządzanie i inżynierię produkcji. Administrację studiowało 16 badanych. Ponadto 1 respondent ukończył zdrowie publiczne. Pokrewne kierunki, czyli prawo ukończył 1 respondent, historię 2 osoby, zaś politologię 2 osoby. Wśród innych kierunków studiów o charakterze przyrodniczym wymienić można: po 1 absolwencie kierunków – biologia, rolnictwo, ogrodnictwo; 4 absolwentów ochrony środowiska. Zbliżoną do powyższych turystykę i rekreację ukończyło 3 badanych. Mechanikę i budowę maszyn oraz mechanikę i mechatronikę studiowały 3 osoby. Na budownictwie uczyło się 2 respondentów, na inżynierii środowiska 3 badanych. Wśród innych kierunków kształcenia ukończonych przez uczestników badań wymienić można: technologię żywności, europeistykę, socjologię, logistykę – po 1 respondencie; kulturoznaw-

stwo, matematykę, wychowanie fizyczne – po 2 respondentów; fizjoterapię, kosmetologię, informatykę – po 3 respondentów.

Jeśli chodzi o okres poszukiwania pracy przez badanych, to do kategorii osób długotrwale bezrobotnych należy zaklasyfikować 15% badanych, którzy poszukują pracy już ponad rok (wykres 4.2). Kolejne 15% respondentów prowadzi działania w tym zakresie od 6 miesięcy do roku. Co trzeci badany szuka pracy od 3 do 6 miesięcy. Największa grupa osób prowadzi poszukiwania przez najkrótszy okres, bo wynoszący do 3 miesięcy. Na odpowiedź taką wskazało 41% badanych. Otrzymane wyniki badań są zapewne silnie związane z faktem ograniczenia wiekowego respondentów badań do 27. roku życia.

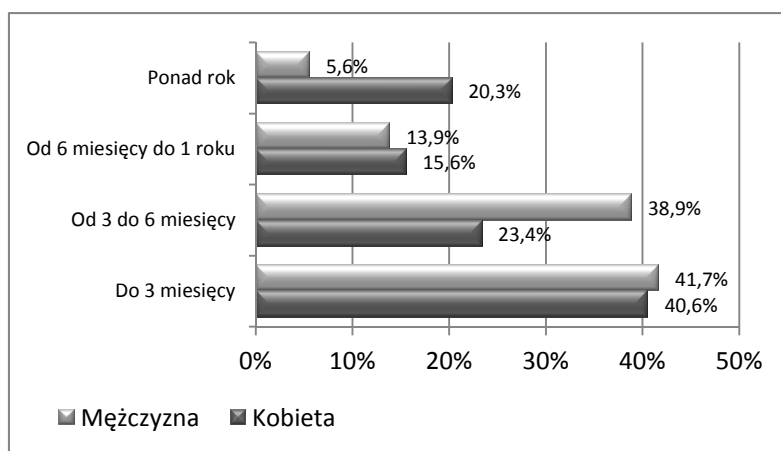


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.2. OKRES POSZUKIWANIA PRACY

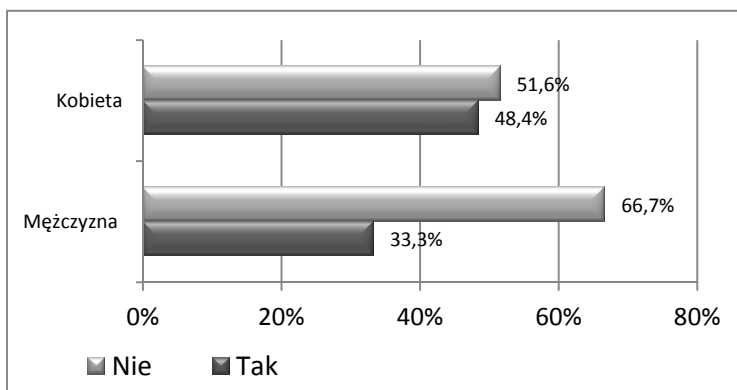
Analiza okresu poszukiwania pracy przez badanych ze względu na płeć wskazuje, że w grupie kobiet przeważały osoby poszukujące dłużej pracy, niż to miało miejsce w grupie mężczyzn. Co piąta badana (20,3%) poszukuje pracy już od ponad roku. Gdy w grupie mężczyzn udział takich osób wynosił 5,6%. Mężczyźni zaś częściej niż kobiety poszukują pracy w okresie od 3 do 6 miesięcy (wykres 4.3).

Ponadto można zwrócić uwagę na fakt, iż większość, bo 57% badanych, nie była w chwili przeprowadzania badania zarejestrowana w urzędach pracy jako osoby bezrobotne (wykres 4.4). W grupie tej przeważały kobiety, gdyż na 100 przebadanych 32 osoby niezarejestrowane były kobietami, zaś 24 to mężczyźni. Gdy jednak analizować strukturę odpowiedzi w grupie kobiet, można stwierdzić, że spośród 64 kobiet mniej więcej po połowie rozkłada się wskazanie na to, czy dana osoba jest zarejestrowana czy też nie. W przypadku grupy mężczyzn okazuje się, że spośród badanych tylko co trzeci mężczyzna wskazał na fakt zarejestrowania w urzędzie pracy jako osoba bezrobotna.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.3. OKRES POSZUKIWANIA PRACY A PŁEĆ RESPONDENTÓW



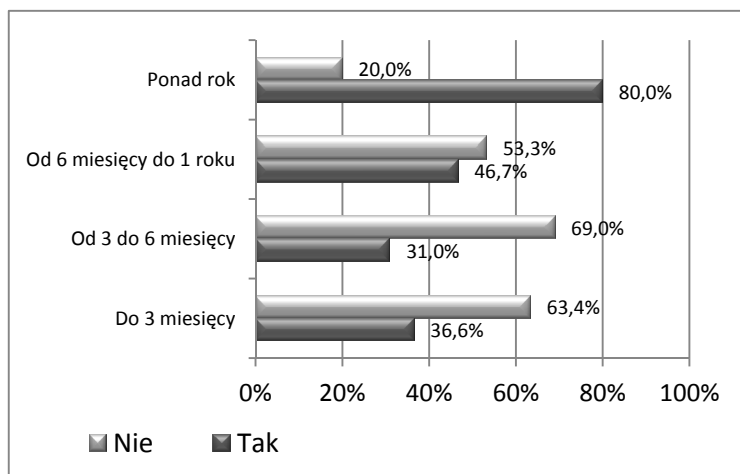
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.4. OSOBY ZAREJESTROWANE I NIEZAREJESTROWANE W URZĘDZIE PRACY JAKO OSOBY BEZROBOTNE WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW

Wraz z wydłużaniem się okresu poszukiwania pracy więcej osób było zarejestrowanych w urzędzie pracy (wykres 4.5). Najwięcej osób zarejestrowanych w urzędzie pracy jako osoba bezrobotna było wśród poszukujących pracy powyżej 1 roku. Udział takich osób w tej grupie badanych stanowił 80%. W grupie osób poszukujących pracy od 6 miesięcy do 1 roku osoby zarejestrowane stanowiły 46,7% respondentów. Natomiast wśród poszukujących pracy w okresie do 6 miesięcy była to co trzecia badana osoba.

Takie odpowiedzi w konfrontacji z faktem, iż większość osób poszukuje pracy na rynku dość krótko pozwalają stwierdzić, że badani w pierwszej kolejno-

ści podejmują działania w zakresie znalezienia czynności zarobkowych bez korzystania z usług urzędów pracy. Zachowania takie są bardziej charakterystyczne dla mężczyzn niż kobiet.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.5. OSOBY ZAREJESTROWANE I NIEZAREJESTROWANE W URZĘDZIE PRACY JAKO OSOBA BEZROBOTNA WEDŁUG OKRESU POSZUKIWANIA PRACY PRZEZ RESPONDENTÓW

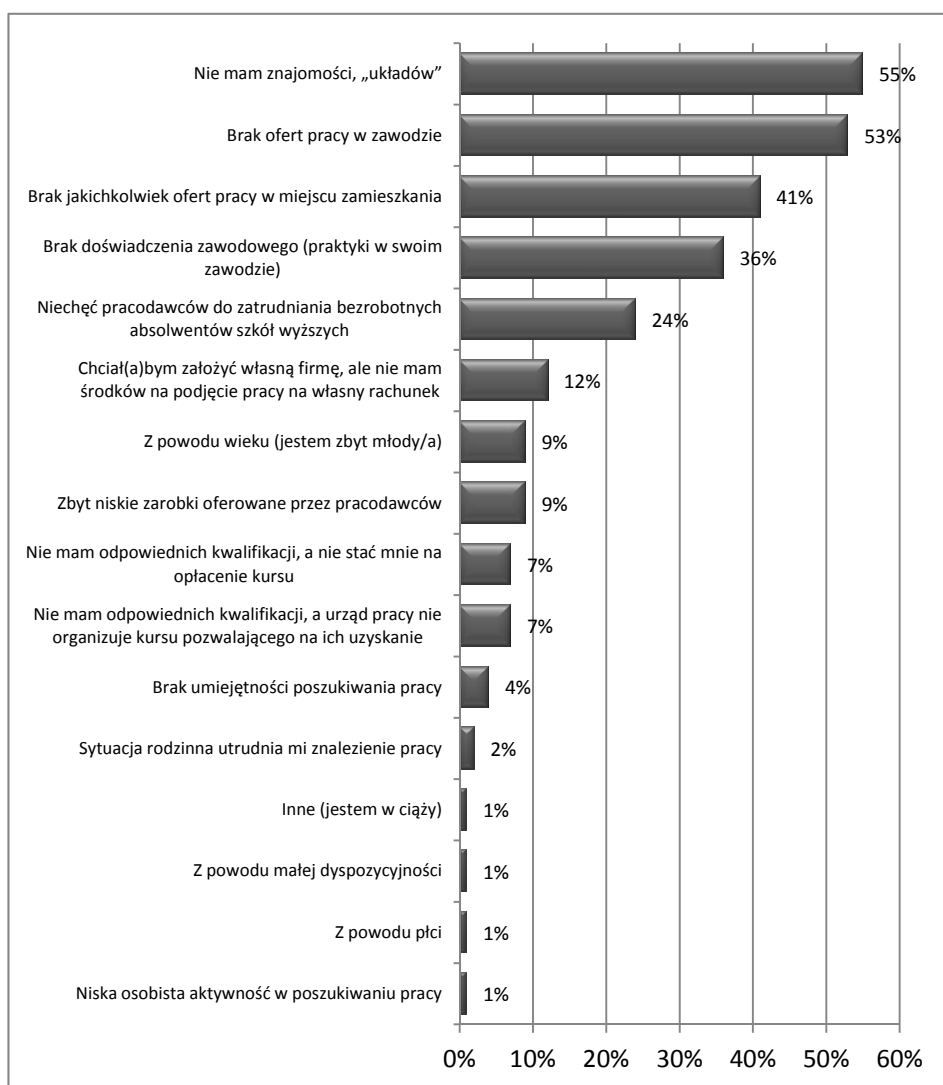
4.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy

W wywiadzie skierowanym do absolwentów szkół wyższych zawarto pytania dotyczące przyczyn bezrobocia i aktywności w poszukiwaniu pracy. W kontekście tym pytano ankietowanych o trudności związane ze znalezieniem pracy oraz o sposoby poszukiwania pracy.

Jedno z pytań, które zostało zadane badanym, dotyczyło czynników utrudniających respondentom znalezienie pracy. Mogli oni dokonać wyboru spośród 15 różnych odpowiedzi. Każdy badany mógł podać maksymalnie 5 odpowiedzi. Jak się jednak okazuje, szczególnie często bezrobotni absolwenci wskazywali na fakt, iż nie mają znajomości, układów (wykres 4.6).

Na odpowiedź taką uzyskano wskazania od 55% respondentów. Również ponad połowa badanych uznała, że takim powodem jest brak ofert pracy w zawodzie (53% próby badawczej). Trzeci w kolejności rodzaj udzielanych odpowiedzi to wskazania na brak jakichkolwiek ofert pracy w miejscu zamieszkania. Odpowiedzi takich udzieliło 41% badanych. Oznacza to, że w pierwszej kolejności respondenci wskazywali na przyczyny braku pracy, które są niezależne od nich.

Dopiero na czwartym miejscu pojawiła się odpowiedź, jaką jest brak doświadczenia zawodowego (praktyki w swoim zawodzie), na którą wskazało 36% badanych. Jedna czwarta respondentów (24%) uznała, że powodem takiego stanu rzeczy jest „niechęć pracodawców do zatrudniania bezrobotnych absolwentów szkół wyższych”.

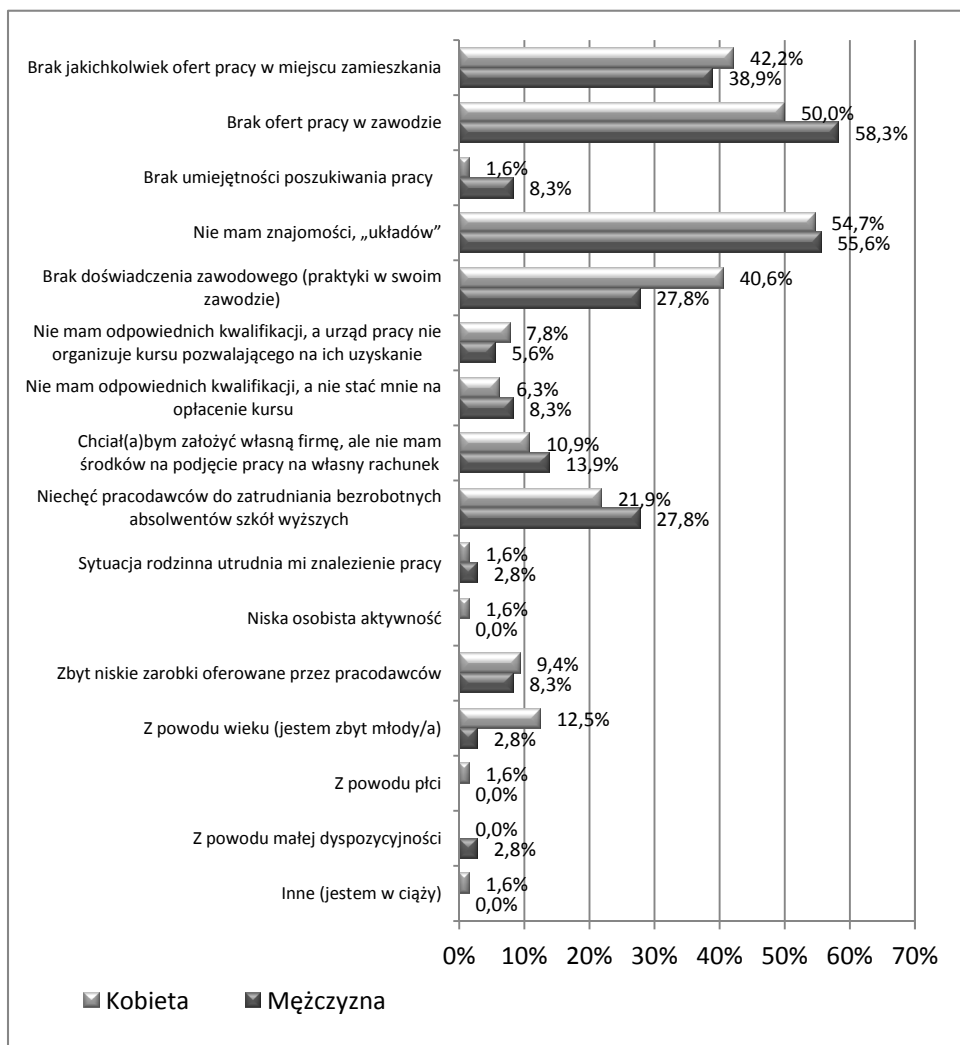


Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 5 odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.6. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY

Udział procentowy innych odpowiedzi w analizowanej próbie badawczej nie był już tak znaczący. Co istotne, 9% respondentów stwierdziło, że powodem trudności ze znalezieniem pracy jest wiek, gdyż są zbyt młodzi. Natomiast po 7% badanych wskazało na brak odpowiednich kwalifikacji, przy jednoczesnym stwierdzeniu, że urząd pracy nie organizuje kursu pozwalającego na ich uzyskanie, czy też, że ich samych nie stać na opłacenie takich szkoleń.



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 5 odpowiedzi
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.7. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Najwięcej kobiet, jak i mężczyzn, wskazywało na czynnik utrudniający znalezienie pracy, jakim jest brak ofert pracy w zawodzie oraz brak znajomości i „układów” (wykres 4.7). Co istotne, częściej to kobiety twierdzą, że nie posiadają odpowiedniego doświadczenia czy brak im ofert pracy w miejscu zamieszkania niż mężczyźni (udział odpowiedzi kobiet wyniósł odpowiednio 40,6% i 42,2%, zaś mężczyzn: 27,8% i 38,9%). Mężczyźni natomiast częściej zwracali uwagę na: brak ofert pracy w zawodzie (58,3% mężczyzn i 50% kobiet), brak znajomości i „układów” (55,6% mężczyzn i 54,7% kobiet), niechęć pracodawców do zatrudniania bezrobotnych absolwentów szkół wyższych (27,8% mężczyzn i 21,9% kobiet) czy na brak środków do założenia własnej firmy (13,9% mężczyzn i 10,9% kobiet).

W zasadzie bez względu na wiek respondenci wskazują na brak znajomości (tabela 4.2).

TABELA 4.2. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY A WIEK RESPONDENTÓW

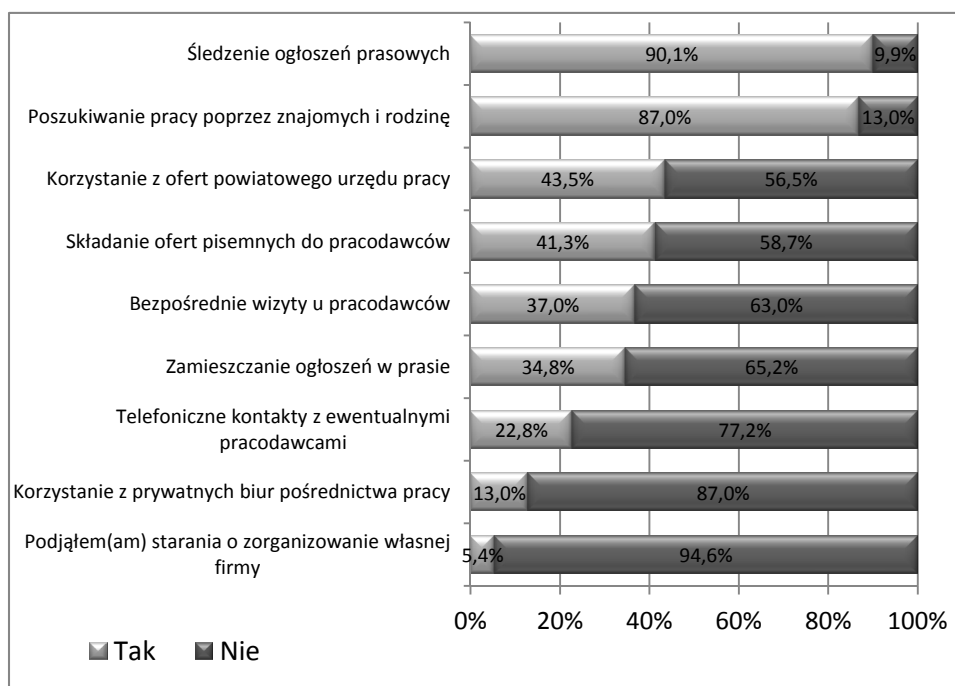
Wyszczególnienie	Wiek respondentów w latach					
	22	23	24	25	26	27
Brak jakichkolwiek ofert pracy w miejscu zamieszkania	69,2%	38,5%	30,0%	40,9%	45,5%	20,0%
Brak ofert pracy w zawodzie	23,1%	23,1%	65,0%	59,1%	68,2%	60,0%
Brak umiejętności poszukiwania pracy	7,7%	7,7%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%
Nie mam znajomości „układów”	61,5%	76,9%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Brak doświadczenia zawodowego (praktyki w swoim zawodzie)	30,8%	46,2%	40,0%	27,3%	40,9%	30,0%
Nie mam odpowiednich kwalifikacji, a urząd pracy nie organizuje kursu pozwalającego na ich uzyskanie	0,0%	0,0%	10,0%	13,6%	9,1%	0,0%
Nie mam odpowiednich kwalifikacji, a nie stać mnie na opłacenie kursu	7,7%	7,7%	0,0%	4,5%	9,1%	20,0%
Chciał(a)bym założyć własną firmę, ale nie mam środków na podjęcie pracy na własny rachunek	0,0%	7,7%	30,0%	0,0%	13,6%	20,0%
Niechęć pracodawców do zatrudniania bezrobotnych absolwentów szkół wyższych	46,2%	30,8%	30,0%	9,1%	9,1%	40,0%
Sytuacja rodzinna utrudnia mi znalezienie pracy	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	4,5%	0,0%
Niska osobista aktywność w poszukiwaniu pracy	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%
Zbyt niskie zarobki oferowane przez pracodawców	7,7%	15,4%	10,0%	4,5%	4,5%	20,0%
Z powodu wieku (jestem zbyt młody/a)	30,8%	0,0%	0,0%	9,1%	9,1%	10,0%

Z powodu płci	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%
Z powodu małej dyspozycyjności	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%
Inne (jestem w ciąży)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%

Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 5 odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Badani w wieku od 24. do 27. roku życia bardzo często zaznaczali odpowiedź wskazującą na brak ofert pracy w zawodzie. Poza tym dla najmłodszych badanych szczególne znaczenie ma brak jakichkolwiek ofert pracy w miejscu zamieszkania (69,2% z tej grupy wiekowej). Poza tym częściej niż inni respondenci dostrzegają oni niechęć pracodawców do zatrudniania bezrobotnych absolwentów szkół wyższych (46,2%). Drugi z wymienionych tu czynników był także dość często wskazywany przez osoby w wieku 27 lat (40% badanych w tej grupie wiekowej).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.8. DZIAŁANIA PODEJMOWANE W CELU ZNALEZIENIA PRACY

Kolejne pytanie dotyczyło rodzajów działań, jakie zostały do tej pory podjęte przez respondentów celem znalezienia pracy. W ten sposób próbowano za pomocą kwestionariusza badawczego zidentyfikować stan dotychczasowej aktywno-

ści badanych. Okazało się przy tym, że 92% podjęło działania w tym zakresie, zaś pozostałe 8% nie zrobiło nic w tym kierunku (wykres 4.8).

Najczęstszym działaniem jest śledzenie ogłoszeń prasowych oraz poszukiwanie pracy poprzez znajomych i rodzinę. Na odpowiedzi takie wskazało odpowiednio 90,1% i 87% badanych. Dopiero na trzecim miejscu znalazła się oferta powiatowego urzędu pracy. Korzystało z niej 43,5% badanych. Podobny udział miały działania polegające na składaniu pisemnych ofert do pracodawców (41,3% wskazań). Dla 37% respondentów działaniami w celu znalezienia pracy były bezpośrednie wizyty u potencjalnych pracodawców, zaś 34,8% badanych zamieszczało własne ogłoszenia na temat poszukiwania pracy w prasie. Poprzez kontakty telefoniczne z ewentualnymi pracodawcami działania związane z poszukiwaniem pracy podejmowane były przez co piątego respondenta (22,8%). Zaledwie 13% badanych skorzystało do tej pory z usług prywatnych biur pośrednictwa pracy. Warto ponadto zauważyć, że 5,4% badanych podejmowało już pewne kroki celem założenia własnej firmy. Wśród osób, które udzieliły odpowiedzi na pytanie dotyczące podejmowanych działań związanych ze znalezieniem pracy, 60 osób stanowiły kobiety, zaś 32 mężczyźni. W grupie kobiet było to więc 93,8% respondentek, które wskazały, że podejmowały działania w analizowanym zakresie. Odpowiedzi pozytywnej udzieliło zaś jednocześnie 88,9% mężczyzn, spośród wszystkich mężczyzn biorących udział w badaniach.

W grupie kobiet, podobnie jak i w grupie mężczyzn przeważały dwa sposoby poszukiwania pracy, czyli śledzenie ogłoszeń prasowych oraz poszukiwanie pracy poprzez znajomych i rodzinę. W tym jednak na ogłoszenia wskazało 96,9% aktywnych respondentów i 86,7% respondentek, zaś na poszukiwanie pracy poprzez znajomych wskazało 87,5% mężczyzn oraz 86,7% kobiet. W przypadku pań trzecim w kolejności sposobem poszukiwania pracy jest korzystanie z ofert powiatowego urzędu pracy. Odpowiedzi takiej udzieliła ponad połowa osób z tej grupy badanych (53,3%). Na czwartym miejscu znalazło się składanie ofert pisemnych do pracodawców (38,3%), zaś na piątym bezpośrednie wizyty u pracodawców (36,7%). W przypadku mężczyzn jako trzeci w kolejności sposób działania wymienić można składanie pisemnych ofert (46,9%), zaś na czwartym miejscu zamieszczanie ogłoszeń w prasie (43,8%). Jako piąte w kolejności wyróżnić można bezpośrednie wizyty u pracodawców zainteresowanych potencjalnym zatrudnieniem bezrobotnych absolwentów (37,5%). Najrzadziej wskazywano usługi biur pośrednictwa pracy, jednak częściej zainteresowane ich ofertą były kobiety (15% wskazań) niż mężczyźni (9,4% badanych z tej grupy). Jeśli zaś chodzi o starania w zakresie podjęcia własnej działalności gospodarczej, na odpowiedź taką również wskazało więcej, bo 6,7% kobiet (3,1% mężczyzn).

W całej populacji osób biorących udział w badaniach ośmiu respondentów wskazało, że jak do tej pory nie przejawiało z różnych względów żadnej aktywności w zakresie poszukiwania pracy. Jeden z badanych uznał, że „jest to strata

czasu”. Inny „jeszcze nie widzi takiej potrzeby”. Kolejna odpowiedź brzmiała „nie ma pracy w moim zawodzie”, zaś następny respondent stwierdził, że „wychowuje dziecko”. Jedna osoba powiedziała zaś, że podejmie działania w tym zakresie w najbliższym czasie. Trzech badanych nie udzieliło odpowiedzi na temat tego, jakie są powody niepodjęcia przez nich żadnych starań o pracę.

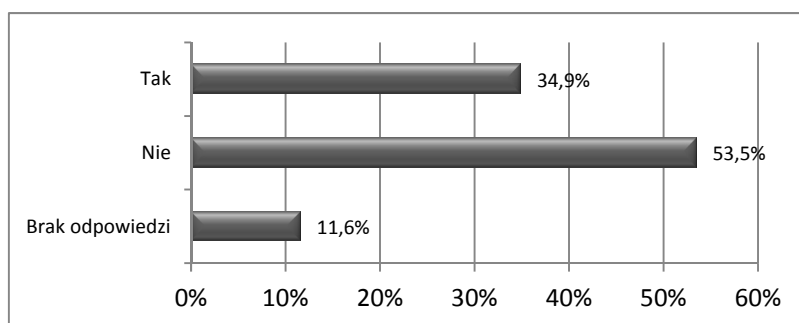
Warto dokonać analizy relacji odpowiedzi na pytanie o podejmowanie działań z zakresu znalezienia pracy z długością okresu jej poszukiwania. Jak się okazuje, wszystkie osoby, które poszukują pracy od ponad roku, podjęły już kroki, które miałyby je doprowadzić do znalezienia zatrudnienia. W grupie osób poszukujących pracy od 6 miesięcy do 1 roku 6,7% badanych nie podjęło działań w tym zakresie. Wśród badanych poszukujących pracy w okresie najkrótszym – do 3 miesięcy – 9,8% nie podjęło takich kroków. Również co dziesiąty badany (10,3%) spośród osób, które poszukują pracy od 3 do 6 miesięcy, nie podjął żadnych działań w celu znalezienia zatrudnienia.

4.4. Czynniki determinujące sytuację absolwentów szkół wyższych na rynku pracy

Część druga badań dotyczyła wsparcia, jakie uzyskali badani ze strony instytucji rynku pracy. Inne pytania poświęcone były doradztwu zawodowemu i dotychczasowym doświadczeniom absolwentów szkół wyższych w tym zakresie. Kolejne kwestie poruszone w części drugiej kwestionariusza badawczego to opinie badanych na temat dopasowania sposobów kształcenia na uczelniach wyższych do oczekiwań rynku pracy.

Jak już wspomniano w części opisującej próbę badawczą większość, bo 57% badanych, nie była w chwili przeprowadzania badania zarejestrowana jako osoby bezrobotne. Respondentom, którzy są zarejestrowani w urzędzie pracy, zadano kilka dodatkowych pytań. Jedno z nich dotyczyło tego, czy urząd pracy proponował im w ciągu ostatniego roku jakiegokolwiek oferty pracy oraz ile takich ofert respondentom z urzędu pracy otrzymali.

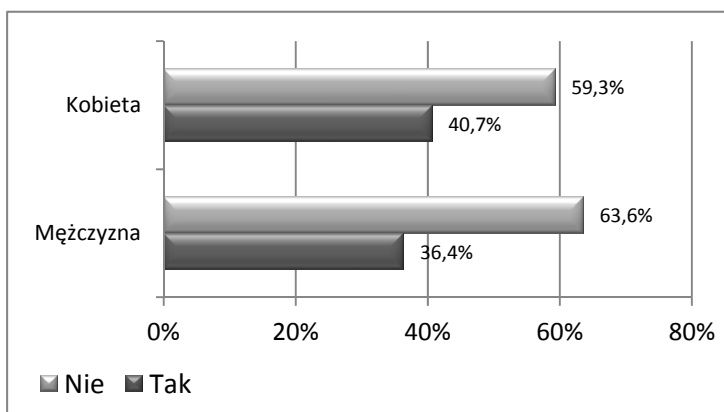
Spośród 43 zarejestrowanych bezrobotnych pięciu (11,6%) nie udzieliło odpowiedzi na tak zadane pytanie. Jednocześnie ponad połowa respondentów – 53,5% – udzieliła odpowiedzi negatywnych. Zaś co trzeci badany (34,9%) wskazał, że takie propozycje pracy otrzymał (wykres 4.9).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

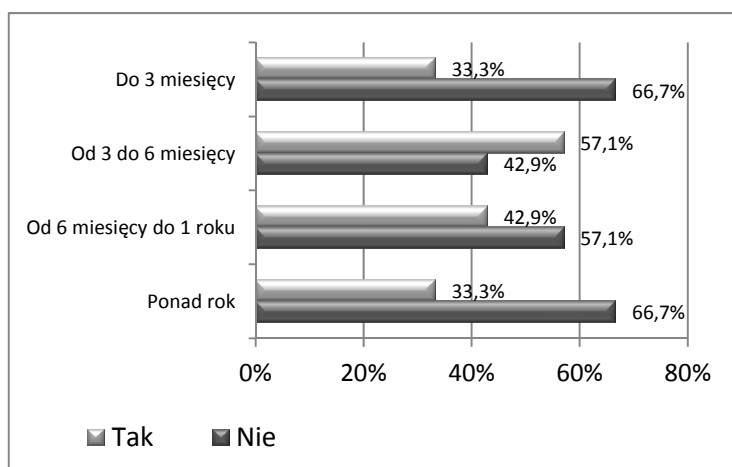
WYKRES 4.9. OFERTY PRACY Z URZĘDU PRACY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU

Wśród osób, które otrzymały oferty pracy, większość – 11 osób – to kobiety, zaś 4 respondentów to mężczyźni. W grupie mężczyzn zarejestrowani, którzy otrzymali oferty pracy, byli w mniejszości, bo stanowili 36,4% respondentów tej płci. Jeśli chodzi o kobiety, to 40,7% badanych kobiet, które w momencie badania były zarejestrowane w urzędzie pracy, otrzymało ofertę pracy (wykres 4.10).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.10. OFERTY PRACY Z URZĘDU PRACY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.11. OFERTY PRACY Z URZĘDU PRACY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU WEDŁUG OKRESU POSZUKIWANIA PRACY PRZEZ RESPONDENTÓW

W zasadzie analiza wskazań co do związku otrzymania lub nie oferty z urzędu pracy z okresem poszukiwań pracy pozwala twierdzić, że odpowiedzi osób poszukujących pracy w okresie do 3 miesięcy a poszukujących jej w okresie dłuższym niewiele się różnią (wykres 4.11). Oznacza to więc – przynajmniej w badanej grupie badawczej – że zarówno w krótkim, jak i w długim okresie czasu bycia osobą bezrobotną, prawdopodobieństwo otrzymania propozycji pracy z urzędu pracy, jeśli jest się osobą zarejestrowaną, jest dość podobne. Okazuje się, że sam fakt zarejestrowania jest istotny, a nie to jak długo ktoś jest zarejestrowany.

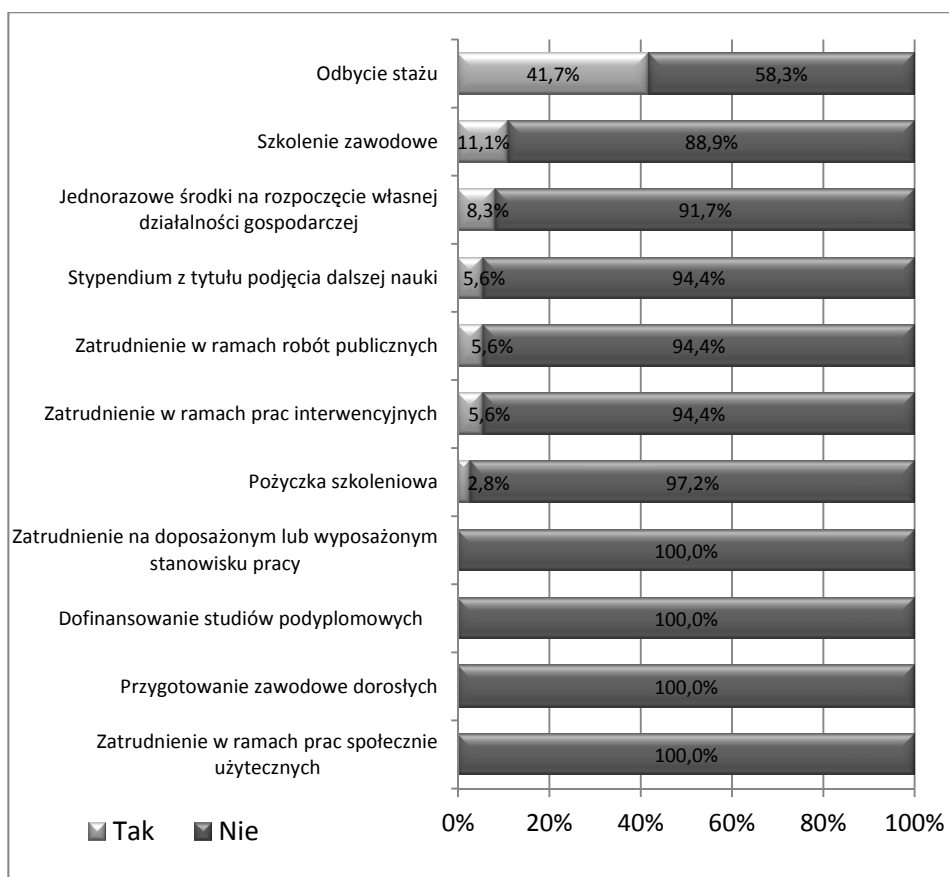
Wśród osób, które takie oferty otrzymały, ośmiu badanych wskazało, że taka sytuacja miała miejsce jeden raz, po dwie oferty otrzymało pięć osób, zaś trzy oferty otrzymały w okresie ostatniego roku 2 osoby.

Osoby zarejestrowane, które uzyskały oferty pracy, zostały poproszone o wskazanie, czy skorzystały z nich. Dziewięciu badanych, czyli 60% z piętnastu osób, które otrzymały oferty pracy, podjęło decyzję o skorzystaniu z nich, zaś pozostałe sześć (40% osób, które otrzymały oferty pracy) nie zdecydowało się na skorzystanie z tych ofert. Osoby, które skorzystały z tych ofert, nie podjęły pracy w proponowanych im miejscach, gdyż: w przypadku czterech badanych oferta taka nie była już aktualna; jedna osoba, co prawda wysłała CV, jednak nie otrzymała żadnej informacji zwrotnej. Natomiast pięć innych osób dowiedziało się, że niestety posiadane kwalifikacje nie odpowiadały zapotrzebowaniu pracodawcy.

Osoby, które zrezygnowały z otrzymanych z urzędu pracy ofert, zrobiły to z różnych powodów. Jedna z nich w momencie otrzymania oferty tak naprawdę

nie zamierzała podjąć pracy. Kolejny badany stwierdził, że „pracując <<na czarno>> mógł więcej zarobić”. Inne powody podane przez respondentów to niedopasowanie między posiadanymi przez bezrobotnych kwalifikacjami a oczekiwaniami pracodawcy: „nie było ofert pracy w moim kierunku ukończenia studiów”, „jedna oferta była niedopasowana do mojego wykształcenia i doświadczenia”, czy stwierdzenie: „oferty pracy nie były związane z moim wykształceniem”. Innym powodem wskazanym przez jednego z badanych, który uzyskał kilka ofert w ciągu roku z urzędu pracy, był fakt, iż „oferty pracy były w miejscach oddalonych od Białegostoku”. Podobnie stwierdził kolejny badany, że problemem był „za daleki dojazd”, dodał przy tym: „mam wyższe aspiracje”.

Następne pytanie skierowane do osób zarejestrowanych w urzędzie, które otrzymały ofertę pracy z urzędu w ciągu ostatniego roku, dotyczyło formy tej pomocy.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.12. FORMY POMOCY OFEROWANE PRZEZ URZĄD PRACY

Pomoc ta polegała – jak wskazał co trzeci badany – na odbyciu stażu. Inną formą pomocy zaoferowanej przez urząd były szkolenia zawodowe, które zostały zaproponowane co dziesiątemu respondentowi z tej grupy (11,1%) – wykres 4.12.

Jednorazowe środki na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej zostały zaproponowane 8,3% badanych. Poza tym na stypendium z tytułu podjęcia dalszej nauki, zatrudnienie w ramach prac społecznie użytecznych, zatrudnienie w ramach prac interwencyjnych wskazało po 5,6% badanych zarejestrowanych. Jeden respondent z grupy osób bezrobotnych zarejestrowanych otrzymał ofertę pożyczki szkoleniowej.

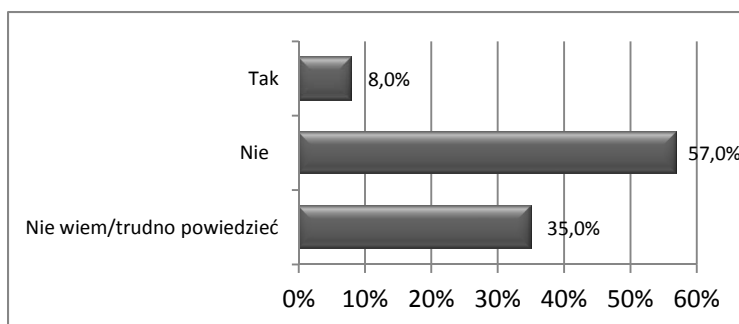
Celem uzupełnienia powyższych odpowiedzi poproszono badanych o wskazanie, z jakich form wsparcia ze strony urzędu pracy do tej pory korzystali i czy miały one przydatny charakter. Jak się okazało, szczególnie przychylne opinie pojawiły się pod adresem staży. Osoby bezrobotne – 9 badanych – które uzyskały taką możliwość, stwierdziły, że staż był „bardzo przydatny, nauczyłam się różnych rzeczy”, „podniosłam kwalifikacje, zdobyłam doświadczenie”. Ogólnie rzecz biorąc staże przynosiły pozytywne efekty, pozwoliły na uzyskanie tak często oczekiwanego przez pracodawców doświadczenia i praktyki działania w zawodzie. Trzech badanych wskazało na szkolenia, które są po prostu „przydatne”. Poza tym pojawiło się jedno wskazanie na stypendium, przy czym brak informacji o tym, jaka w opinii badanych jest przydatność takiego narzędzia wsparcia bezrobotnych.

Osoby zarejestrowane, które nie skorzystały z żadnej formy wsparcia, zostały zapytane, dlaczego tak się stało. Odpowiedzi na to pytanie udzieliło łącznie 13 badanych. Podstawowym wskazaniem jest stwierdzenie, że nie było do nich w ogóle kierowanych żadnych propozycji wsparcia. Odpowiedziało tak siedmiu respondentów, stwierdzając „brak propozycji wsparcia”, czy też mówiąc na przykład „nie dostałam żadnej oferty pomocy”. Trzech badanych powiedziało, że „nie było dla mnie ofert”, „forma pomocy nie odpowiadała wykształceniu”, czy też „brak propozycji ofert, które by mnie interesowały”. Jedna osoba stwierdziła, że takiego wsparcia nie potrzebuje.

Kolejny badany w momencie otrzymania takiej oferty wsparcia pracował na czarno, zaś ostatni z respondentów stwierdził, że: „żaden z pomysłów, np. założenie działalności gospodarczej w Łomży, nie ma realnej szansy powodzenia, brak popytu”.

Do wszystkich respondentów zostało skierowane pytanie na temat znajomości potrzeb osób bezrobotnych przez instytucje rynku pracy. Przeważająca większość badanych wskazała, że takiej wiedzy wśród pracowników instytucji rynku pracy nie ma (wykres 4.13). Odpowiedzi takich udzieliło 57% badanych. Zaledwie 8% stwierdziło, że instytucje rynku pracy znają potrzeby i oczekiwania ab-

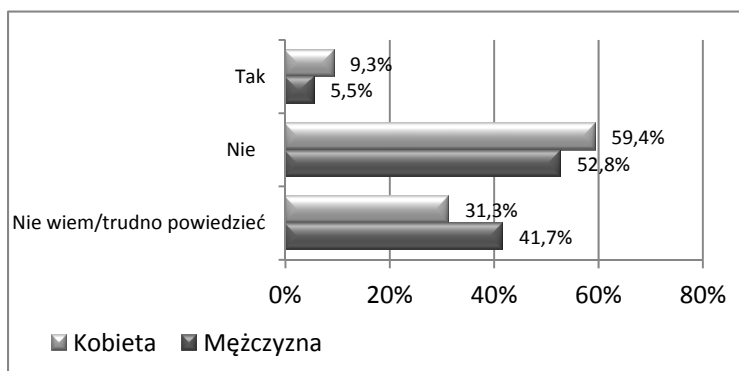
solwentów szkół wyższych, którzy są bezrobotni. Ponad jedna trzecia uznała, że nie jest w stanie wypowiedzieć się na ten temat (35% osób bezrobotnych).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.13. STAN WIEDZY PRACOWNIKÓW INSTYTUCJI RYNKU PRACY NA TEMAT POTRZEB I OCZEKIWAŃ BEZROBOTNYCH ABSOLWENTÓW UCZELNI WYŻSZYCH NA RYNKU PRACY

Wskazania respondentów na powyższe pytanie według płci badanych pozwalają stwierdzić, że zarówno kobiety, jak i mężczyźni wyrażali negatywne opinie na ten temat. Jak się jednak okazuje, nieco więcej respondentek wskazało na odpowiedź „nie” (wykres 4.14).



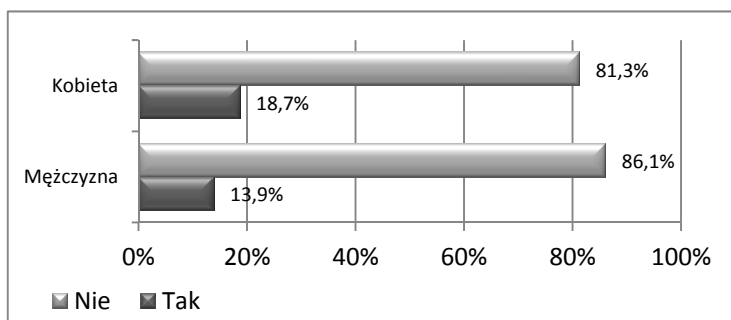
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.14. STAN WIEDZY PRACOWNIKÓW INSTYTUCJI RYNKU PRACY NA TEMAT POTRZEB I OCZEKIWAŃ BEZROBOTNYCH ABSOLWENTÓW UCZELNI WYŻSZYCH NA RYNKU PRACY A PŁEĆ RESPONDENTÓW

W tej grupie udział odpowiedzi negatywnych wyniósł 59,4%, zaś w grupie mężczyzn 52,8%. Na odpowiedź pozytywną wskazało również nieco więcej ko-

biet, bo co dziesiąta oceniła, że pracownicy instytucji rynku pracy znają potrzeby i oczekiwania bezrobotnych absolwentów szkół wyższych. Jednocześnie odpowiedź pozytywną uzyskano od 5,6% badanych mężczyzn. Dwie piąte panów (41,7%) odpowiedziało „nie wiem” na tak zadane pytanie. Jeśli chodzi o panie, co trzecia badana (31,3%) nie potrafiła zająć stanowiska w tej sprawie.

Kolejne pytania dotyczyły poradnictwa zawodowego. Młodzi ludzie byli proszeni o wskazanie, czy korzystali z porad doradcy zawodowego. Jedynie 17% badanych stwierdziło, że miało okazję uczestniczyć w takich poradach (wykres 4.15). Zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn większość osób nie korzystała z usług doradcy zawodowego. Przy czym na odpowiedź taką w grupie kobiet wskazała co piąta badana (18,7%), natomiast w przypadku mężczyzn była to co dziesiąta osoba (13,9%).



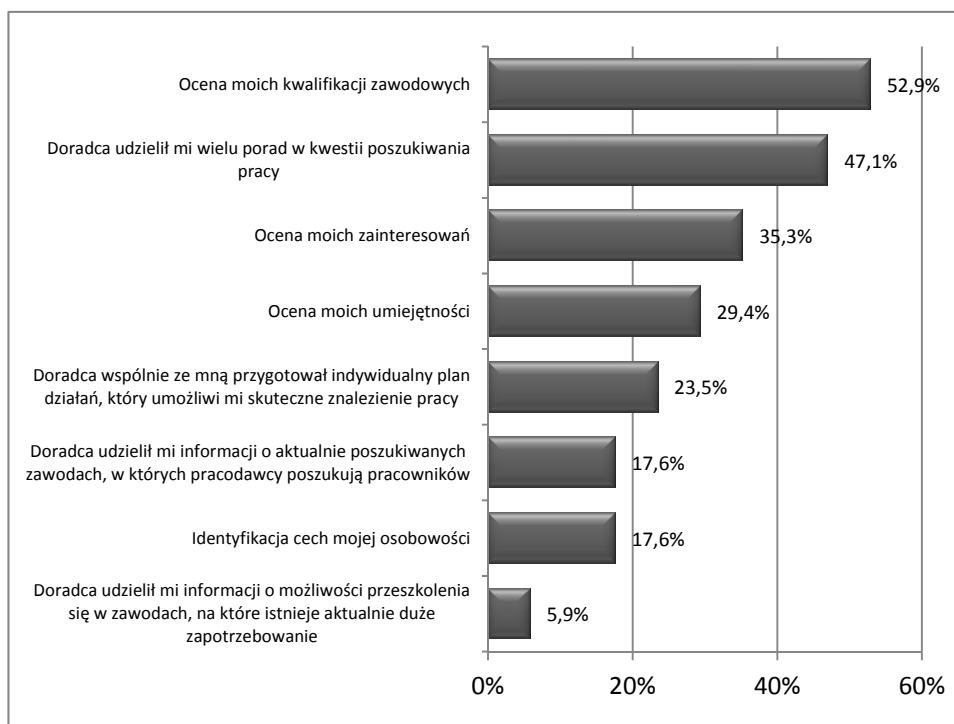
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.15. KORZYSTANIE Z PORAD DORADCY ZAWODOWEGO A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Poproszono badanych, którzy pozytywnie odpowiedzieli na pytanie o korzystanie z porad doradcy zawodowego, by wskazali, w jakiego rodzaju instytucji mogli skorzystać z tych usług. W przypadku dwunastu osób był to urząd pracy. Poza tym pięciu respondentów wskazało na inne podmioty: „ośrodek szkoleniowy”, „prywatna fundacja”, „szkoła średnia”, „fundacja społeczna”. Jeden z badanych, który udzielił pozytywnej odpowiedzi na pytanie o korzystanie z usług doradcy zawodowego, podał konkretną nazwę podmiotu, jakim jest stowarzyszenie Europartner AKIE.

Pytano również o to, kto skierował bezrobotnych do doradcy. Na 17 uzyskanych odpowiedzi, 9 badanych stwierdziło, że sami się do takiego konsultanta zgłosili, zaś skierowanych przez inne osoby czy instytucje zostało ośmiu respondentów. Osobami takimi byli, w przypadku sześciu z nich, pracownicy urzędu pracy. Jeden z badanych powiedział, że spotkania z doradcą miały miejsce w ramach projektu, przy czym nie wspominał, o jaki rodzaj projektu chodzi.

Konsultacje z doradcą zawodowym dotyczyły przede wszystkim oceny kwalifikacji zawodowych bezrobotnego (wykres 4.16). Na taką odpowiedź, spośród 16 osób mających kontakt z doradcą zawodowym, wskazało 52,9% badanych z tej grupy.



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 3 odpowiedzi.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

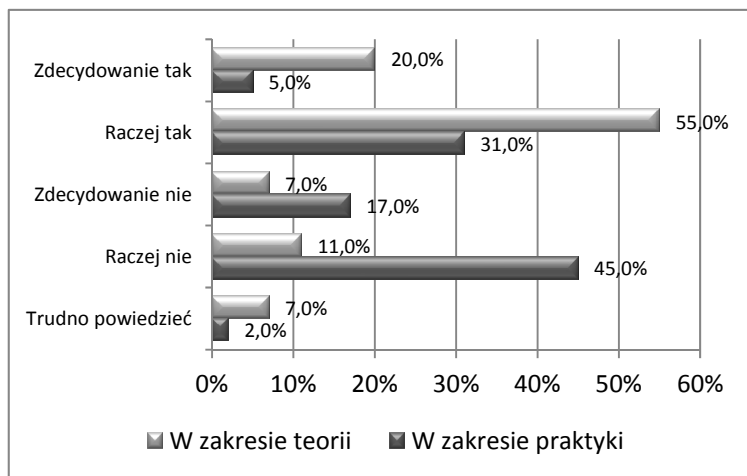
WYKRES 4.16. GŁÓWNE TEMATY KONSULTACJI Z DORADCĄ ZAWODOWYM

Każdy z nich mógł wybrać do 3 najważniejszych tematów takich spotkań. W przypadku niemal połowy (47,1%) było to wskazanie, że „doradca udzielił mi wielu porad w kwestii poszukiwania pracy”. Kolejne 35,3% badanych stwierdziło, że spotkanie dotyczyło ich zainteresowań, zaś co trzeci badany z tej grupy (29,4% osób, które miały kontakt z doradcą) wskazał na cel, jakim była ocena jego umiejętności. Co czwarty respondent (23,5%) stwierdził, że w trakcie spotkania „doradca wspólnie ze mną przygotował indywidualny plan działań, który umożliwi mi skuteczne znalezienie pracy”. Natomiast co piąty (po 17,6% badanych z tej grupy) uważa, że sesja doradcza dotyczyła identyfikacji cech jego osobowości, czy „doradca udzielił mi informacji o aktualnie poszukiwanych zawodach, w których pracodawcy poszukują pracowników”. Najmniej odpowiedzi

dotyczyło stwierdzenia, że głównym celem konsultacji z doradcą zawodowym było udzielenie informacji o możliwości przeszkolenia się w zawodach, na które istnieje aktualnie duże zapotrzebowanie. Odpowiedzi takiej udzieliło 5,9% badanych.

Następnie poproszono respondentów o wskazanie, czy udzielone im porady były dopasowane do ich potrzeb i oczekiwań. Jak się okazuje, na odpowiedź „zdecydowanie tak” wskazało 11,8% badanych, którzy mieli kontakt z doradcami zawodowymi. Ponadto dwie trzecie (64,7%) uznało, że „raczej” były one zgodne z ich oczekiwaniami. Zaś prawie co piąty badany (17,6%) wskazał odpowiedź „raczej nie”. Jeden respondent (5,9% badanych w tej grupie) nie był w stanie wskazać jak tę kwestię ocenia.

Inna część pytań została poświęcona kwestii powiązania wiedzy zdobywanej na uczelniach z praktyką zawodową. Badani zostali spytani o to, czy ich zdaniem studia przygotowują do pracy zawodowej w zakresie wiedzy (teorii) oraz czy przygotowują od strony umiejętności praktycznych. Respondenci mieli do wyboru następujące odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „zdecydowanie nie”, „raczej nie”, „trudno powiedzieć”. Jeśli chodzi o ocenę przygotowania teoretycznego, większość badanych wykazała pozytywne opinie, twierdząc, że na studiach mają możliwości pozyskania wiedzy przede wszystkim w sferze teoretycznej. Na odpowiedzi pozytywne wskazało trzy czwarte badanych (75%), w tym co piąty respondent udzielił odpowiedzi „zdecydowanie tak”, zaś na „raczej tak” wskazało 55% badanych (wykres 4.17).

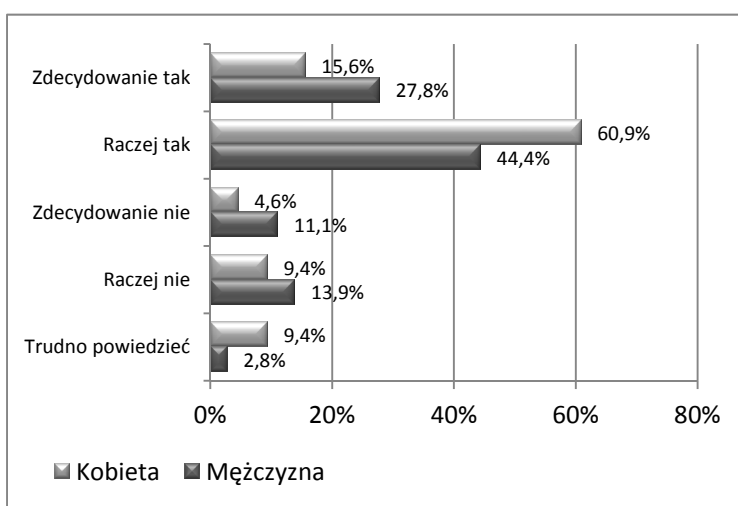


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.17. OCENA PRZYGOTOWANIA DO PRACY ZAWODOWEJ W ZAKRESIE WIEDZY TEORETYCZNEJ I W ZAKRESIE PRAKTYKI

Poza tym 7% badanych stwierdziło, że nawet studia nie są w stanie takiej wiedzy teoretycznej dostarczyć, a kolejne 7% nie potrafiło udzielić odpowiedzi.

W przypadku pytania o przygotowanie w ramach studiów z wiedzy praktycznej, jak zresztą można było się tego spodziewać, relacje między udzielonymi odpowiedziami są zasadniczo odwrotne. Odpowiedzi negatywne, wskazujące, że studia nie przygotowują studentów w zakresie umiejętności praktycznego wykonywania zawodu, uzyskano od 62% badanych. Wyniki i tak oceniać należy całkiem pozytywnie, szczególnie że kolejne 36% badanych uznało, iż na studiach jest możliwość uzyskania także wiedzy o charakterze praktycznym.

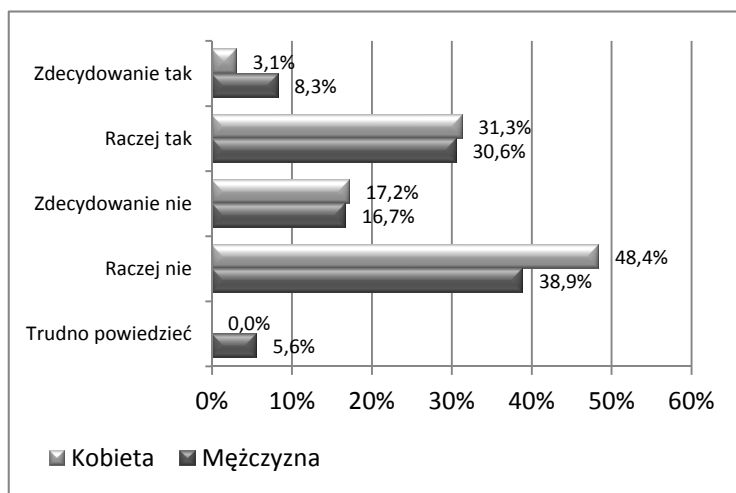


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.18. OCENA PRZYGOTOWANIA PRZEZ STUDIA DO PRACY ZAWODOWEJ W ZAKRESIE WIEDZY A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Analiza uzyskanych odpowiedzi według płci respondentów pozwala stwierdzić, że w zasadzie podobny był udział wskazań kobiet i mężczyzn odnośnie pozytywnych, jak i negatywnych stwierdzeń w przypadku pytania o dostarczanie w toku studiów wiedzy teoretycznej dla studentów (wykres 4.18). Przy czym odpowiedzi „zdecydowanie tak” udzieliło więcej, bo 27,8% mężczyzn, w porównaniu do 15,6% kobiet. Kobiety zaś bardziej ostrożnie wskazywały częściej odpowiedź „raczej tak” (60,9% respondentek i 44,4% respondentów). Mężczyźni byli również bardziej zdecydowani co do wskazań negatywnych. Odpowiedzi „zdecydowanie nie” zostały wskazane przez 11,1% mężczyzn i 4,6% kobiet, zaś odpowiedzi „raczej nie” udzieliło 13,9% mężczyzn i 9,4% kobiet. Za to wśród respondentek częściej padała odpowiedź „trudno powiedzieć”, na którą wskazało 9,4% pań, w porównaniu do 2,8% panów.

Na pytanie o to, czy zdaniem respondentów studia przygotowują do pracy zawodowej w zakresie umiejętności praktycznych, częściej odpowiedzi pozytywnej udzielali mężczyźni (wykres 4.19). Prawie 40% badanych w tej grupie wskazało na odpowiedzi pozytywne. Wśród nich uzyskano wskazania „zdecydowanie tak” od 8,3% mężczyzn i 3,1% kobiet oraz na „raczej tak” od 30,6% mężczyzn i 31,3% kobiet. Jednocześnie o prawie 10% więcej kobiet (65,6%) niż mężczyzn (55,6%) twierdziło, że „raczej nie” lub „zdecydowanie nie” ma możliwości zdobycia wiedzy praktycznej o zawodzie w trakcie nauki na uczelni wyższej. Trudność z udzieleniem odpowiedzi na to pytanie miało 5,6% panów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.19. OCENA PRZYGOTOWANIA DO PRACY ZAWODOWEJ W ZAKRESIE PRAKTYKI A PŁEĆ RESPONDENTÓW

W zasadzie na pytanie o przydatność wiedzy teoretycznej ze studiów do przyszłej pracy w zawodzie, większość absolwentów wskazała odpowiedzi „zdecydowanie tak” lub „raczej tak”. Warto jednak dokonać analizy negatywnych odpowiedzi, jakich udzieliło wielu studentów. Odpowiedzi takie uzyskano od 1 z 2 osób studiujących niegdyś na kierunku politologia, 4 z 16 po kierunku administracja (poza tym 2 osoby udzieliły odpowiedzi „trudno powiedzieć”), 1 z 2 osób po kulturoznawstwie, 2 po historii oraz 1 z 5 studiujących kiedyś pedagogikę, a także 1 z 2 po wychowaniu fizycznym. Co interesujące, odpowiedź „raczej nie” czy „zdecydowanie nie” otrzymano również od 1 z 4 osób, które studiowały ochronę środowiska oraz od absolwentów kierunków ogrodnictwo i rolnictwo. Na 12 badanych po kierunku zarządzanie 3 udzieliło odpowiedzi „raczej nie”, w tym 1 osoba, która studiowała zarządzanie i inżynierię produkcji, także

wskazała na tę odpowiedź. Odpowiedź taka została wyróżniona też przez 1 osobę po logistyce i 1 z 3 osób po informatyce.

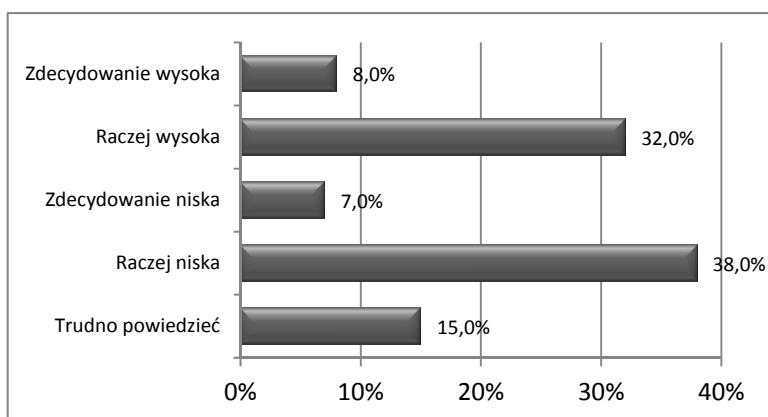
Negatywne opinie na temat przygotowania w trakcie studiów do pracy zawodowej w zakresie wiedzy teoretycznej wyrażone zostały również przez 1 osobę po kierunku finanse i rachunkowość, zaś 4 osoby na 21 po kierunkach ekonomicznych udzieliły odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Wśród nich były 2 osoby po finansach i rachunkowości i 1 po stosunkach międzynarodowych.

Warto przy tym zwrócić uwagę, że żadna negatywna odpowiedź nie padła ze strony absolwentów takich kierunków studiów, jak: biologia, fizjoterapia, kosmetologia, budownictwo, inżynieria środowiska, turystyka i rekreacja, europeistyka, filologia angielska, matematyka, mechanika, prawo, socjologia, technologia żywności czy zdrowie publiczne.

Analiza odpowiedzi respondentów na temat uzyskania wiedzy praktycznej w toku studiów według kierunków, które ukończyli, pozwala na stwierdzenie, że jedynie w przypadku czterech rodzajów kierunków studiów nie pojawiła się żadna odpowiedź negatywna. Były to: biologia, fizjoterapia, mechanika i budowa maszyn oraz technologia żywności. Co do absolwentów pozostałych kierunków studiów padały częściej odpowiedzi „raczej nie” niż „zdecydowanie nie”. Odpowiedzi tego drugiego rodzaju zostały udzielone przez 1 na 12 osób po zarządzaniu, 5 na 21 osób po kierunkach ekonomicznych (w tym: 1 po ekonomii, 3 po finansach i rachunkowości i 1 po stosunkach międzynarodowych). Poza tym odpowiedź „zdecydowanie nie” udzielona została przez 5 na 16 osób po administracji, 1 na 2 po historii, 1 na 2 po politologii, 1 po prawie. Znalazły się tu również odpowiedzi respondentów będących absolwentami kierunków: budownictwo – 1 na 2 osoby, które brały udział w badaniach, matematyka – 1 z 2 osób oraz turystyka i rekreacja – 1 na 3 osoby.

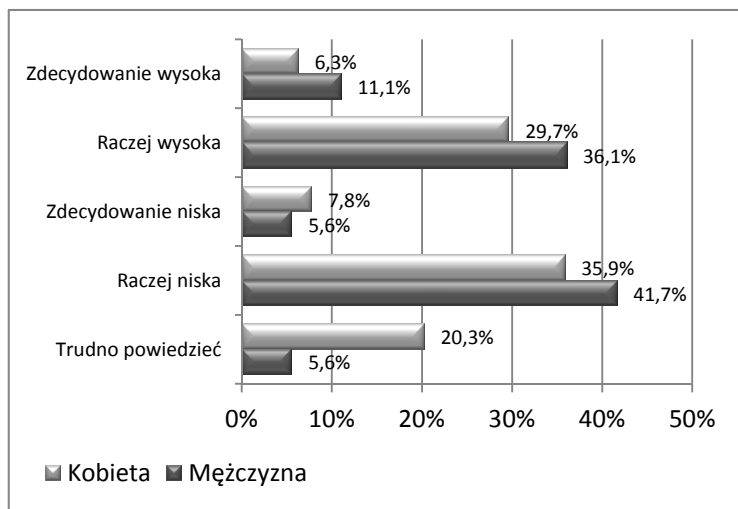
Następne pytanie dotyczyło tego, jak badani oceniają poziom przydatności wiedzy związanej z kierunkiem ukończonych studiów do podjęcia własnej działalności gospodarczej. Na wysoką przydatność wskazało dwie piąte badanych (wykres 4.20).

W tym odpowiedzi „zdecydowanie wysoka” udzieliło 8%, a „raczej wysoka” 32% badanych. Okazuje się jednak, że w opinii większości – 45% respondentów, poziom przydatności wiedzy zdobytej na studiach jest „zdecydowanie niski” dla 7% badanych i „raczej niski” dla 38% badanych. W odpowiedzi na powyższe pytanie 15% respondentów uznało, że nie jest w stanie dokonać żadnej oceny.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.20. PRZYSŁUGUJĄCA WIEDZA ZE STUDIÓW DO ZAŁOŻENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.21. PRZYSŁUGUJĄCA WIEDZA ZE STUDIÓW DO ZAŁOŻENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ A PŁEĆ RESPONDENTÓW

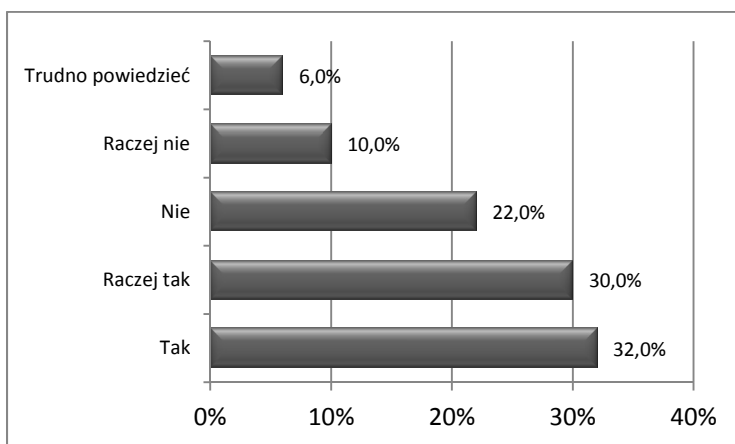
Jeśli wziąć pod uwagę płeć respondentów, okazuje się, że pozytywnie nastawieni do uzyskanej na uczelni wiedzy do założenia własnej firmy częściej byli panowie niż panie. Prawie połowa mężczyzn (47,2%) wskazała, że ten wpływ jest wysoki. Na odpowiedź „zdecydowanie wysoki” wskazało 11,1%, zaś na odpowiedź „raczej wysoki” 36,1% mężczyzn (wykres 4.21). Na odpowiedzi takie wskazało zaś odpowiednio 6,3% i 29,7% kobiet, czyli 36% badanych. Od udzie-

lenia odpowiedzi na pytanie uchyliła się co piąta kobieta (20,3%) i zaledwie 5,6% mężczyzn.

Przydatność wiedzy związanej z ukończonym kierunkiem studiów do podjęcia własnej działalności gospodarczej szczególnie pozytywnie ocenili absolwenci kierunków: biologia, kulturoznawstwo, mechanika, socjologia, technologia żywności, zdrowie publiczne. Kwestia ta pozytywnie oceniona została również przez osoby, które studiowały na kierunkach: fizjoterapia i wychowanie fizyczne, przy czym w pierwszym przypadku oprócz odpowiedzi „raczej wysoka” wskazanej przez 2 respondentów, pojawiła się 1 odpowiedź „trudno powiedzieć”, a wskazał ją respondent, który ukończył kierunek wychowanie fizyczne.

Żadna odpowiedź pozytywna nie pojawiła się w wypowiedziach absolwentów takich kierunków studiów, jak: europeistyka, politologia, prawo, historia, ogrodnictwo, rolnictwo, stosunki międzynarodowe, logistyka, matematyka oraz filologia angielska.

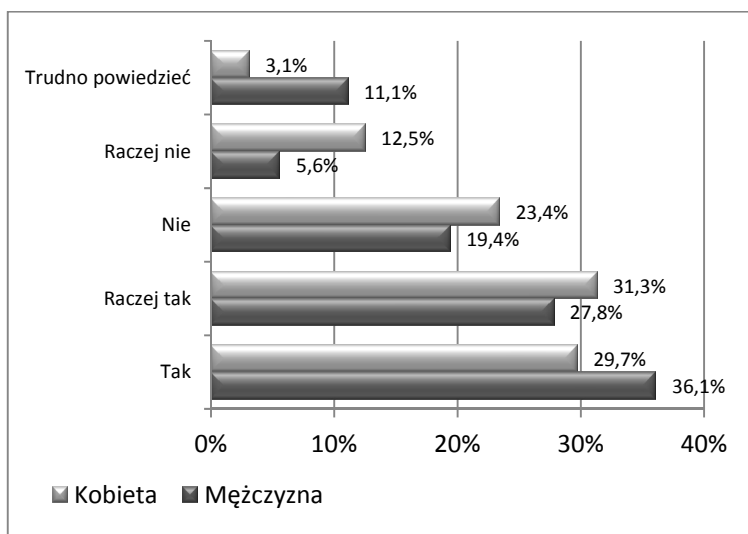
Kolejne pytanie brzmiało następująco: „Czy spotkał/a się Pan/i w toku swojej edukacji z wykładowcami promującymi przedsiębiorczość wśród studentów?”. Godnym uwagi jest fakt, że badani dość pozytywnie oceniają wiedzę wykładowców, z jakimi mieli do czynienia. Co czwarty badany uznał, że osoby takie „nie” lub „raczej nie” posiadały wiedzy na temat przedsiębiorczości. Poza tym 6% respondentów nie potrafiło udzielić odpowiedzi na to pytanie. Natomiast co trzeci badany (32%) stanowczo twierdził, że takie sytuacje miały miejsce, zaś kolejne 30% badanych twierdziło, że raczej tak było (wykres 4.22).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.22. KONTAKTY Z WYKŁADOWCAMI PROMUJĄCYMI PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ WŚRÓD STUDENTÓW

Zarówno panie, jak i panowie pozytywnie oceniali swoich byłych wykładowców (wykres 4.23). Przy czym na odpowiedź „tak” w grupie mężczyzn wskazywało 36,1% respondentów, a na odpowiedź „raczej tak” 27,8% badanych. Kobiety zaś na odwrót – częściej wybierały odpowiedź „raczej tak”. Co trzecia twierdziła, że z takimi osobami się nie spotkała. Odpowiedzi „nie” udzieliło 23,4% kobiet, a odpowiedzi „raczej nie” 12,5% respondentek.



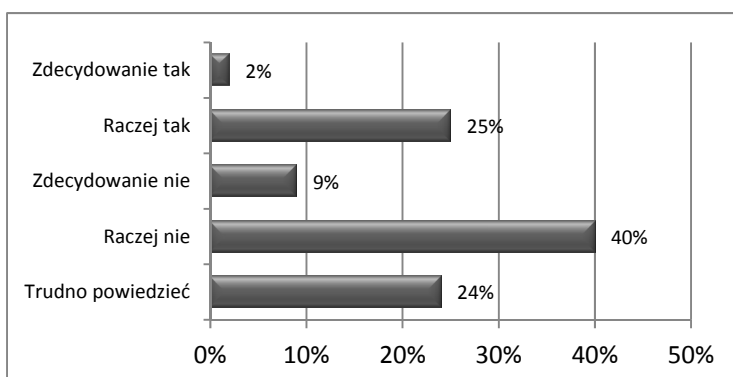
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.23. KONTAKTY Z WYKŁADOWCAMI PROMUJĄCYMI PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ WŚRÓD STUDENTÓW A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Na odpowiedź „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak” co do kontaktu w trakcie studiów z wykładowcami promującymi przedsiębiorczość wskazali absolwenci 8 kierunków. Wśród nich znalazły się: biologia, inżynieria środowiska, rolnictwo, turystyka i rekreacja, wychowanie fizyczne, logistyka, matematyka, europeistyka. Natomiast odpowiedzi jedynie negatywne („nie” i „raczej nie”) zostały udzielone przez absolwentów pięciu kierunków studiów: historia, prawo, socjologia, ogrodnictwo i technologia żywności.

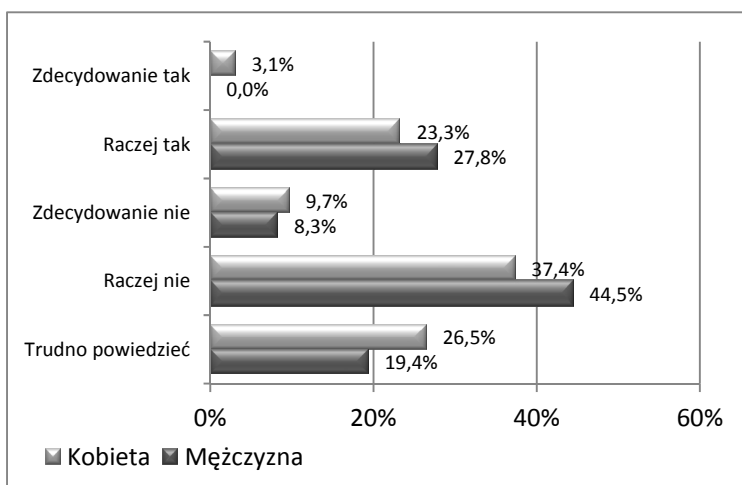
Inne pytanie dotyczyło jeszcze bardziej praktycznego aspektu studiowania, jakim jest podjęcie własnej działalności gospodarczej. Respondenci byli pytani o to, czy studia przygotowały ich do podjęcia samodzielnej działalności.

Prawie połowa badanych (49%) udzieliła odpowiedzi negatywnych (wykres 4.24). Co czwarty zaznaczył odpowiedź „trudno powiedzieć” (24%). Zaledwie 2% respondentów stwierdziło, że czują się na siłach by podjąć własną działalność gospodarczą, a 25% badanych, że „raczej tak” jest.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.24. WIEDZA I KOMPETENCJE NABYTE NA STUDIACH A CHĘĆ PODJĘCIA SAMODZIELNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ



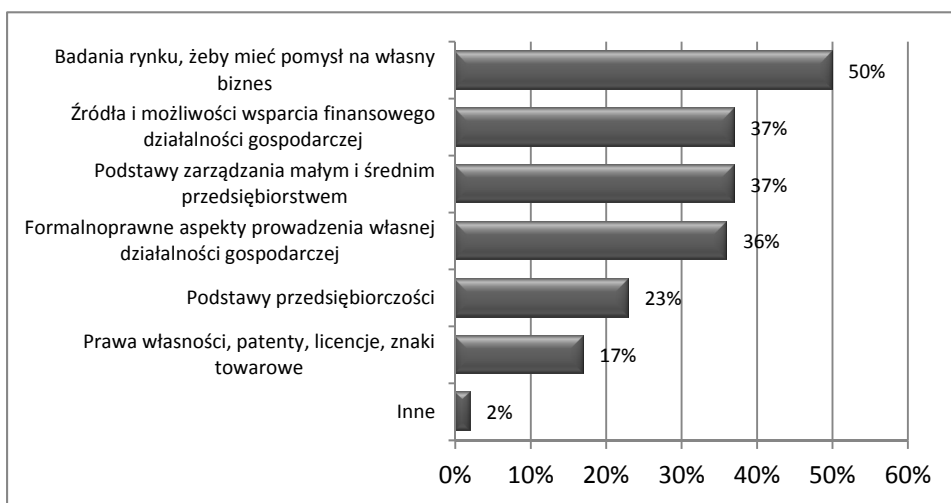
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.25. WIEDZA I KOMPETENCJE NABYTE NA STUDIACH A CHĘĆ PODJĘCIA SAMODZIELNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW

Odpowiedzi kobiet i mężczyzn w tym przypadku nie różniły się znacząco (wykres 4.25). Przy czym warto zwrócić uwagę, że 3,1% badanych kobiet odpowiedziało, iż zdecydowanie są przygotowane do podjęcia własnej działalności, podczas gdy żaden z mężczyzn nie udzielił takiej odpowiedzi. Poza tym mężczyźni nieco częściej niż kobiety wskazywali, że raczej lub zdecydowanie nie są na to gotowi, gdyż odpowiedzi takich łącznie udzieliło 52,8% badanych panów. Jeśli zaś chodzi o kobiety, odpowiedzi mniej lub bardziej negatywne zostały

udzielone przez 47,1% pań. Jednocześnie prawie co czwarta kobieta (26,5%) i co piąty mężczyzna (19,4%) udzielił odpowiedzi „trudno powiedzieć”.

Absolwenci dziewięciu kierunków studiów nie są zainteresowani w ogóle podejmowaniem własnej działalności gospodarczej. Udzielili oni odpowiedzi „zdecydowanie nie” lub „raczej nie”. Do tych kierunków studiów zaliczyć można: biologię, filologię angielską, historię, prawo, matematykę, logistykę, ogrodnictwo, rolnictwo czy technologię żywności. Odpowiedzi negatywne oraz „trudno powiedzieć” były wskazywane przez absolwentów kierunków: europeistyka, inżynieria środowiska, kosmetologia. Najwięcej odpowiedzi pozytywnych pojawiło się wśród osób, które studiowały na kierunkach ekonomicznych: 3 na 9 osób po ekonomii, 3 na 7 osób po rachunkowości i 1 na 5 osób po stosunkach międzynarodowych oraz 3 na 12 osób po zarządzaniu. Odpowiedź „zdecydowanie tak” pojawiła się jedynie dwukrotnie – uzyskano ją od jednego absolwenta kierunków ekonomia i ochrona środowiska.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.26. ELEMENTY, O JAKIE WARTO UZUPEŁNIĆ TOK KSZTAŁCENIA NA STUDIACH

Badani proszeni o wskazanie, o co uzupełniliby tok kształcenia, mogli wybrać spośród sześciu odpowiedzi. Najczęściej wskazywaną były „badania rynku, żeby mieć pomysł na własny biznes” (wykres 4.26). Było to ważne dla połowy respondentów. W zasadzie co trzeci badany wskazał także na takie kwestie, jak: „podstawy zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem” (37% badanych), „źródła i możliwości wsparcia finansowego działalności gospodarczej” (37%) czy „formalnoprawne aspekty prowadzenia własnej działalności gospodarczej” (36%). „Podstawy przedsiębiorczości” mogłyby wzbogacić tok kształcenia we-

dług co czwartego bezrobotnego (23%). Wiedza w zakresie prawa własności, patentów, licencji, znaków towarowych to tematy warte upowszechniania na studiach w opinii 17% badanych.

Kobiety zwracały przede wszystkim uwagę na badania rynkowe, które ułatwiłyby decyzje o tym, w jakiej dziedzinie można byłoby rozpocząć własną działalność gospodarczą. Odpowiedzi takiej udzieliło 53,1% badanych. Innym ważnym dla tej grupy respondentów elementem, o który warto byłoby uzupełnić tok kształcenia, jest informacja o źródłach i możliwościach wsparcia finansowego działalności gospodarczej (45,3%). Dwie piąte badanych wskazało na formalnoprawne aspekty prowadzenia własnej działalności gospodarczej (39,1%).

Jeśli chodzi zaś o mężczyzn, to respondenci większą uwagę zwrócili na podstawy zarządzania przedsiębiorstwem (47,2% osób w tej grupie). Dla nich również ważne są badania rynku (44,4%). Co trzeci (30,6%) respondent wskazał zaś na formalnoprawne aspekty prowadzenia własnej firmy. Najmniej wskazań dotyczyło praw własności, patentów, licencji czy znaków towarowych (odpowiedzi takiej udzieliło odpowiednio 15,6% kobiet i 19,4% mężczyzn). Podobny procent wskazań w przypadku panów dotyczył elementu toku kształcenia, jakim jest wprowadzenie podstaw przedsiębiorczości.

Na podstawie powyższych badań można wyciągnąć wniosek, że kobiety są bardziej nastawione na praktyczne aspekty tworzenia firm. Mężczyzn zaś raczej interesuje samo zarządzanie nimi, czyli w zasadzie kolejny etap dotyczący nie tyle tworzenia podmiotu gospodarczego, co jego działalności bieżącej.

4.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach niszowych

W badaniu poruszono też kwestię coraz większego zainteresowania w Polsce, jak i za granicą, wśród absolwentów różnych kierunków studiów, w zakresie dalszego kształcenia się, ale w szkołach prowadzonych przez cechy i izby rzemieślnicze, co pozwala zdobyć konkretny zawód, np. szewca robiącego buty na miarę, protetyka słuchu, a zarazem doświadczenie praktyczne. Spytano badanych absolwentów, co sądzą o kształceniu w rzemiośle.

Dokładnie 50 respondentów stwierdziło, że takie zmiany na rynku pracy mają charakter korzystny. Pojawiały się tu takie stwierdzenia, jak: „dobry pomysł”, „dobre rozwiązanie”, „jest to potrzebne”. Kilku badanych powiedziało nawet, że chętnie spróbowaliby pracy w tych zawodach.

Na zmiany w oczekiwaniach ze strony popytowej zwróciło uwagę trzech respondentów. Uznali oni, że zawody te to dobry pomysł na poszukiwanie pracy z kilku względów, przede wszystkim – jak stwierdził jeden z badanych – jest to „dobry pomysł, coraz częściej słyszy się o osobach, które poszukują różnych

indywidualnych rzeczy”. Kolejny badany zwrócił uwagę, że „ludzie są nastawieni na dobre, zdrowe produkty, na poprawę swojego życia, na nowe rodzaje usług, więc może to być dobry pomysł”. Dla trzeciego respondenta zaś istotna była nie tylko kwestia wymienionej już dbałości o zdrowie czy indywidualne oczekiwania klientów. Zwrócił on bowiem uwagę na jeszcze inny aspekt, jakim jest „wzrost zamożności [który] powoduje, że coraz częściej spotyka się z zainteresowaniem produktami specjalnymi na własne życzenie”.

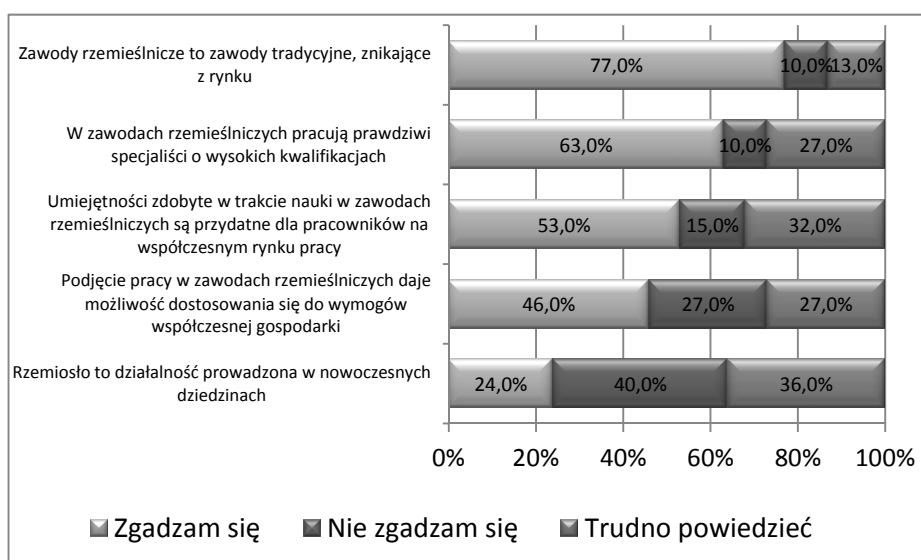
Ciekawe jest, że jako istotną kwestię 15 respondentów wskazało większą możliwość znalezienia pracy, jeśli posiada się praktykę w zawodach rzemieślniczych. Jak zauważają badani „łatwiej o pracę w tych zawodach, bo są praktyczne”, ponadto dają one „możliwość zdobycia konkretnego zawodu”, a co za tym idzie „na pewno stanowią jakąś alternatywę w czasach, kiedy większość absolwentów studiów wyższych pozostaje bez zatrudnienia”. Jak zauważa jeden z badanych „są to zawody przyszłościowe, gdyż jest coraz mniej takich osób, a wzrasta zapotrzebowanie”. Jako podsumowanie można użyć wypowiedzi jednego z respondentów, że: „jest to wartościowa tendencja, poprzez nabycie konkretnego fachu łatwiej jest zdobyć wiedzę praktyczną, a następnie połączyć z wiedzą teoretyczną, co zwiększa szanse na sukces”.

Inną podnoszoną kwestią są koszty prowadzenia działalności rzemieślniczej, na które wskazały 2 osoby. Poza tym 9 innych osób za istotne uważa koszty zdobycia kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych. Jeden z badanych powiedział, że „kursy takie zapewne są płatne, nie każdy absolwent w wieku 24-25 lat może sobie pozwolić na takie szkolenia. Priorytetem jest znalezienie pracy. Samo kształcenie w rzemiośle jest pomysłem na przyszłość [...]”. Dodatkowo 3 badanych zwróciło uwagę na „brak bezpłatnych kursów zawodowych”. Jeden z respondentów zaś powiedział, że problemem może być „długotrwały okres kształcenia”.

Brak zainteresowania tymi zawodami wyraziło 10 badanych. Wskazali oni na ich zdaniem istotne cechy rzemiosła. Przede wszystkim chodzi o „małą dochodowość” (5 odpowiedzi), ciężką pracę fizyczną (3 odpowiedzi). Jeden z badanych powiedział: „Jest to praca fizyczna, nie po to się kończy studia, żeby pracować fizycznie”. Poza tym dwóch respondentów podkreśliło fakt, iż są to zawody o niskim prestiżu, używając przy tej okazji stwierdzenia, że „jest to wstydlivy zawód”. Trzech innych badanych stwierdziło, że praca w rzemiośle: „Jest odpowiednia dla osób, które nie planują iść na studia, np. po zawodowce, technikum”. Inny zaś stwierdził, że „absolwent szkoły wyższej powinien znaleźć pracę zgodną z kierunkiem studiów. Trzeba promować rzemiosło głównie dla uczniów szkół zawodowych i średnich”. Kolejny respondent powiedział zaś: „Superpomysł, tylko u nas na Podlasiu jest raczej mało absolwentów, którzy z pewnością będą tym zainteresowani”.

Trzynastu respondentów udzieliło odpowiedzi, że w ogóle nie są zainteresowani pracą w rzemiośle (5 badanych) czy też nie mają zdania na ten temat. Czterech innych podało odpowiedź „trudno powiedzieć”.

W pytaniu ostatnim w tej części kwestionariusza poproszono badanych o odniesienie się do pięciu stwierdzeń na temat zawodów rzemieślniczych. Respondenci mogli wskazać na odpowiedź „zgadzam się”, „nie zgadzam się” lub „trudno powiedzieć”. Większość badanych udzieliła odpowiedzi pozytywnej na stwierdzenie, że „zawody rzemieślnicze to zawody tradycyjne, znikające z rynku” (wykres 4.27).



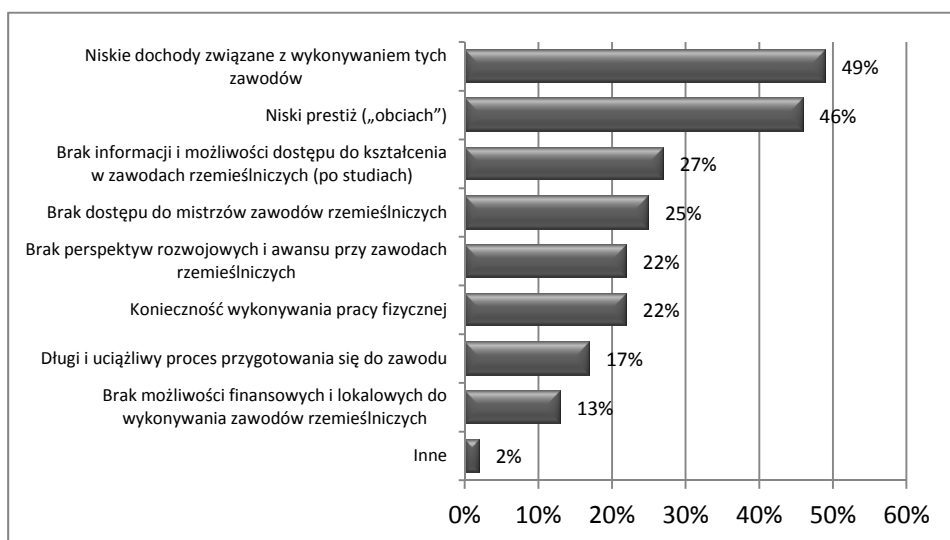
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.27. OPINIE RESPONDENTÓW NA TEMAT ZAWODÓW RZEMIEŚLNICZYCH

Odpowiedzi takiej udzieliło 77% badanych. Dwie trzecie respondentów (63%) zaznaczyło, że zgadza się ze stwierdzeniem, iż „w zawodach rzemieślniczych pracują prawdziwi specjaliści o wysokich kwalifikacjach”. Można więc stwierdzić, że badani pozytywnie oceniają rzemiosło, podkreśla to również fakt, iż większość osób (53%) uznała, że „umiejętności zdobyte w trakcie nauki w zawodach rzemieślniczych są przydatne dla pracowników na współczesnym rynku pracy”. Mniej, bo 46% badanych uważa jednak, że „podjęcie pracy w zawodach rzemieślniczych daje możliwość dostosowania się do wymogów współczesnej gospodarki”, co może oznaczać, iż warto posiadać wiedzę z zakresu zawodów rzemieślniczych, jednak nie zawsze gwarantuje to szybkie i łatwe dostosowanie się do oczekiwań gospodarki. Najmniej pozytywnych opinii zostało wyrażonych

w przypadku stwierdzenia, że „rzemiosło to działalność prowadzona w nowoczesnych dziedzinach”. Takie podejście potwierdza fakt, iż samo rzemiosło najczęściej nie jest kojarzone z czymś innowacyjnym i nowoczesnym. Oznacza to więc taki a nie inny jego wizerunek.

W następnym pytaniu próbowano zidentyfikować, jakie czynniki mogą zniechęcać osoby młode do podejmowania pracy w zawodach rzemieślniczych (wykres 4.28).



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.28. CZYNNIKI ZNIECHĘCAJĄCE DO PODEJMOWANIA PRACY W ZAWODACH RZEMIEŚLNICZYCH

Spośród 8 wyróżnionych odpowiedzi do wyboru prawie połowa badanych wskazała na „niskie dochody związane z wykonywaniem tych zawodów” (49% wszystkich respondentów). Poza tym uważają oni, że zawody te niosą ze sobą „niski prestiż (obciach)”. Takich odpowiedzi udzieliło 46% badanych. Niemal co czwarty badany uznaje, że po prostu „brak informacji i możliwości dostępu do kształcenia w zawodach rzemieślniczych (po studiach)” (27%), a także „brak dostępu do mistrzów zawodów rzemieślniczych” (25%).

Natomiast po 22% respondentów uważa, że zawody takie nie dają perspektyw rozwojowych i awansu, czy też wiążą się z koniecznością wykonywania pracy fizycznej. Nie dość tego – 17% badanych kojarzy zawody rzemieślnicze z „długim i uciążliwym procesem przygotowania się do zawodu”. Natomiast

tylko 13% stwierdziło, że na chwilę obecną brak im możliwości finansowych i lokalowych do wykonywania zawodów rzemieślniczych.

Z odpowiedzi tych ponownie jasno wynika, że zawody rzemieślnicze są najczęściej kojarzone z zawodami nisko opłacanymi, jak i o niskim prestiżu. Takie informacje bezwzględnie prowadzą do wniosku o konieczności podejmowania działań promocyjnych w odniesieniu do zawodów niszowych.

Analiza odpowiedzi na powyższe pytanie z punktu widzenia płci respondentów pozwala wyciągnąć wniosek, że wśród kobiet połowa badanych twierdzi, iż zawody rzemieślnicze cechują niskie dochody oraz niski prestiż. Na odpowiedzi takie wskazało odpowiednio 51,6% i 50% badanych kobiet. Jednocześnie na te same odpowiedzi wskazało 44,4% i 38,9% badanych mężczyzn. Również w przypadku większości pozostałych odpowiedzi w grupie kobiet częściej padały wskazania na dane cechy zawodów rzemieślniczych, niż miało to miejsce w grupie mężczyzn. Jedynie mniejszy procent kobiet niż mężczyzn wskazał na brak możliwości finansowych i lokalowych do wykonywania zawodów rzemieślniczych oraz na konieczność wykonywania pracy fizycznej. Zasadniczo jednak udziały procentowe w przypadku powyższych odpowiedzi były bardzo podobne zarówno w grupie kobiet, jak i mężczyzn. Generalnie stwierdzić można, że kobiety częściej udzielały odpowiedzi odnośnie czynników zniechęcających je do podejmowania pracy w zawodach rzemieślniczych. Ponadto trudno o wskazanie jakichkolwiek istotnych różnic w odpowiedziach kobiet i mężczyzn.

Warto zwrócić również uwagę na odpowiedzi respondentów ze względu na ich wiek. Jak się okazuje, niski prestiż zawodów rzemieślniczych był szczególnie często wskazywany przez osoby w wieku 23 i 25 lat, udział takich odpowiedzi w powyższych grupach wiekowych stanowił odpowiednio 54,5% i 53,8%. Zaś tak często wskazywana opinia o zawodach niszowych dotycząca niskich dochodów, co charakterystyczne, częściej była wskazywana przez osoby starsze. Na odpowiedź taką wskazało 54,5% 25-latków, 59,1% 26-latków oraz 60% 27-latków.

Najmłodsi badani w wieku 22 lat zwracali przede wszystkim uwagę na niskie dochody i niski prestiż tych zawodów. Co czwarty badany z tej grupy wiekowej twierdził, że proces przygotowania do tego zawodu jest długi i uciążliwy (23,1%). W grupie 23-latków pojawiły się również dwa pierwsze czynniki, a obok nich konieczność wykonywania pracy fizycznej (38,5%) i brak perspektyw rozwojowych w pracy w tych zawodach (23,1%). Osoby w wieku 24 lat zwróciły uwagę na znaczenie każdego z 8 wyróżnionych na liście w kwestionariuszu badawczym czynników, w tym najmniej osób wskazało na brak możliwości finansowych i lokalowych w zakresie założenia własnej firmy. Dla 25-latków charakterystyczne jest, że widzą problem również w braku informacji i możliwości dostępu do kształcenia w zawodach rzemieślniczych oraz w braku dostępu do mistrzów zawodów rzemieślniczych. Tak wskazało po 31,8% badanych z tej

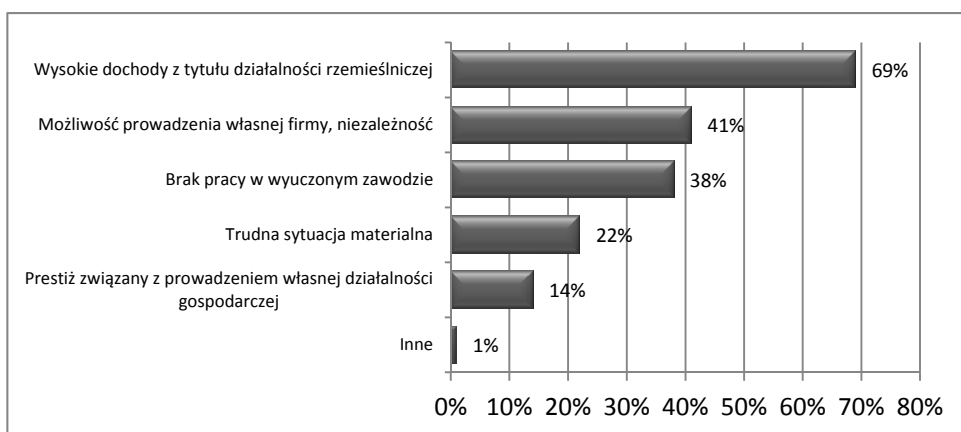
grupy. Respondenci w wieku 26 lat zwracają uwagę na brak dostępu do mistrzów zawodów rzemieślniczych oraz brak perspektyw rozwojowych i awansu przy zawodach rzemieślniczych (po 27,3% odpowiedzi osób w tym wieku). Natomiast dla najstarszej z grup respondentów najważniejszy jest, obok dochodów i prestiżu, brak informacji o dostępie do kształcenia w tych zawodach.

Na podstawie powyższych odpowiedzi stwierdzić można, że w grupie badanych osób bez względu na wiek szczególne znaczenie ma poziom dochodu i prestiż związany z wykonywanym zawodem. Wraz z wiekiem bardziej dokuczliwy jest brak informacji o możliwości kształcenia w takich zawodach oraz brak dostępu do mistrzów zawodów rzemieślniczych. Warto ponadto zwrócić uwagę, że prestiż związany z wykonywaniem zawodów rzemieślniczych jest ważniejszy wraz ze wzrostem wieku respondentów. W przypadku wielkości dochodu można stwierdzić, że trudno o takie powiązanie. Poza tym wraz ze wzrostem liczby lat mniejsze znaczenie dla respondentów ma długi i być może nawet dość uciążliwy proces przygotowania się do zawodu.

Celem pogłębienia wcześniej prowadzonych rozważań należy przedstawić wyniki badań uzyskane w odpowiedziach badanych bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych na kolejne pytanie. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, jakie czynniki mogłyby skłonić ich do podjęcia nauki i pracy w zawodach rzemieślniczych. W kwestionariuszu badawczym zostało wymienionych pięć takich czynników.

Jak się okazuje, dla większości badanych – 69% respondentów – szczególnie ważną jest kwestia wysokich dochodów z tytułu działalności rzemieślniczej (wykres 4.29). Inne czynniki nie zostały już tak wysoko ocenione. W zasadzie dwie piąte badanych uważa, że przekonać ich do zawodów rzemieślniczych, poza wymiarem finansowym, mogłyby możliwość prowadzenia własnej firmy i związana z tym niezależność (41%) czy brak pracy w wyuczonym zawodzie (38%). Dla jednej piątej (22%) badanych powodem takim miałyby być „trudna sytuacja materialna”. Potwierdzenie słabego wizerunku rzemiosła odnajduje miejsce również w odpowiedziach na to pytanie, gdyż okazuje się, że zaledwie dla 14% badanych czynnikiem, który mógłby ich skłonić do podejmowania się takich zawodów, jest prestiż związany z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.

Odpowiedzi takie odnajdują swoje potwierdzenie np. w teorii potrzeb A. Masłowa, która wskazuje, że dopóki nie są zaspokojone potrzeby niższego rzędu, trudno o zainteresowanie ze strony ludzi innymi rodzajami potrzeb. Osiąganie dochodu, stabilność zatrudnienia to podstawa do właściwego funkcjonowania podstawowej jednostki gospodarczej, jaką jest gospodarstwo domowe. Nic więc dziwnego, że brak zaspokojenia tych potrzeb respondentów jako obecnie osób bezrobotnych nie pozwala im na zwracanie uwagi na inne czynniki, które wiążą się z potrzebami wyższego rzędu, a do których niewątpliwie można zaliczyć prestiż.



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.29. CZYNNIKI, KTÓRE MOGŁYBY SKŁONIĆ MŁODYCH LUDZI DO PODJĘCIA NAUKI I PRACY W ZAWODACH RZEMIEŚNICZYCH

Jak się okazuje, zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn wysokie dochody mogłyby być czynnikiem zachęcającym do podjęcia nauki i pracy w zawodach rzemieślniczych. Na drugim miejscu w przypadku kobiet pojawiła się możliwość prowadzenia własnej firmy i związana z tym niezależność. Odpowiedzi takiej udzieliło 48,4% badanych pań. Zaś na trzecim miejscu (40,6%) duży udział odpowiedzi kobiet dotyczył braku pracy w wyuczonym zawodzie. Natomiast u mężczyzn kolejność odpowiedzi wskazujących te dwa czynniki była odwrotna.

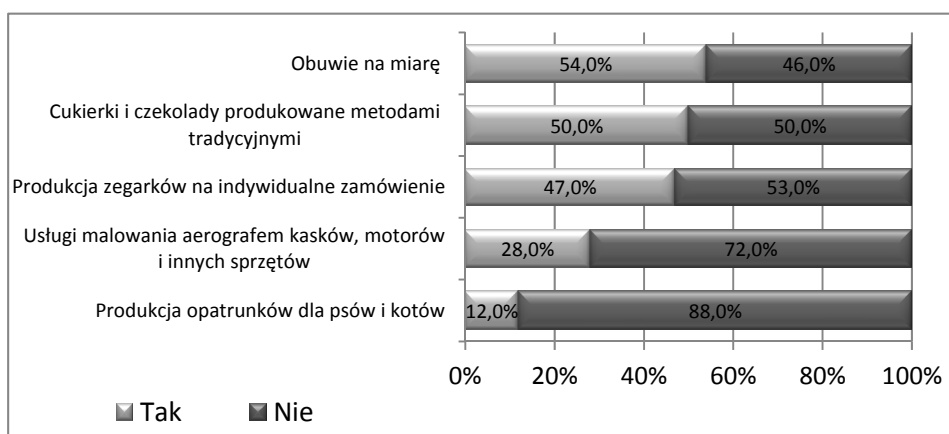
Na brak pracy w wyuczonym zawodzie wskazało 33,3% badanych, natomiast na możliwość założenia własnej firmy 27,8% mężczyzn. Co charakterystyczne, w grupie mężczyzn częściej pojawiała się wskazanie na znaczenie w podejmowaniu pracy w zawodach rzemieślniczych trudnej sytuacji materialnej. Co czwarty respondent twierdził, że byłby to dla niego czynnik przekonujący do pracy w zawodach niszowych. Na odpowiedź tę wskazała zaś co piąta kobieta.

W dalszej części badania zwrócono uwagę na kwestię nauki i pracy w zawodach niszowych.

Respondentom przedstawiono definicję zawodu niszowego, jaka została przyjęta na potrzeby niniejszego badania⁵. Następnie zaś zostali oni poproszeni o udzielenie odpowiedzi na kilka pytań.

⁵ Zawody niszowe są to zawody, w przypadku których wykonawca ma unikalną, nieprzemysłową wiedzę, która pozwala zaspokajać indywidualne, często wyszukane potrzeby klientów, np. buty robione na miarę.

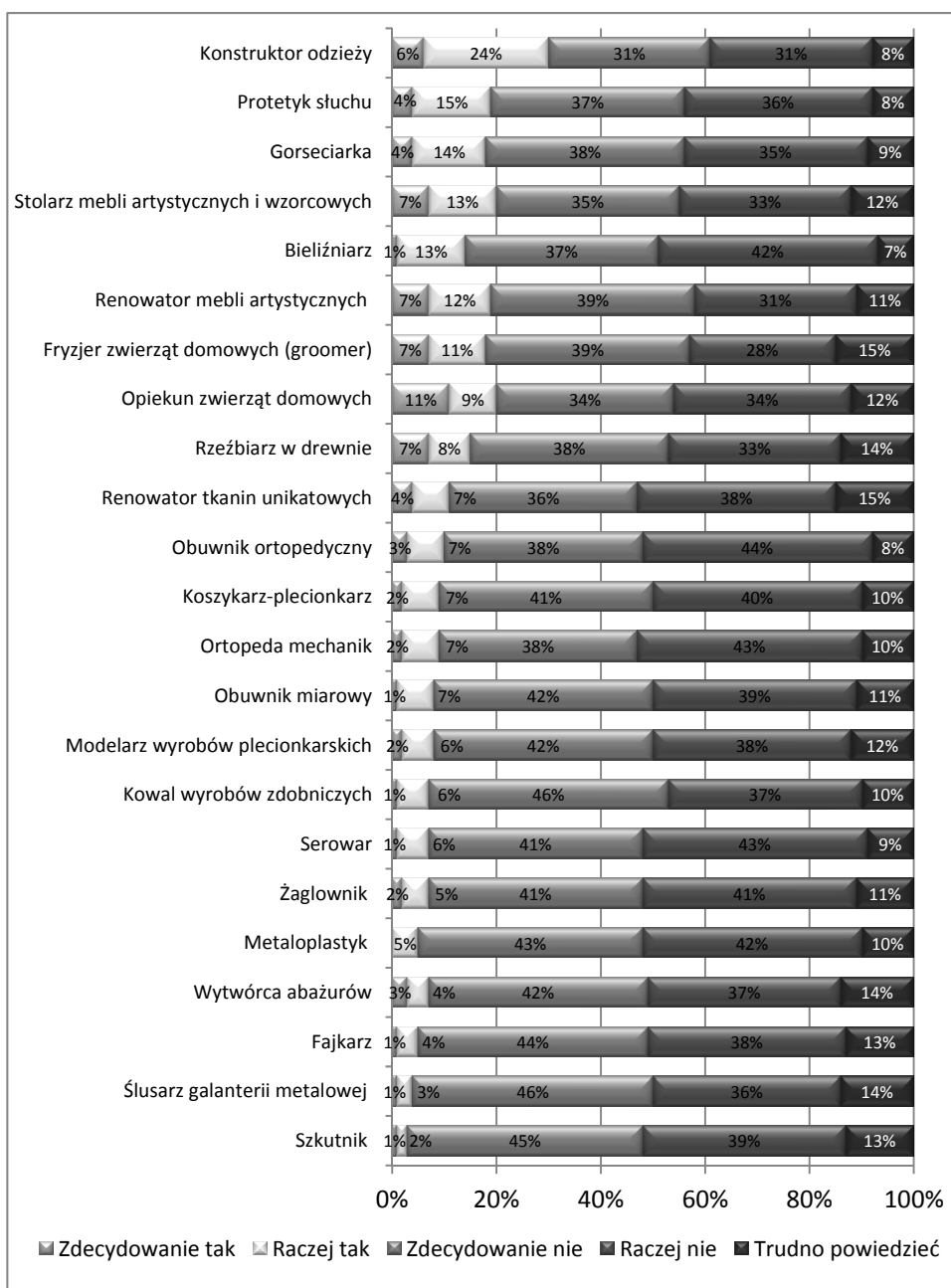
Celem wprowadzenia badanych w tematykę zawodów niszowych sformułowano pierwsze pytanie w tej części badawczej, które dotyczyło przykładowych produktów i usług niszowych zorientowanych na indywidualnego odbiorcę i/lub skierowanych do określonej grupy odbiorców, związanych z działalnością rzemieślniczą. W kwestionariuszu badawczym zawartych zostało 5 przykładów produktów i usług, które można uznać za niszowe. Poproszono respondentów o wskazanie, czy kiedykolwiek słyszeli o tego typu ofercie (wykres 4.30).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.30. STAN WIEDZY O PRZYKŁADACH USŁUG I WYROBÓW NISZOWYCH

Najwięcej osób stwierdziło, że słyszało o obuwiu na miarę. Odpowiedź pozytywna na taki rodzaj usługi rzemieślniczej została wskazana przez 54% badanych. Połowa respondentów słyszała o cukierkach i czekoladach produkowanych metodami tradycyjnymi. A nieco mniej, bo 47% wskazało na produkcję zegarków na indywidualne zamówienie. Zdecydowanie mniej badanych słyszało o usługach malowania aerografem kasków, motorów i innych sprzętów. Odpowiedź „tak” została wskazana przez 28% respondentów, a tylko 12% udzieliło odpowiedzi „tak” na produkcję opatrunków dla psów i kotów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.31. POTENCJALNE ZAINTERESOWANIE NAUKĄ I WYKONYWANIEM PRZYKŁADOWYCH ZAWODÓW NISZOWYCH DOTYCZĄCYCH PODLASKIEGO RYNKU PRACY W KONTEKŚCIE ROZWOJU RZEMIOSŁA

W następnym pytaniu podjęto próbę uzyskania odpowiedzi badanych na temat ich opinii co do zainteresowania nauką i ewentualnym wykonywaniem wybranych zawodów, które można uznać za niszowe na podlaskim rynku pracy (wykres 4.31). Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, które z 23 zawodów przedstawionych na liście mają szanse rozwoju, w szczególności w kontekście rzemiosła. Badani mieli do wyboru następujące odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „zdecydowanie nie”, „raczej nie”, „trudno powiedzieć”.

Najwięcej wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak” dotyczyło zawodu konstruktora odzieży (30%). Wskazał na niego co trzeci badany. Dla co piątego respondenta wśród takich zawodów znalazły się następujące: opiekun zwierząt domowych, stolarz mebli artystycznych i wzorcowych (po 20% badanych), protetyk słuchu, renowator mebli artystycznych (po 19% próby badawczej), fryzjer zwierząt domowych, gorseciarka (po 18%). Najmniej odpowiedzi dotyczyło zawodów: szkutnik (3% badanych), ślusarz galanterii metalowej (4% odpowiadających), metaloplastyk i fajkarz (po 5% badanych).

Większość badanych spytana o to, czy zna jakiegokolwiek zawody niszowe, którymi byłaby zainteresowana, stwierdziła, że nie zna takich zawodów lub nie wyraża zainteresowania tymi zawodami.

Odpowiedzi „nie” i „raczej nie” pojawiły się 71 razy. Kolejnych 18% badanych udzieliło odpowiedzi „nie wiem”, „nie znam”, w tym jeden powiedział „nie wiem, ale chętnie poznam”. Zaledwie cztery osoby na 100 udzieliły odpowiedzi, jakie mogłyby to być nie tyle zawody co dziedziny. Można tu przedstawić następujące odpowiedzi: „może coś z działalnością informatyczną”, „organizator imprez okolicznościowych, np. ślubów”, „praca biurowa”, „referent księgowy”. Poza tym jeden z respondentów stwierdził, że byłby zainteresowany takimi zawodami tylko wtedy, gdyby były „związane z moim kierunkiem”. Jeden badany udzielił odpowiedzi „tak”, przy czym nie wskazał na żaden zawód. Natomiast pięć osób w ogóle nie udzieliło odpowiedzi na pytanie o inne zawody niszowe, których nauką i wykonywaniem byłyby zainteresowane.

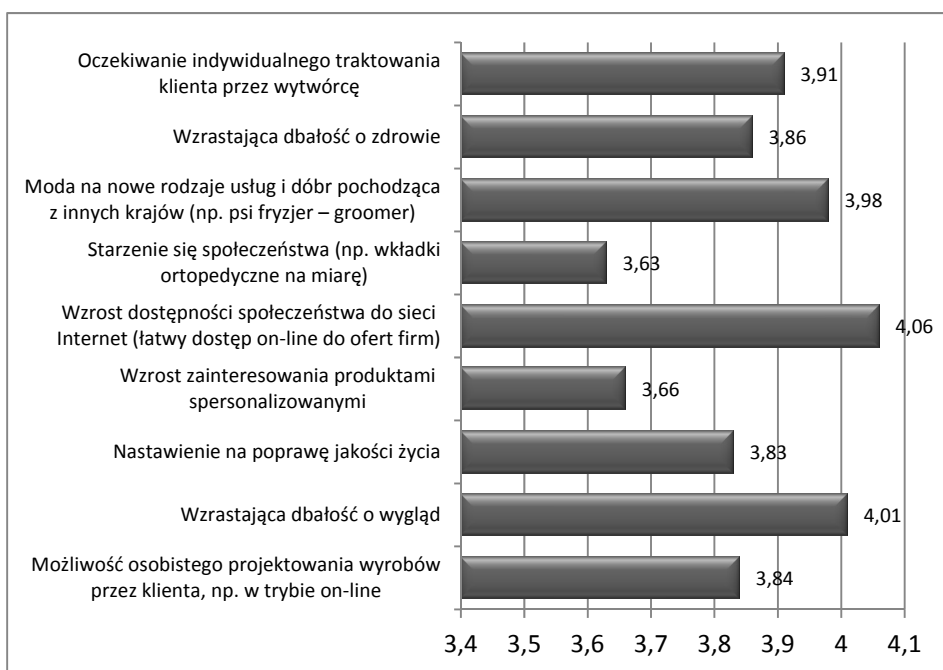
Respondenci zostali zapytani również o przykłady działalności gospodarczej, która jest bardzo słabo rozwinięta w województwie podlaskim, czy też w przypadku której nie ma jeszcze w ogóle podmiotów działających na rynku, a które są czy też mogą być związane z przygotowaniem zawodowym badanych absolwentów uczelni wyższych. Uzyskane odpowiedzi pozwalają twierdzić, że w większości przypadków – w opinii badanych – brak tego rodzaju dziedzin. Odpowiedzi typu „brak”, „nie ma takich związanych z moim zawodem”, „nie znam”, „nie wiem” zostały udzielone przez 73% badanych. Poza tym 11% w ogóle nie udzieliło jakiegokolwiek odpowiedzi na tak postawione pytanie. Udało się jednak uzyskać kilka ciekawych odpowiedzi. Wśród nich znalazły się następujące, związane z turystyką: „informacja turystyczna”, „przewodnik turystyczny”, jeden z badanych wskazał na pokrewną dziedzinę, jaką jest „transport logistyczny”. Wymie-

niono jeden zawód związany z sektorem odzieżowym – konstruktor odzieży. W dziedzinie dotyczącej pielęgnacji pojawiło się wskazanie na zawód kosmetyczki czy wizażystki. Poza tym wskazano na zawody dotyczące zwierząt, w tym opiekę nad zwierzętami czy „strzyżenie psów”. Wspomniano także o takich zawodach, jak: szewc, kowal czy zegarmistrz. Ponadto wskazano na: „badanie nowych trendów chronionych”, „doradztwo międzynarodowe”, „ogrodnictwo przestrzenne”, „organizację imprez okolicznościowych”, „prywatną galerię artystyczną”.

Pytanie kolejne dotyczyło czynników, które mogą wpływać na popyt na usługi i dobra, w wytwarzaniu których mamy do czynienia z zawodami niszowym. Uznając, że obecnie obserwuje się rosnące zapotrzebowanie na pracę w zawodach niszowych, zorientowanych na indywidualnego odbiorcę i/lub skierowanych do określonej grupy odbiorców, poproszono respondentów o ocenę wpływu 11 wymienionych czynników. Ocena taka miała być przeprowadzona w skali od 0 do 5, gdzie 0 – brak wpływu, 1 – bardzo mały wpływ, do 5 – bardzo duży wpływ (wykres 4.32).

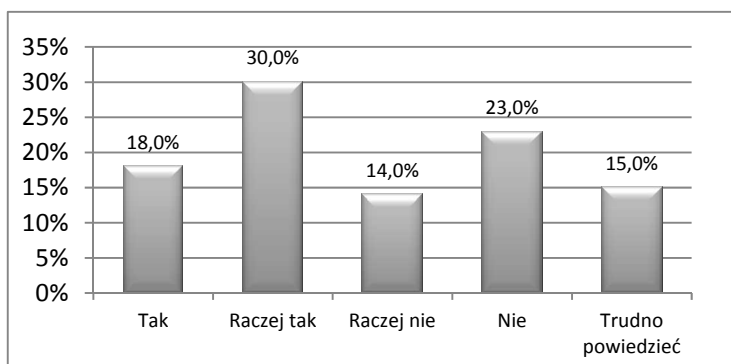
Jak się okazuje, najwyższą średnią ocenę uzyskał czynnik, jakim jest „wzrost dostępności społeczeństwa do sieci Internet (łatwy dostęp on-line do oferty firm)”. W tym przypadku średnia ocena wyniosła 4,06, co w skali od 1 do 5 oznacza duży wpływ na rozwój zawodów niszowych w opinii badanych. Nieco niższą średnią uzyskał czynnik, jakim jest wzrastająca dbałość o wygląd (średnia 4,01), na trzecim miejscu znalazła się moda na nowe rodzaje usług i dóbr pochodząca z innych krajów (np. psi fryzjer – groomer) – ze średnią 3,98. Natomiast na czwartym miejscu według średniej oceny respondentów znalazło się oczekiwanie indywidualnego traktowania klienta przez wytwórcę (średnia 3,91). Jako następne w kolejności wymienić można: wzrastającą dbałość o zdrowie (średnia ocena 3,86), możliwość osobistego projektowania wyrobów przez klienta, np. w trybie on-line (3,84) czy nastawienie na poprawę jakości życia (3,83). Wzrost zainteresowania produktami spersonalizowanymi (np. imię i nazwisko nabywcy umieszczone na produkcie) (średnia ocena 3,66) i starzenie się społeczeństwa (3,63) to dwa czynniki, które przez badanych absolwentów uczelni wyższych zostały ocenione najniżej.

Podsumowując stwierdzić należy, iż średnie oceny poszczególnych zaproponowanych czynników, które mogą mieć wpływ na popyt na usługi i dobra będące wynikiem pracy w zawodach niszowych, okazały się dość wysokie, a zróżnicowanie w poszczególnych średnich ocenach nie było nazbyt znaczące. Dlatego też warto dokonać weryfikacji oceny tych czynników, na które wskazano tylko jako mające bardzo duży wpływ.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.32. ŚREDNIA OCENA CZYNNIKÓW, KTÓRE MAJĄ WPŁYW NA POPYT NA USŁUGI I DOBRA WYPRODUKOWANE PRZEZ OSOBY WYKONUJĄCE ZAWODY NISZOWE



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.33. ZAINTERESOWANIE BEZPŁATNYM PRZEKVALIFIKOWANIEM I NAUCZENIEM SIĘ NOWEGO ZAWODU

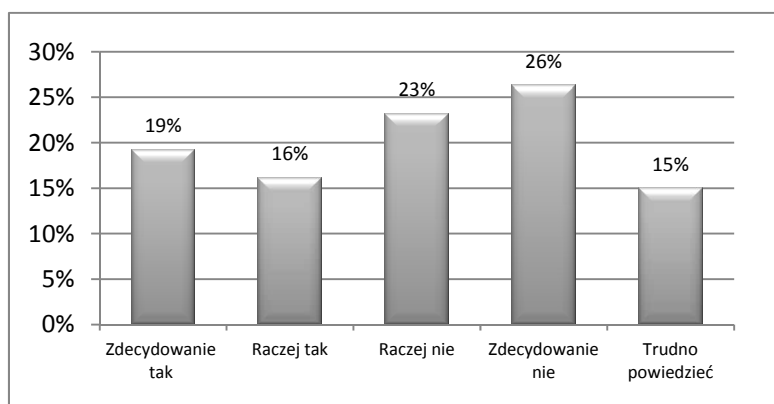
Na pytanie o to, czy badani są przygotowani na ewentualne przekwalifikowanie i nauczanie się nowego zawodu, 48% respondentów udzieliło odpowiedzi po-

zytywnej. Przy tym 18% badanych udzieliło odpowiedzi „tak”, a 30% wskazało na „raczej tak” (wykres 4.33).

„Raczej nie” jest zainteresowanych przekwalifikowaniem 14% badanych, natomiast co czwarty udzielił odpowiedzi „nie” (23%). Ponadto 15% respondentów nie potrafiło stwierdzić, czy byłoby zainteresowanych taką zmianą w swojej karierze zawodowej czy też nie.

Odpowiedzi respondentów na pytanie o zainteresowanie bezpłatnym przekwalifikowaniem i nauczeniem się nowych zawodów wskazują, że większe zainteresowanie tymi zagadnieniami przejawiają kobiety niż mężczyźni. Ponad połowa (51,6%) respondentek wskazała odpowiedź „tak” lub „raczej tak”. Zaś odpowiedzi takich udzieliło dwie piąte mężczyzn (41,7%). Odpowiedzi negatywne uzyskano od 28,1% kobiet i 52,8% mężczyzn. W grupie kobiet, co piąta nie potrafiła stwierdzić, czy takimi działaniami byłaby zainteresowana, czy też nie (20,3%). Wahanie co do odpowiedzi na temat gotowości do przekwalifikowania wyraziło zaledwie 5,6% mężczyzn.

Uzupełnienie odpowiedzi badanych mogą stanowić ich wskazania według wieku. Jak się okazuje, nie występuje zależność między wiekiem badanych a ich gotowością do bezpłatnego przekwalifikowania się. Częściej odpowiedzi „tak” i „raczej tak” wskazywane były przez osoby w wieku 24 lat (65% badanych w tej grupie wiekowej), 27 lat (60%) i 26 lat (54,5%). Jednocześnie jednak obok 22- i 25-latków, którzy mają wątpliwość co do podjęcia działań związanych z przekwalifikowaniem, znaczący udział mają również osoby w wieku 27 lat, gdyż co piąty badany z tej grupy wiekowej wskazał odpowiedź „trudno powiedzieć”.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.34. GOTOWOŚĆ DO PODJĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Następnie postawiono pytanie o to, czy w obecnej sytuacji, jaka panuje na rynku pracy, badani absolwenci uczelni wyższych byłoby gotowi podjąć własną działalność gospodarczą, gdyby otrzymali odpowiednie wsparcie.

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 4.34 wynika, że 35% respondentów byłoby zainteresowanych taką kwestią, udzielając odpowiedzi „zdecydowanie tak” lub „raczej tak”. Ponad połowa jednak udzieliła odpowiedzi negatywnej. W zasadzie co czwarty badany w momencie przeprowadzania badania jeszcze się wahał, wskazując na odpowiedź „raczej nie”. Nieco wyższa liczba badanych uznała, że „zdecydowanie nie”, byłaby zainteresowana podjęciem własnej działalności gospodarczej nawet, gdyby miało miejsce jakiegokolwiek wsparcie.

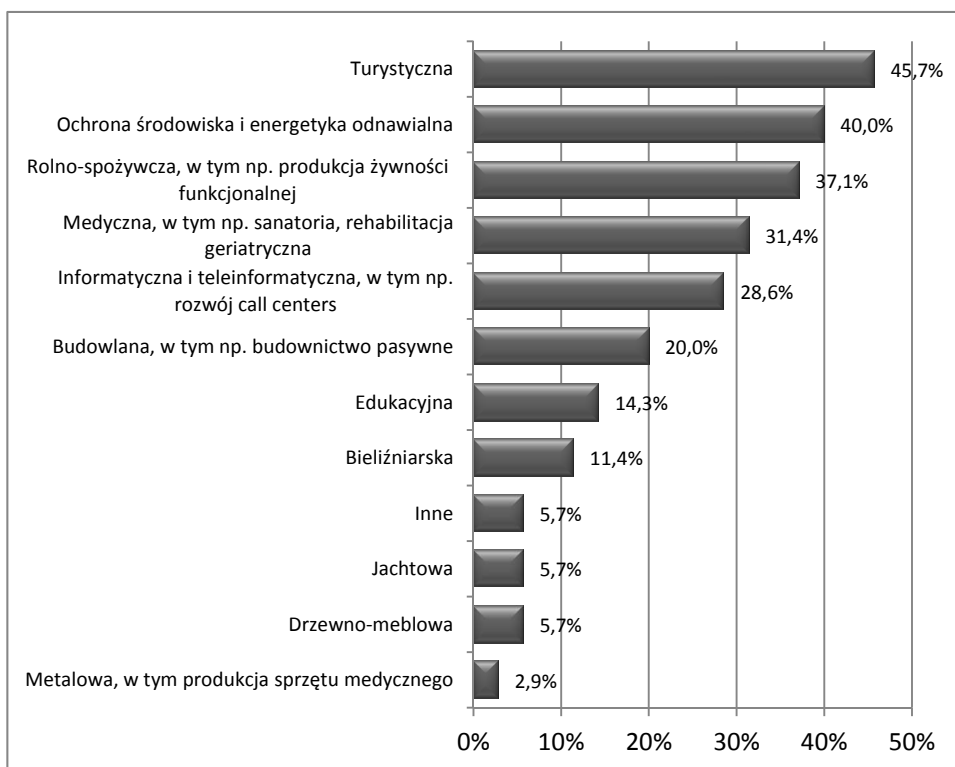
Założeniem własnej firmy są zainteresowane częściej kobiety niż mężczyźni. W grupie respondentek 39,1% badanych udzieliło odpowiedzi „tak” i „raczej tak”, zaś wśród respondentów udział takich odpowiedzi stanowił 27,8%. Warto przy tym dostrzec, że mężczyźni udzielając odpowiedzi negatywnych w 38,9% wskazywali na odpowiedź „zdecydowanie nie” w porównaniu do 18,8% kobiet, które udzieliły takiej stanowczej negatywnej odpowiedzi. Poza tym, co piąty mężczyzna i co piąta kobieta wskazali na odpowiedź „raczej nie”. Można więc wyciągnąć wniosek, że to mężczyźni są mniej zainteresowani podjęciem własnej działalności gospodarczej niż kobiety.

Najwięcej zainteresowanych własną działalnością znalazło się wśród osób w wieku 24 i 27 lat. Na odpowiedź „tak” czy „raczej tak” wskazała w tych grupach wiekowych połowa ankietowanych. Poza tym dwie piąte badanych (40,9%) w wieku 26 lat wskazało na takie odpowiedzi. Natomiast najmniej wskazań pozytywnych dotyczyło najmłodszej grupy badanych respondentów w wieku 22 lat. Najwięcej odpowiedzi „trudno powiedzieć” zostało udzielonych przez osoby w wieku 26 lat – wskazał ją co piąty respondent (22,7%) z tej grupy wiekowej.

Kolejne pytanie dotyczyło branż i sektorów, które w opinii badanych potencjalnie zainteresowanych założeniem własnej działalności, mogłyby być szczególnie ważnymi i przyszłościowymi kierunkami rozwoju województwa podlaskiego. Do wyboru zostało respondentom przedstawione 11 różnych branż i sektorów (wykres 4.35).

Najwięcej wskazań spośród 35 osób potencjalnie zainteresowanych własną firmą dotyczyło sektora turystycznego (wykres 4.35). Ten kierunek rozwoju województwa podlaskiego został wskazany przez 45,7% badanych. Na drugim miejscu znalazła się ochrona środowiska i energetyka odnawialna. Odpowiedzi takiej udzieliło dwie piąte badanych z analizowanej grupy. Odpowiedź co trzeciego respondenta dotyczyła sektora rolno-spożywczego (37,1%). Nieco mniej osób (31,4%) wskazało na branżę medyczną. Dopiero na miejscu piątym pojawił się sektor kojarzony z bardziej zaawansowanymi technologiami, a konkretnie sektor

informatyczny i teleinformatyczny (28,6%). Najmniej odpowiedzi uzyskano w odniesieniu do branży metalowej (2,9% badanych zainteresowanych założeniem własnej firmy), drzewno-meblowej (5,7%) oraz jachtowej (5,7%).



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.35. BRANŻE I SEKTORY STANOWIĄCE SZCZEGÓLNIIE WAŻNE I PRZYSZŁOŚCIOWE KIERUNKI ROZWOJU WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

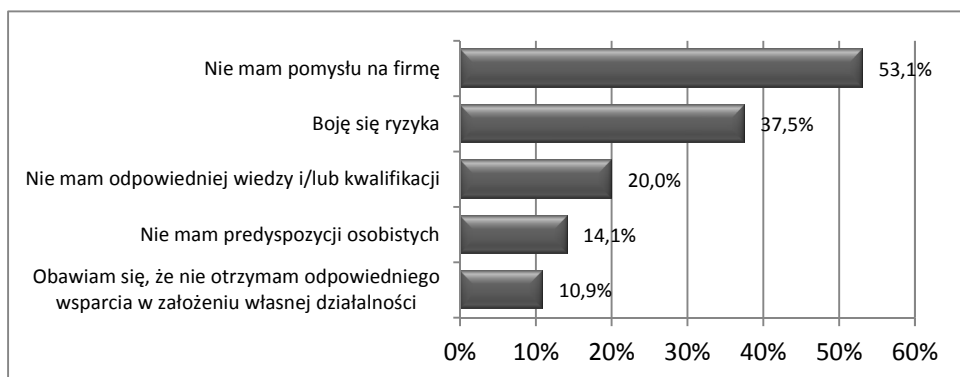
Gdyby powyższe odpowiedzi respondentów porównać do kluczowych kierunków rozwoju województwa, które znajdują swoje zapisy w podstawowych dokumentach strategicznych województwa podlaskiego, można twierdzić, że badani nie dostrzegają tych branż i sektorów. Na przykład znajdujący się wśród nich sektor drzewny⁶ być może uznany został przez młodych ludzi za mało rozwojowy i „przestarzały”, chociaż z punktu widzenia tradycji, jak i struktury

⁶ Por. *Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego do 2020 roku*, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok, styczeń 2006, s. 54-55.

gospodarczej regionu, nadal ma istotne znaczenie dla rozwoju gospodarki województwa.

Respondentom, którzy udzielili odpowiedzi „raczej nie”, „nie” lub „trudno powiedzieć”, w kontekście swojej gotowości do założenia własnego podmiotu gospodarczego – zadano pytanie o powody braku zainteresowania własną działalnością. Badani mieli do wyboru 5 odpowiedzi (wykres 4.36).

Jak się okazało, ponad połowa osób z tej grupy wskazała, że po prostu „nie ma pomysłu na firmę” (53,1%) – wykres 4.36. Poza tym 37,5% badanych boi się ryzyka. Co piąty respondent zaś stwierdził, że nie ma odpowiedniej wiedzy i/lub kwalifikacji. Poza tym 14,1% bezrobotnych absolwentów niezainteresowanych własną działalnością gospodarczą stwierdziło, że nie ma predyspozycji osobistych do założenia i prowadzenia firmy. Natomiast co dziesiąty badany (10,9%) powiedział, że obawia się, iż nie otrzyma odpowiedniego wsparcia w założeniu własnej działalności.



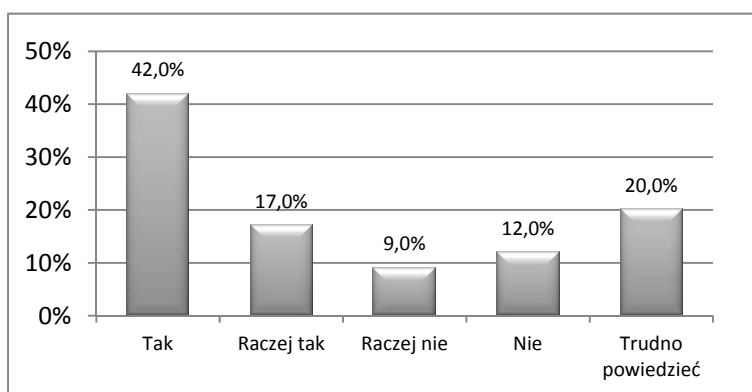
Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.36. POWODY BRAKU ZAINTERESOWANIA ZAŁOŻENIEM WŁASNEJ FIRMY

Brak chęci w zakresie założenia własnej działalności gospodarczej w grupie kobiet i mężczyzn wynikał z podobnych pobudek – braku pomysłu na firmę oraz obawy przed ryzykiem. Co jednak ciekawe, kobiety częściej niż mężczyźni podawały więcej niż jeden powód braku zainteresowania założeniem własnej firmy. Co piąty mężczyzna obawia się, że nie otrzyma odpowiedniego wsparcia w założeniu własnej działalności gospodarczej (19,2% badanych mężczyzn). Jednocześnie na odpowiedź taką wskazało zaledwie 5,3% kobiet.

Poza tym badani zapytani zostali o potencjalne zainteresowanie udziałem w bezpłatnych szkoleniach i doradztwie biznesowym dotyczącym zakładania własnej działalności gospodarczej w zawodach i sektorach niszowych. Pytanie to zostało zadane wszystkim respondentom. Jak się okazuje, 42% badanych jak najbardziej byłoby zainteresowanych takim wsparciem, zaś 17% także złożyło deklarację pozytywną, aczkolwiek bardziej ostrożną, wybierając odpowiedź „raczej tak” (wykres 4.37).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 4.37. ZAINTERESOWANIE RESPONDENTÓW UDZIAŁEM W BEZPŁATNYCH SZKOLENIACH, DORADZTWIE BIZNESOWYM W ZAKRESIE ZAKŁADANIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W SEKTORACH NISZOWYCH W WOJEWÓDZTWIE PODLASKIM

Co piąty badany wskazał na odpowiedź „nie” i „raczej nie” (odpowiednio 9% i 12% badanych). Również podobna część respondentów nie była w stanie zająć żadnego stanowiska w tej kwestii.

ROZDZIAŁ 5. POZOSTAJĄCE BEZ ZATRUDNIENIA OSOBY W WIEKU POWYŻEJ 50. ROKU ŻYCIA

5.1. Założenia badawcze

Głównym celem badania ilościowego wśród osób powyżej 50. roku życia pozostających bez zatrudnienia⁷ była identyfikacja barier i czynników wzrostu ich zatrudnienia w zawodach ginących.

Szczegółowe cele badawcze odnosiły się do:

- identyfikacji przyczyn bezrobocia w opinii samych zainteresowanych;
- identyfikacji czynników determinujących ich sytuację na rynku pracy (system poradnictwa zawodowego, ocena systemu kształcenia);
- ustalenia potencjalnego stopnia zainteresowania nauką, a następnie pełnienia funkcji mentora w stosunku do młodzieży w zawodach, które uznajemy za ginące;
- ustalenia realnej gotowości do ewentualnego przekwalifikowania się i pełnienia funkcji mentora w zawodach ginących.

Ze względu na złożoność, jak i innowacyjność samej problematyki, w badaniu, zgodnie z założeniami projektu, zastosowano ustrukturyzowane bezpośrednie indywidualne wywiady (IDI), skierowane do osób bezrobotnych. Dzięki swobodnej atmosferze rozmowy przeprowadzający wywiad miał możliwość pogłębienia wypowiedzianych przez respondenta treści, dotarcia do informacji, które nie pojawiłyby się w obecności osób trzecich.

W przypadku badania osób bezrobotnych zastosowano celowy dobór próby, wykorzystując metodę „kuli śnieżnej”. Przeprowadzający wywiady docierali do jednej lub kilku osób bezrobotnych będących obiektem badania, przeprowadzali wywiad, a następnie uzyskiwali kontakty do kolejnych osób. Taką procedurę powtarzali aż do momentu przeprowadzenia zakładanej liczby wywiadów IDI.

Warunkiem udziału w badaniu była pisemna zgoda respondentów na udział w badaniu.

Przy rekrutacji do badania osób bezrobotnych w wieku 50+ uwzględniano takie kryteria, jak:

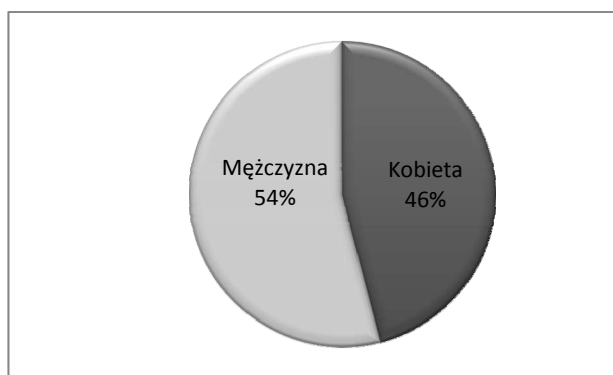
- płeć – kobiety i mężczyźni w miarę w równych proporcjach;

⁷ Badaniami objęto osoby pozostające bez zatrudnienia, w tym zarejestrowane w urzędach pracy jako bezrobotne, które wykazywały zainteresowanie podjęciem pracy.

- wiek – badano kobiety w wieku od 50 do 60 lat oraz mężczyzn w wieku od 50 do 65 lat;
- status na rynku pracy – badano osoby, które nie pracują i nie prowadzą działalności gospodarczej;
- chęć podjęcia pracy zawodowej.

5.2. Charakterystyka badanej populacji

Zgodnie z założeniami, badaniami objęto 100 osób bezrobotnych w wieku powyżej 50. roku życia, z czego 46% to kobiety, a 54% mężczyźni (wykres 5.1).

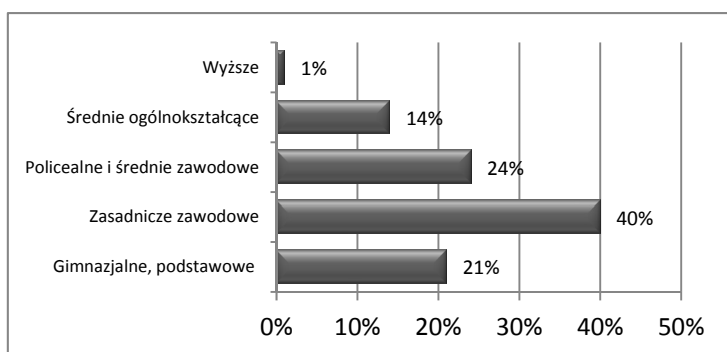


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.1. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG PŁCI

Badana populacja osób bezrobotnych charakteryzuje się dość niskim poziomem wykształcenia (wykres 5.2). Większość stanowiły osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 40% oraz średnim zawodowym – 24%. Co piąty badany posiadał zaledwie wykształcenie gimnazjalne, podstawowe. Natomiast z wykształceniem wyższym była tylko 1 osoba badana.

Z analizy tabeli 5.1 wynika, że bezrobotne kobiety w wieku po 50. roku życia reprezentują wyższy poziom wykształcenia. Blisko 54% posiada wykształcenie średnie ogólnokształcące oraz policealne i średnie zawodowe (mężczyźni 19,5%), a także zaledwie 9,3% posiada wykształcenie gimnazjalne, podstawowe (mężczyźni blisko 35%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.2. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG POZIOMU WYKSZTAŁCENIA

TABELA 5.1. STRUKTURA WYKSZTAŁCENIA A PŁEĆ BADANYCH BEZROBOTNYCH

Wykształcenie	Płeć		Ogółem
	mężczyzna	kobieta	
Wyższe	2,2%	0,0%	1,0%
Średnie ogólnokształcące	4,3%	22,2%	14,0%
Policealne i średnie zawodowe	15,2%	31,5%	24,0%
Zasadnicze zawodowe	43,5%	37,0%	40,0%
Gimnazjalne, podstawowe	34,8%	9,3%	21,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Badani respondenci reprezentowali wyuczone zawody, adekwatne do poziomu wykształcenia. Jak wynika z tabeli 5.2, w populacji dominują zawody związane z handlem (sprzedawca, technik handlowiec), sektorem budowlanym, a także usługami motoryzacyjnymi, przemysłem spożywczym, lekkim.

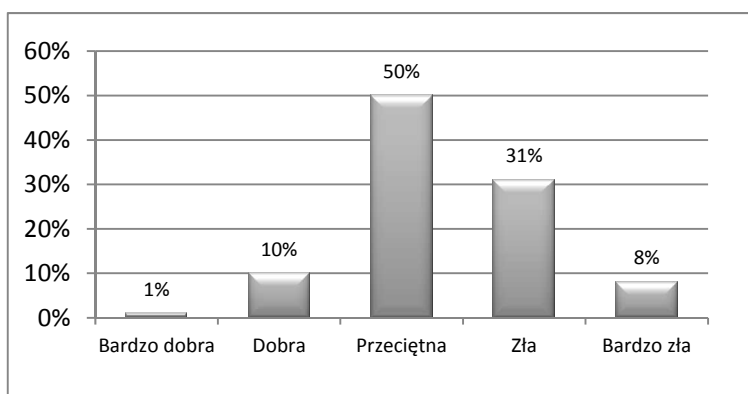
TABELA 5.2. ZAWODY WYUCZONE RESPONDENTÓW

Kod zawodu	Zawód wyuczony	Częstość
214406	inżynier mechanik	1
222101	pielęgniarka	2
311204	technik budowlany	2
311303	technik elektryk	3
311504	technik mechanik	3
311922	technik technologii drewna	2
314205	ogrodnik	2
314207	technik rolnik	2

321201	technik analityki medycznej	2
331403	technik ekonomista	4
512001	kucharz	2
514101	fryzjer	1
522301	sprzedawca	6
522305	technik handlowiec	3
711202	murarz	2
711404	zbrojarz	1
712302	sztukator	1
721207	spawacz	1
721301	blacharz	2
722204	ślusarz	2
723103	mechanik samochodowy	3
731809	tkaczka	1
741190	masarz	1
751201	cukiernik	1
751204	piekarz	1
751390	mleczarz	1
751402	przetwórcą owoców i warzyw	2
752206	stolarz	3
752310	tokarz	1
753105	krawcowa	5
753303	szwaczka	1
753402	tapicer	1
833203	kierowca	2
911206	salowa	3
931301	robotnik budowlany	1
Suma		100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

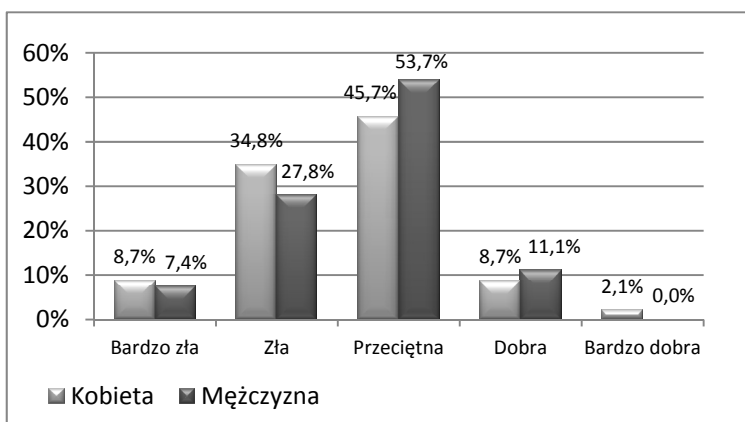
Badane osoby bezrobotne dość krytycznie oceniają swoją sytuację materialną. Co druga osoba wskazała, że jest ona na poziomie przeciętnym, a kolejnych 39% ocenia swoją sytuację jako złą lub bardzo złą. Zaledwie 11 osób wskazało na odpowiedź „dobra” i „bardzo dobra” (wykres 5.3).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.3. SYTUACJA MATERIALNA RESPONDENTÓW

Biorąc pod uwagę płeć zauważymy, że kobiety nieco gorzej oceniają swoją sytuację materialną niż mężczyźni (wykres 5.4). Na „złą” i „bardzo złą” sytuację materialną wskazało 43,5% badanych kobiet, wobec 35,2% wskazań mężczyzn.

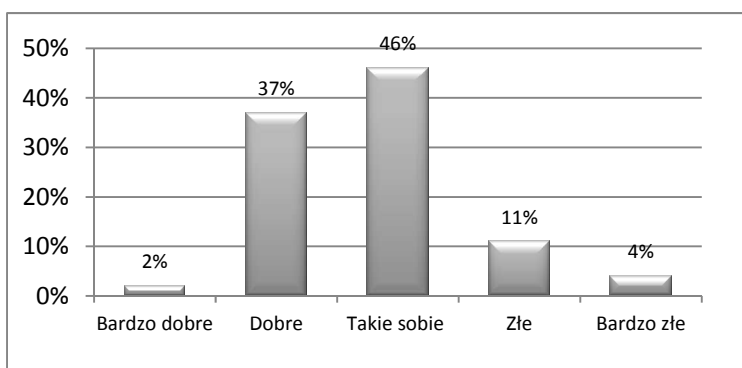


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.4. SYTUACJA MATERIALNA A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Z punktu widzenia aktywizacji zawodowej osób po 50. roku życia szczególnie ważna jest kondycja zdrowotna.

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 5.5 wynika, że badana populacja osób bezrobotnych po 50. roku życia jest dość zróżnicowana pod względem stanu zdrowia. Ponad 60% respondentów ocenia stan swojego zdrowia jako „takie sobie”, „złe” lub „bardzo złe”, a to oznacza istotną barierę w aktywizacji zawodowej.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.5. STAN ZDROWIA RESPONDENTÓW

Stan zdrowia jest ściśle skorelowany z płcią (tabela 5.3). W nieco gorszej kondycji zdrowotnej są kobiety po 50. roku życia. Na stan zdrowia jako „dobry” i „bardzo dobry” wskazało 37% kobiet wobec 41,3% mężczyzn.

TABELA 5.3. STAN ZDROWIA A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Stan zdrowia	Płeć		Ogółem
	mężczyzna	kobieta	
Bardzo dobre	2,2%	1,8%	2,0%
Dobre	39,1%	35,2%	37,0%
Takie sobie	45,7%	46,3%	46,0%
Złe	8,7%	13,0%	11,0%
Bardzo złe	4,3%	3,7%	4,0%
Razem	100,0%	100,0%	100,0%

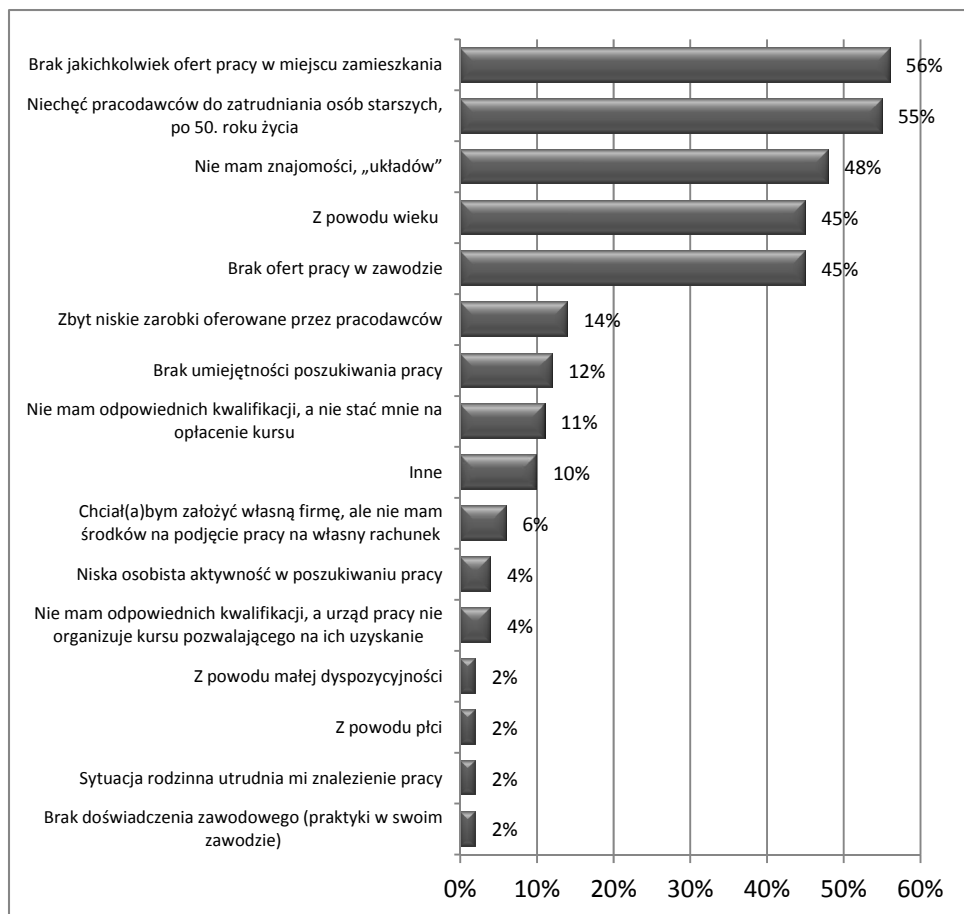
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

5.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy

W naszym badaniu podjęliśmy także problem barier aktywizacji zawodowej bezrobotnych. Niewątpliwie ustalenia w tym zakresie można wykorzystać również w działaniach na rzecz ograniczania bezrobocia osób po 50. roku życia.

Badani respondenci, udzielając odpowiedzi na pytanie dotyczące czynników utrudniających im znalezienie pracy, mogli wskazać na pięć możliwości. Jak wynika z wykresu 5.6, głównym czynnikiem utrudniającym znalezienie pracy jest niedostateczny popyt na pracę na rynkach lokalnych (56% wskazań na brak jakichkolwiek ofert pracy w miejscu zamieszkania). Istotną barierą jest również wiek (45% wskazań) i niechęć do zatrudniania osób starszych o statusie osoby

bezrobotnej (55% wskazań), przez co respondenci mogą czuć się dyskryminowani na rynku pracy.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.6. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY

Jednocześnie 48% respondentów wskazuje na barierę w postaci nieposiadania znajomości „układów”. Bowiern w opinii bezrobotnych, w warunkach wysokiej podaży zasobów pracy, znajomości stanowią główne kryterium, którym pracodawcy kierują się przy zatrudnianiu nowych pracowników.

Trudną sytuację na rynku pracy postrzegają respondenci, którzy twierdzą, iż mają kłopoty ze znalezieniem pracy na skutek braku ofert pracy w ich zawodzie (45%).

Pozostałe czynniki, zwłaszcza odnoszące się do cech osobowych, odgrywają znacznie mniejszą rolę w uzyskaniu pracy.

Badani respondenci wskazują ponadto na takie bariery w zatrudnieniu, jak:

- zbyt niskie zarobki oferowane przez pracodawców (14% wskazań);
- brak umiejętności poszukiwania pracy (12% wskazań);
- brak odpowiednich kwalifikacji (11% wskazań);
- brak środków na założenie własnej firmy (6% wskazań).

TABELA 5.4. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Różnica
Brak jakichkolwiek ofert pracy w miejscu zamieszkania	52,2%	59,3%	-7,1
Brak ofert pracy w zawodzie	37,0%	51,9%	-14,9
Brak umiejętności poszukiwania pracy	15,2%	9,3%	6,0
Nie mam znajomości „układów”	47,8%	48,1%	-0,3
Brak doświadczenia zawodowego (praktyki w swoim zawodzie)	4,3%	0,0%	4,3
Nie mam odpowiednich kwalifikacji, a urząd pracy nie organizuje kursu pozwalającego na ich uzyskanie	4,3%	3,7%	0,6
Nie mam odpowiednich kwalifikacji, a nie stać mnie na opłacenie kursu	6,5%	14,8%	-8,3
Chciał(a)bym założyć własną firmę, ale nie mam środków na podjęcie pracy na własny rachunek	4,3%	7,4%	-3,1
Niechęć pracodawców do zatrudniania osób starszych, po 50. roku życia	56,5%	53,7%	2,8
Sytuacja rodzinna utrudnia mi znalezienie pracy	0,0%	3,7%	-3,7
Niska osobista aktywność w poszukiwaniu pracy	4,3%	3,7%	0,6
Zbyt niskie zarobki oferowane przez pracodawców	15,2%	13,0%	2,3
Z powodu wieku	47,8%	42,6%	5,2
Z powodu płci	0,0%	3,7%	-3,7
Z powodu małej dyspozycyjności	0,0%	3,7%	-3,7
Inne	10,9%	9,3%	1,6

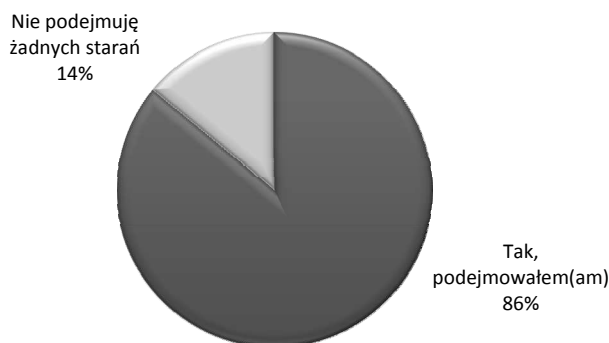
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Analizując czynniki utrudniające znalezienie pracy przez bezrobotne osoby po 50. roku życia z uwzględnieniem płci można zauważyć, że kobiety częściej wskazują na brak ofert pracy w zawodzie (37% mężczyźni i 51,9% kobiety), brak odpowiednich kwalifikacji (odpowiednio 6,5% i 14,8%) czy też brak jakichkolwiek ofert pracy na lokalnym rynku (odpowiednio 52,2% i 59,3%). Poza tym płeć i niska dyspozycyjność są barierami wskazywanymi tylko przez kobiety (tabela 5.4). Z kolei mężczyźni częściej wskazują na brak umiejętności poszukiwania

pracy (różnica 6 pkt. proc. w stosunku do kobiet) czy też wiek (różnica 5,2 pkt. proc.).

Istotnym elementem w likwidowaniu bezrobocia jest motywacja osób bezrobotnych do znalezienia pracy. Od tego zależy ich zaktywizowanie na rynku pracy. Ważne wydaje się to, czy osoby bezrobotne poszukują pracy, w jaki sposób to czynią, jakie działania są skłonne podjąć w celu znalezienia zatrudnienia.

Z badań wynika, iż ogromna większość (86%) podejmuje różne starania w celu znalezienia pracy (wykres 5.7). 14% nie podejmuje żadnych działań, a przyczyn tego stanu rzeczy jest wiele. Między innymi respondenci wskazują na: sytuację rodzinną, pracę na czarno, prace dorywcze, problemy zdrowotne, zbyt nisko płacone oferty pracy, oczekiwanie na zasiłek przedemerytalny.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.7. AKTYWNOŚĆ W POSZUKIWANIU PRACY

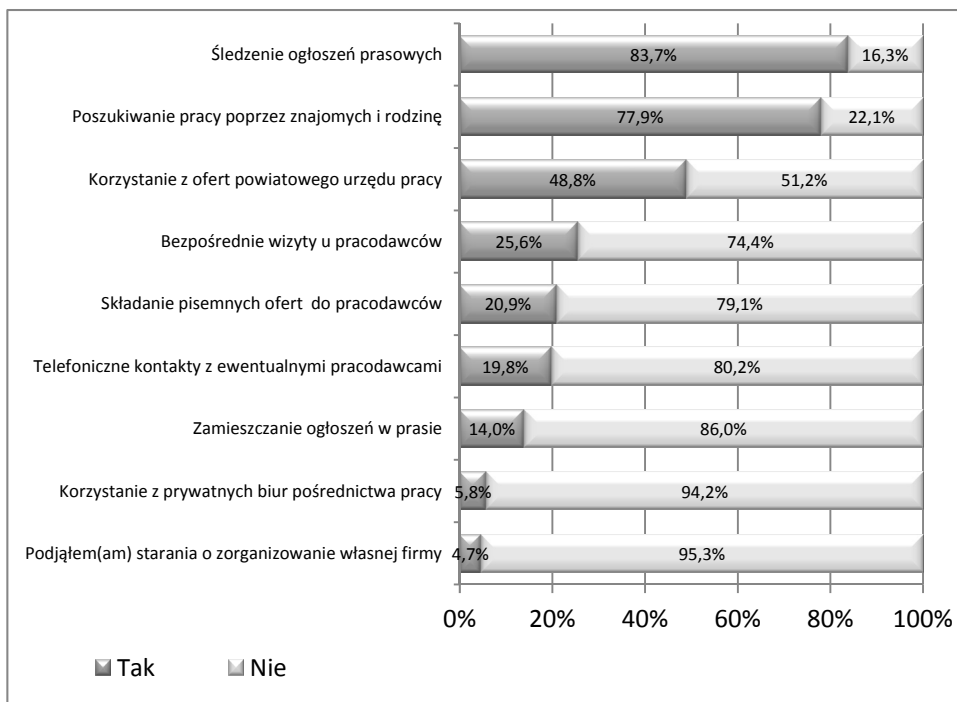
Na wykresie 5.8 zaprezentowano sposoby poszukiwania pracy przez osoby bezrobotne.

Z analizy danych wynika, iż główna aktywność w znalezieniu pracy sprowadza się do śledzenia ogłoszeń prasowych (83,7%). Ważna rola przypada także znajomym i rodzinie. Korzysta z tej formy pomocy blisko 78% respondentów. Równie częstym rodzajem działań jest korzystanie z ofert urzędów pracy (48,8%).

Zdecydowanie rzadziej osoby poszukują pracy poprzez bezpośrednie wizyty u pracodawców (25,6%), składanie pisemnych ofert pracy u pracodawców (20,9%), telefoniczne kontakty z ewentualnymi pracodawcami (19,8%) czy też w formie zamieszczania ogłoszeń w prasie (14%).

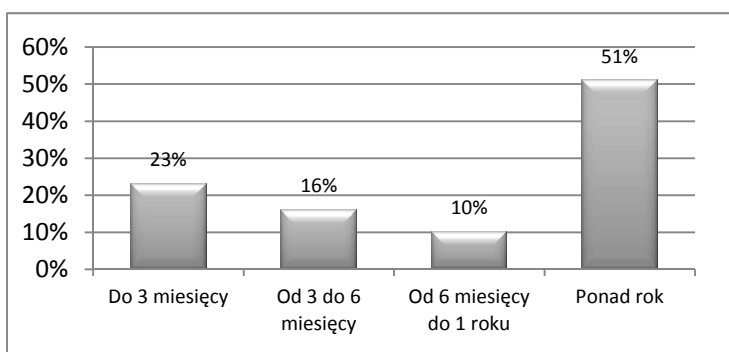
W efekcie osobom starszym po 50. roku życia trudno znaleźć pracę w krótkim okresie. Dlatego też co druga badana osoba należy do kategorii osób długotrwale bezrobotnych, bowiem szuka pracy już ponad rok (wykres 5.9). Zaledwie

23% badanych prowadzi poszukiwania przez najkrótszy okres, wynoszący do 3 miesięcy.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.8. DZIAŁANIA PODEJMOWANE W CELU ZNALEZIENIA PRACY



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.9. OKRES POSZUKIWANIA PRACY

TABELA 5.5. OKRES POSZUKIWANIA PRACY A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Ogółem
Do 3 miesięcy	30,4%	16,7%	23,0%
Od 3 do 6 miesięcy	15,2%	16,7%	16,0%
Od 6 miesięcy do 1 roku	10,9%	9,2%	10,0%
Ponad rok	43,5%	57,4%	51,0%
Suma	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Z analizy danych zawartych w tabeli 5.5 wynika, że kobiety mają większe trudności ze znalezieniem pracy w krótkim okresie, a zatem narażone są częściej na długotrwałe bezrobocie. Ponad 1 rok szuka pracy 57,4% kobiet wobec 43,5% mężczyzn.

5.4. Czynniki determinujące sytuację osób po 50. roku życia na rynku pracy

W badaniu została podjęta także próba wskazania czynników, które mogą przyczyniać się do utrzymywania trudnej sytuacji osób po 50. roku życia na rynku pracy, zwracając uwagę na wsparcie, jakie uzyskali badani ze strony instytucji rynku pracy, dostępność i korzystanie z poradnictwa zawodowego oraz barierę edukacyjną.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.10. ODSETEK RESPONDENTÓW ZAREJESTROWANYCH W URZĘDACH PRACY

Z badań wynika, że większość badanych osób po 50. roku życia, która poszukiwała pracy, nie była, w momencie przeprowadzania wywiadu, zarejestrowana w urzędzie pracy. Na 100 przebadanych osób nie było zarejestrowanych 57% (wykres 5.10), w tym 60,9% mężczyzn i 53,7% kobiet (tabela 5.6). Dane te świadczą, że respondenci nie wierzą w skuteczność pomocy w znalezieniu pracy poprzez urząd pracy.

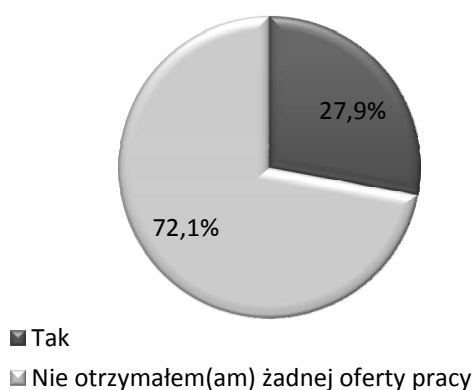
TABELA 5.6. ODSETEK RESPONDENTÓW ZAREJESTROWANYCH W URZĘDACH PRACY WEDŁUG PŁCI

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Ogółem
Tak	39,1%	46,3%	43,0%
Nie	60,9%	53,7%	57,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Osoby zarejestrowane w urzędzie pracy (43 respondentów) zapytaliśmy podczas wywiadu o otrzymane formy wsparcia ze strony urzędu pracy.

W pierwszej kolejności zapytaliśmy o oferty pracy proponowane w ciągu ostatniego roku (wykres 5.11). Okazuje się, że ponad trzy czwarte respondentów nie otrzymało takiej propozycji. Tylko 12 osób otrzymało propozycje ofert pracy, w tym 5 osób 1 ofertę, 2 osoby trzy oferty, 2 osoby cztery oferty i 1 osoba pięć ofert. Większość badanych skorzystała z tych ofert (wykres 5.12), przy czym nie podjęła pracy, gdyż najczęściej oferty nie były aktualne. 4 osoby nie skorzystały z ofert pracy z powodu pracy „na czarno” (2 osoby) lub ze względów zdrowotnych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

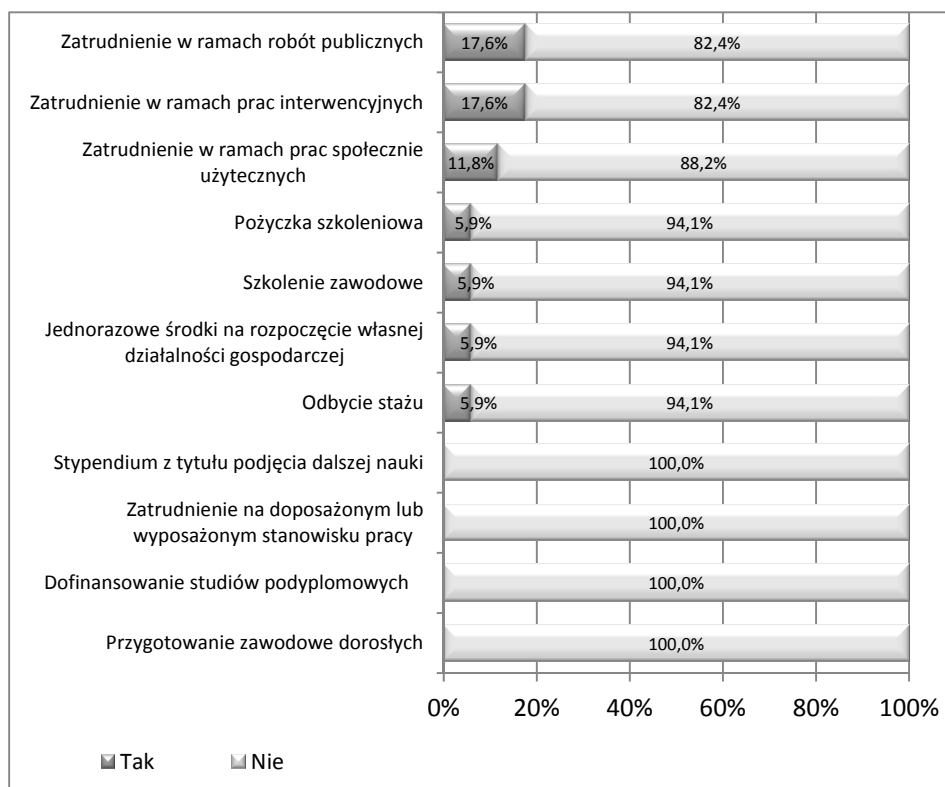
WYKRES 5.11. PROPOZYCJA OFERTY PRACY ZE STRONY URZĘDU PRACY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.12. SKORZYSTANIE Z PROPONOWANEJ OFERTY PRACY

Urzędy pracy, poza pośrednictwem pracy, mogą zaoferować szereg innych form wsparcia osobom poszukującym zatrudnienia (wykres 5.13).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.13. FORMY POMOCY OFEROWANE PRZEZ URZĄD PRACY

Na podstawie analizy uzyskanych wyników badań można stwierdzić, że jednak dość rzadko czynią to wobec osób po 50. roku życia.

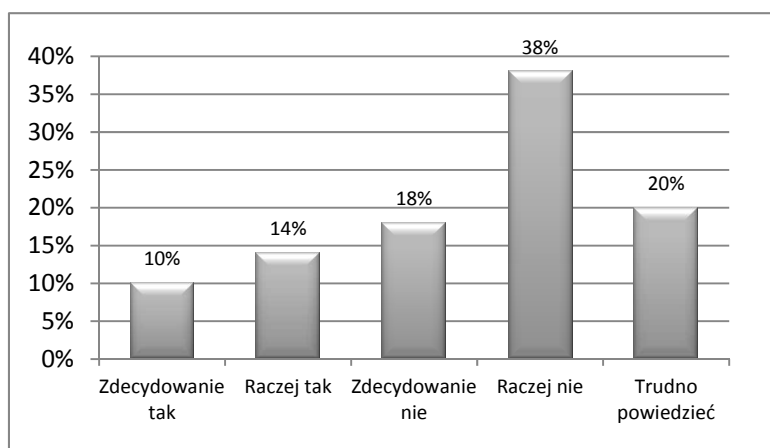
Najczęściej oferowaną formą pomocy było zatrudnienie w ramach robót publicznych oraz w ramach prac interwencyjnych (po 17,6% wskazań), a także w ramach prac społecznie użytecznych (11,8% wskazań). Pozostałe formy wsparcia, takie jak: pożyczka szkoleniowa, szkolenie zawodowe, jednorazowe środki na rozpoczęcie działalności gospodarczej, odbycie stażu, były oferowane bardzo rzadko (po 5,9% wskazań).

Osoby, które skorzystały z okresowego zatrudnienia związanego z robotami publicznymi, pracami interwencyjnymi oraz pracami społecznie użytecznymi, dość krytycznie oceniły te formy aktywizacji. Poza tym, że zarobiły „jakieś pieniądze”, to niczego im to nie dało.

Główną barierą w skorzystaniu z oferowanego wsparcia ze strony urzędów pracy były problemy zdrowotne, a także w 4 przypadkach było to wykonywanie w tym czasie pracy „na czarno”.

W badaniu poprosiliśmy również o ocenę znajomości potrzeb i oczekiwań bezrobotnych osób po 50. roku życia przez instytucje rynku pracy, w tym urzędy pracy. Jak wynika z wykresu 5.14, ocena ta jest raczej negatywna. Bowiem 56% badanych udzieliło odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie”.

Co czwarty respondent pozytywnie ocenił znajomość potrzeb i oczekiwań bezrobotnych osób starszych przez instytucje rynku pracy. 20% badanej populacji nie było w stanie dokonać takiej oceny.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.14. OCENA ZNAJOMOŚCI POTRZEB I OCZEKIWAŃ BEZROBOTNYCH OSÓB PO 50. ROKU ŻYCIA NA RYNKU PRACY PRZEZ INSTYTUCJE RYNKU PRACY

Uwzględniając płeć respondentów należy zauważyć, że zdecydowanie gorzej znajomość potrzeb i oczekiwań bezrobotnych osób starszych przez instytucje rynku pracy oceniają mężczyźni niż kobiety (tabela 5.7). Odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzieliło zaledwie 13% mężczyzn wobec 33,4% kobiet.

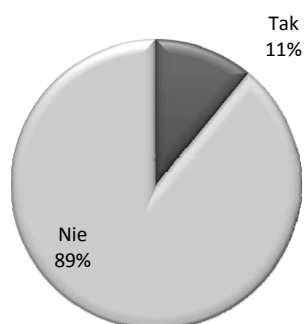
TABELA 5.7. OCENA ZNAJOMOŚCI POTRZEB I OCZEKIWAŃ BEZROBOTNYCH OSÓB PO 50. ROKU ŻYCIA NA RYNKU PRACY PRZEZ INSTYTUCJE RYNKU PRACY A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Ogółem
Zdecydowanie tak	2,1%	16,7%	10,0%
Raczej tak	10,9%	16,7%	14,0%
Zdecydowanie nie	17,4%	18,5%	18,0%
Raczej nie	43,5%	33,3%	38,0%
Trudno powiedzieć	26,1%	14,8%	20,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Jednym z ważniejszych czynników determinujących sytuację osób starszych na rynku pracy jest dostępność do poradnictwa zawodowego przez cały okres aktywności zawodowej.

Dlatego respondentom zadano pytanie na temat korzystania z porad doradcy zawodowego. Uzyskane wyniki badań wskazują, że z badanej populacji 100 osób bezrobotnych w wieku 50+ z pomocy doradcy zawodowego skorzystało zaledwie 11 osób (wykres 5.15).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.15. CZY KORZYSTAŁ(A) PAN(I) Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO?

Biorąc pod uwagę płeć, z poradnictwa zawodowego nieznacznie częściej korzystali mężczyźni (13% wskazań) niż kobiety (9,3% wskazań) – tabela 5.8.

TABELA 5.8. CZY KORZYSTAŁ(A) PAN(I) Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO?
(% WSKAZAŃ WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW)

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Ogółem
Tak	13,0	9,3	11,0
Nie	87,0	90,7	89,0
Suma	100,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Osoby, które nie korzystały z pomocy doradcy zawodowego, wskazywały różne przyczyny tego stanu rzeczy. Do najczęściej podawanych należy zaliczyć:

- „brak świadomości o istnieniu doradcy zawodowego”;
- „brak wiary nawet w doradcę zawodowego”;
- „brak wiary w znalezienie pracy nawet dzięki doradcy”;
- „doradca zawodowy nic nie doradzi, strata czasu”;
- „nawet nie wiem co robi taki doradca”;
- „nie czułam potrzeby, żeby korzystać z doradcy”;
- „brak funduszy”;
- „brak propozycji”;
- „nie wiedziałam, gdzie szukać porady”;
- „brak informacji, gdzie mogę skorzystać z takiej porady”;
- „nie byłam zainteresowana taką pomocą”;
- „nie jest to popularne”;
- „brak czasu”;
- „wiek jest przeszkodą”;
- „nie widzę potrzeby dokształcania ludzi w moim wieku”.

Tak więc mamy do czynienia z jednej strony z barierą informacyjną, świadomościową, z drugiej z brakiem wiary w skuteczność pomocy doradcy zawodowego.

Jeśli chodzi o instytucje, w których respondenci korzystali z usług doradcy zawodowego, był to przede wszystkim urząd pracy. Tylko 1 osoba skorzystała z usług innej instytucji rynku pracy, była to fundacja (tabela 5.9).

Z analizy danych zawartych w tabeli 5.10 wynika, że bezrobotne osoby po 50. roku życia, które skorzystały z usług doradcy zawodowego, zostały tam skierowane, głównie przez urzędy pracy. Tylko 3 osoby zgłosiły się same – tabela 5.10.

TABELA 5.9. INSTYTUCJE, W KTÓRYCH RESPONDENCI KORZYSTALI Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO

Wyszczególnienie	Liczba	Udział (%)
Urząd pracy	10	90,9
Inna	1	9,1
Ogółem	11	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

TABELA 5.10. CZY DO DORADCY ZGŁOSIŁ(A) SIĘ PAN(I) SAM(A) CZY ZOSTAŁ(A) PAN(I) DO NIEGO SKIEROWANY(A)?

Wyszczególnienie	Częstość	Udział (%)
Zostałem(am) skierowany(a)	8	72,7
Sam(a) się zgłosiłem(am) do doradcy zawodowego	3	27,3
Ogółem	11	100,0

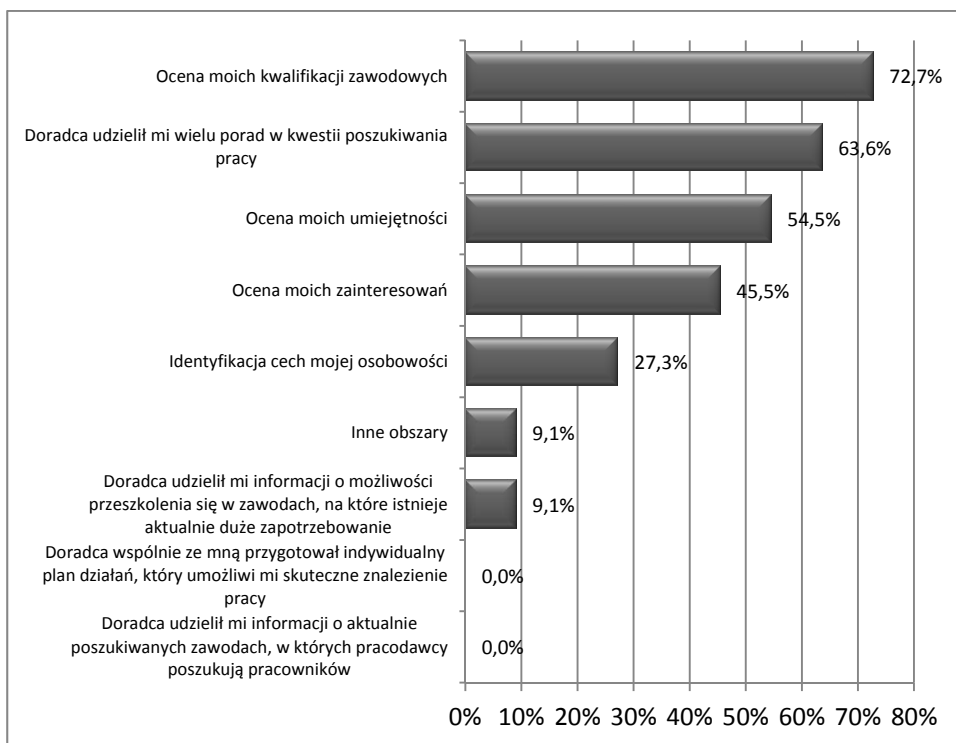
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Analizując obszary konsultacji respondentów z doradcą zawodowym można zauważyć, że zostały udzielone dość standardowe usługi, odnoszące się do oceny kwalifikacji zawodowych bezrobotnego (wykres 5.16). Na taką odpowiedź, spośród 11 respondentów mających kontakt z doradcą zawodowym, wskazało 8 osób (72,7%). W przypadku 63,6% badanych konsultacje dotyczyły udzielenia porad w kwestii poszukiwania pracy. Respondenci wskazali także na inne formy konsultacji, jak: ocena umiejętności (54,5% wskazań), ocena zainteresowań (45,5% wskazań), identyfikacja cech osobowościowych (27,3% wskazań).

Tylko jednej osobie doradca udzielił informacji o możliwości przeszkolenia się w zawodach, na które istnieje aktualnie duże zapotrzebowanie.

Nikt z respondentów nie otrzymał wsparcia w formie wspólnie wypracowanego indywidualnego planu działania, który umożliwiłby skuteczne znalezienie pracy osobom będącym w szczególnej sytuacji na rynku pracy, do których należą osoby po 50. roku życia, czy też na temat zawodów, w których aktualnie pracodawcy poszukują pracowników.

Większość respondentów pozytywnie oceniła porady doradcy zawodowego. Na pytanie czy udzielone porady były dopasowane do Pana(i) potrzeb i spełniły oczekiwania, 7 respondentów udzieliło odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”. W przypadku 4 osób ocena ta była raczej negatywna – tabela 5.11.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.16. GŁÓWNE OBSZARY KONSULTACJI Z DORADCĄ ZAWODOWYM

TABELA 5.11. CZY UDZIELONE PORADY BYŁY DOPASOWANE DO PANA(I) POTRZEB I SPEŁNIŁY OCZEKIWANIA?

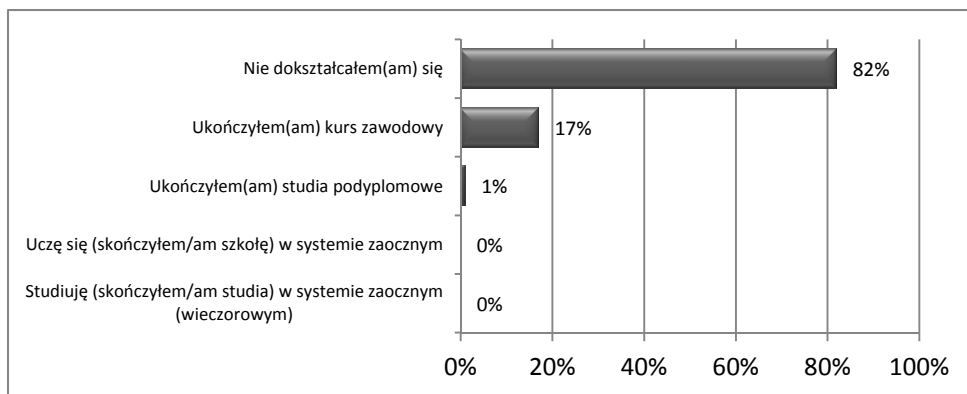
Wyszczególnienie	Częstość	Udział (%)
Zdecydowanie tak	1	9,1
Raczej tak	6	54,6
Zdecydowanie nie	1	9,0
Raczej nie	3	27,3
Trudno powiedzieć	0	0,0
Ogółem	11	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Kolejną ważną determinantą sytuacji osób starszych na rynku pracy jest ich aktywność w podnoszeniu kwalifikacji zawodowych.

Analiza danych wykazała, że aż 82 osoby na 100 badanych nie skorzystały z żadnej formy doksztalcania po skończeniu szkoły lub w trakcie pracy zawodo-

wej (wykres 5.17). 17 osób ukończyło kursy zawodowe, a tylko 1 osoba studia podyplomowe.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

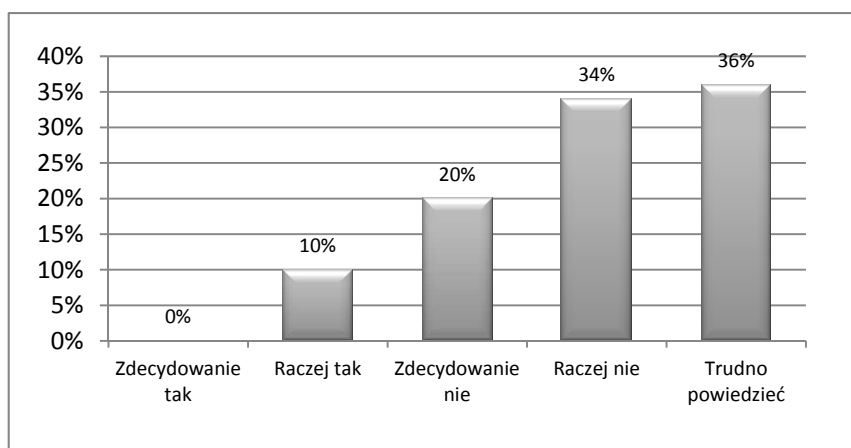
WYKRES 5.17. DALSZE KSZTAŁCENIE LUB DOSKONALENIE ZAWODOWE
RESPONDENTÓW PO SKOŃCZENIU SZKOŁY LUB W TRAKCIE PRACY ZAWODOWEJ

Respondenci doksztalający się w formie kursów zawodowych wskazywali na ukończone kursy dotyczące: instruktora nauki jazdy, na kierowcę pojazdów mechanicznych, komputerowy, krawiecki, kadry i płace, opiekuna seniora, pisanie na maszynie, pracownika administracyjno-biurowego, prawo jazdy, obsługi klienta, spawacza, na wózki widłowe.

Gros osób nie doksztalało się, wskazując na takie przyczyny, jak:

- brak środków finansowych na szkolenia;
- brak motywacji;
- brak chęci;
- wiek;
- brak potrzeby doksztalania;
- możliwość pracy bez doksztalania.

Respondentów poproszono także o ocenę istniejącego systemu szkoleń w kontekście uwzględniania specyficznych potrzeb bezrobotnych osób po 50. roku życia. Jak wynika z wykresu 5.18, zaledwie 10 osób na 100 badanych pozytywnie ocenia istniejący system kształcenia. Co drugi respondent wskazuje, że obecny system szkoleń nie uwzględnia potrzeb szkoleniowych osób starszych, co w praktyce może być istotną barierą w podnoszeniu kwalifikacji przez takie osoby.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.18. CZY OBECNY SYSTEM SZKOLEŃ UWZGLĘDNI SPECYFICZNE POTRZEBY BEZROBOTNYCH OSÓB PO 50. ROKU ŻYCIA?

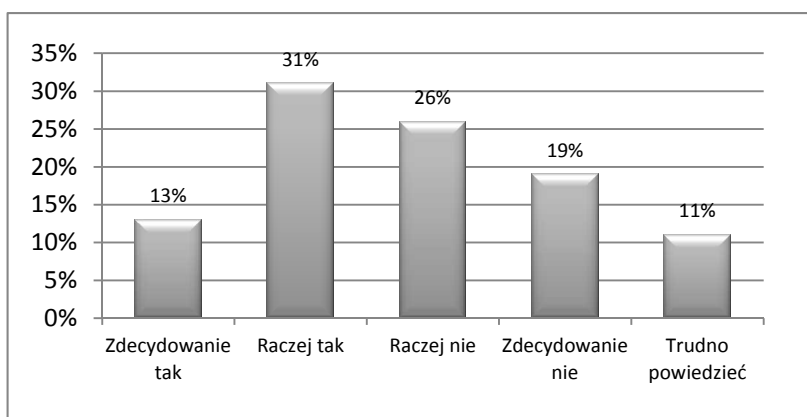
5.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach ginących

Celem badania skierowanego do osób bezrobotnych po 50. roku życia było ustalenie ich zainteresowania nauką, a następnie przekazywaniem zdobytej wiedzy młodzieży w rzemieślniczych zawodach, które można uznać za ginące.

W badaniu przyjęliśmy definicję zawodu ginącego jako zawodu o charakterze rękodzielniczym, wykorzystującego tradycyjne umiejętności i techniki rzemieślnicze, które z różnych powodów znikają z rynku, pomimo często rosnącego popytu na nie⁸.

Badane osoby po 50. roku życia zapytaliśmy o aktualną gotowość do bezpłatnego przekwalifikowania się i nauczania nowego zawodu, który uchodzi za ginący. Odpowiedzi twierdzących udzieliło 44% respondentów, co można uznać za relatywnie wysoki odsetek, zwłaszcza że mamy do czynienia z osobami, które w zdecydowanej większości nigdy nie szkoliły się po ukończeniu szkoły – wykres 5.19.

⁸ Szerzej temat czynników kreujących popyt na zawody ginące został opisany w raporcie z badań wykonanych metodą desk research pt. *Zawody ginące jako szansa zwiększenia zatrudnienia osób po 50. roku życia*, BFKK, wrzesień 2011 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.19. GOTOWOŚĆ DO BEZPŁATNEGO PRZEKVALIFIKOWANIA SIĘ I NAUCZENIA NOWEGO ZAWODU, KTÓRY UCHODZI ZA GINĄCY

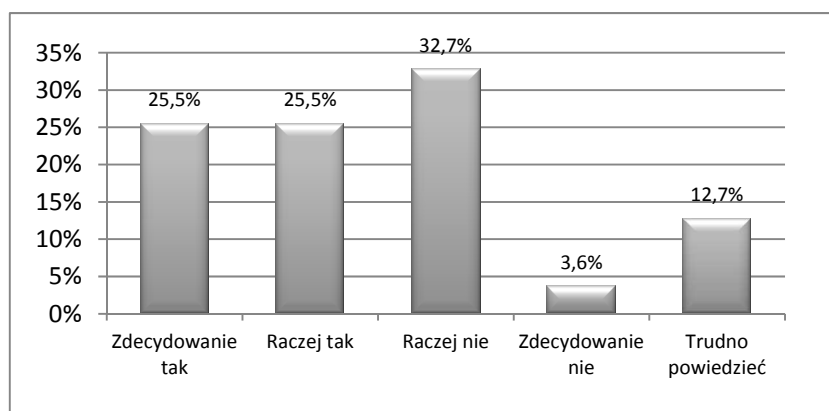
Zdecydowanie większą skłonność do przekwalifikowania się i nauczania nowego zawodu wykazują kobiety w stosunku do mężczyzn. Odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzieliło 55,6% kobiet wobec 30,4% mężczyzn – tabela 5.12.

Co drugi respondent wyraził także gotowość do późniejszego szkolenia młodzieży w zawodach ginących, po uprzednim przeszkoleniu do pełnienia funkcji mentora. Brak zainteresowania taką formą aktywności zawodowej wyraziło 36,3% badanych (wykres 5.20).

TABELA 5.12. GOTOWOŚĆ DO BEZPŁATNEGO PRZEKVALIFIKOWANIA SIĘ I NAUCZENIA NOWEGO ZAWODU, KTÓRY UCHODZI ZA GINĄCY, WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Ogółem
Zdecydowanie tak	4,3	20,4	13,0
Raczej tak	26,1	35,2	31,0
Raczej nie	34,8	18,5	26,0
Zdecydowanie nie	19,6	18,5	19,0
Trudno powiedzieć	15,2	7,4	11,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.20. CZY PO ODPOWIEDNIM PRZESZKOLENIU PODJĄŁ(ĘŁA)BY SIĘ PAN(I) SZKOLENIA MŁODYCH OSÓB W ZAWODACH GINĄCYCH?

TABELA 5.13. CZY PO ODPOWIEDNIM PRZESZKOLENIU PODJĄŁ(ĘŁA)BY SIĘ PAN(I) SZKOLENIA MŁODYCH OSÓB W ZAWODACH GINĄCYCH? (WSKAZANIA WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW)

Wyszczególnienie	Mężczyzna	Kobieta	Ogółem
Zdecydowanie tak	9,5%	35,3%	25,5%
Raczej tak	28,6%	23,5%	25,5%
Raczej nie	38,1%	29,4%	32,7%
Zdecydowanie nie	9,5%	0,0%	3,6%
Trudno powiedzieć	14,3%	11,8%	12,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Z analizy danych zawartych w tabeli 5.13 wynika, że pełnieniem funkcji mentora szczególnie zainteresowane są kobiety. Odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzieliło 58,8% respondentek, wobec 38,1% w przypadku mężczyzn.

W tym miejscu istotną kwestią jest ustalenie, jakie są przyczyny wyrażonej niechęci do przekwalifikowania się i nauczania nowego zawodu, który dzisiaj uchodzi za ginący.

Z informacji uzyskanych od respondentów wynika, że główną barierą reorientacji zawodowej jest wiek, a to oznacza brak wiary, że można wykonywać często nowy zawód w wieku starszym – tabela 5.14.

TABELA 5.14. POWODY NIECHĘCI DO PRZEKVALIFIKOWANIA SIĘ I NAUCZENIA NOWEGO ZAWODU, KTÓRY DZISIAJ UCHODZI ZA GINĄCY

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
Wiek/emerytura	18
Zdrowie	14
Brak zainteresowania	10
Niepewność pracy w nowym zawodzie i w czasie przekwalifikowania	5
Niepewność czy się nadaje	3
Niechęć do nauki	2
Inne	4

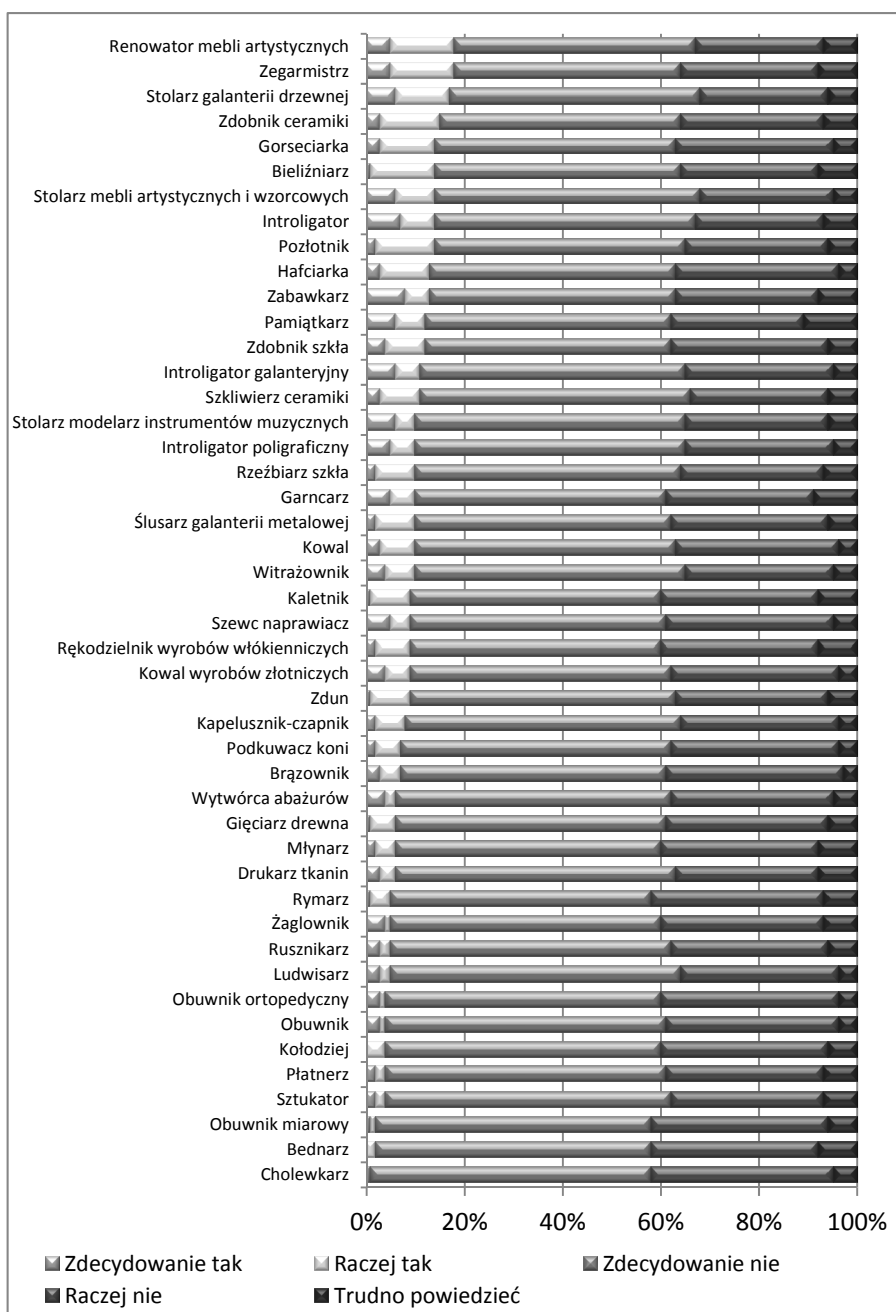
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Niewątpliwie ważną determinantą jest również zła samoocena kondycji zdrowotnej (opinia 14 respondentów) czy też brak zainteresowania, niepewność pracy w nowym zawodzie i w czasie przekwalifikowania się, niepewność przydatności do pracy w nowych zawodach, a także niechęć do uczenia się w starszym wieku.

Wydaje się, że te bariery z łatwością można pokonać poprzez zapewnienie odpowiednich usług diagnostycznych i doradczych dostosowanych do osób starszych po 50. roku życia, uwzględniających możliwości nauki i pracy w zawodach ginących. Usługi te winny mieć charakter interdyscyplinarny, z udziałem doradców zawodowych i rolniczych, lekarzy, psychologów.

Spośród 46 zawodów rzemieślniczych przedstawionych na liście największe zainteresowanie, jeśli chodzi o naukę, a następnie przekazywanie zdobytej wiedzy młodzieży, dotyczy takich zawodów, jak (najwięcej wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak”):

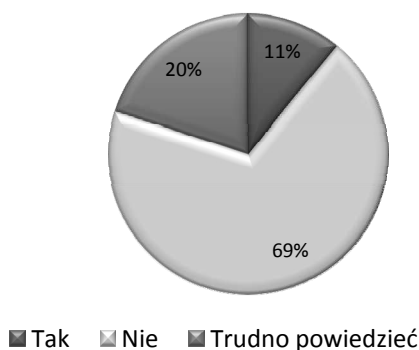
- renowator mebli artystycznych;
- zegarmistrz;
- stolarz galanterii drzewnej;
- zdobnik ceramiki;
- gorseciarka;
- bieliźniarz;
- stolarz mebli artystycznych i wzorcowych;
- introligator;
- pozłotnik;
- hafciarka;
- zabawkarz.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.21. POTENCJALNY STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA RESPONDENTÓW NAUKĄ, A NASTĘPNIE PRZEKAZYWANIEM ZDOBYTEJ WIEDZY MŁODZIEŻY W POSZCZEGÓLNYCH ZAWODACH, KTÓRE MOŻNA UZNAĆ ZA GINĄCE

Respondentów zapytaliśmy także o już posiadane umiejętności w wykonywaniu wymienionych zawodów ginących. Z całej badanej populacji 100 osób 11 odpowiedziało twierdząco (wykres 5.22).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.22. POSIADANE PRZEZ RESPONDENTÓW UMIEJĘTNOŚCI W WYKONYWANIU ZAWODÓW GINĄCYCH

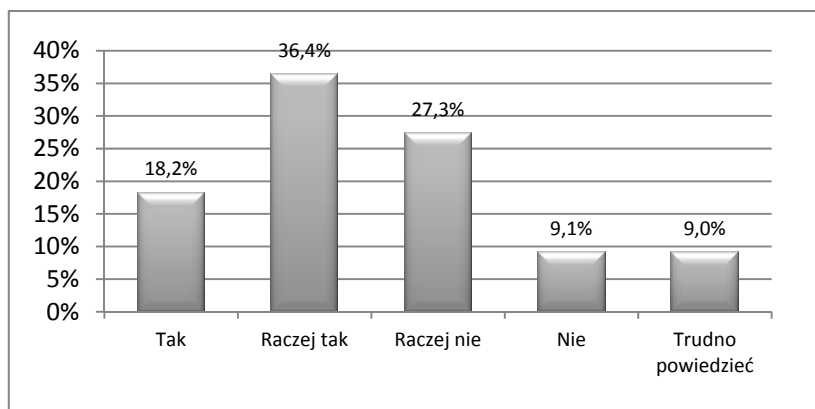
W tabeli 5.15 przedstawiono zawody, w których respondenci posiadają odpowiednie umiejętności. Na liście znalazły się takie zawody, jak: hafciarka, garncarz, kaletnik, stolarz galanterii drzewnej, szewc naprawiacz oraz zdobnik szkła i ceramiki.

TABELA 5.15. ZAWODY, W KTÓRYCH RESPONDENCI POSIADAJĄ ODPOWIEDNIE UMIEJĘTNOŚCI

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
Garncarz	1
Hafciarka	3
Kaletnik	1
Krawcowa	2
Stolarz galanterii drzewnej	2
Szewc naprawiacz	1
Zdobnik szkła i ceramiki	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Na pytanie, czy byliby skłonni przekazywać swoją unikatową wiedzę młodzieży, czyli pełnić funkcję mentora, większość badanych odpowiedziała twierdząco (blisko 55% wskazań na „tak” i „raczej tak”) – wykres 5.23.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 5.23. CZY BYŁBY(ABY) PAN(I) SKŁONNY(A) PRZEKAZYWAĆ SWOJĄ UNIKATOWĄ WIEDZĘ MŁODZIEŻY?

W związku z tym, że wiele zawodów rzemieślniczych wymaga wieloletniej praktyki, w pierwszej kolejności należy aktywizować do bycia mentorem osoby, które już posiadają określone umiejętności w rzemieślniczych zawodach ginących.

ROZDZIAŁ 6. POZOSTAJĄCE BEZ ZATRUDNIENIA OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE

6.1. Założenia badawcze

Głównym celem badania ilościowego była identyfikacja barier i czynników wzrostu zatrudnienia osób bezrobotnych⁹ mniej dyspozycyjnych, do których należą osoby niepełnosprawne, w zawodach mało popularnych.

W badaniu w szczególności zwrócono uwagę na:

- identyfikację przyczyn ich bezrobocia w opinii samych zainteresowanych;
- identyfikację czynników determinujących ich sytuację na rynku pracy (system poradnictwa zawodowego, ocena systemu kształcenia);
- ustalenie potencjalnego stopnia zainteresowania nauką, a następnie założeniem własnej działalności w zawodach, które uznajemy za mało popularne;
- ustalenie stopnia zainteresowania szkoleniami w zawodach mało popularnych na odległość, z wykorzystaniem internetu, nie wychodząc z domu;
- ustalenie realnej gotowości do założenia własnej działalności w zawodach mało popularnych.

Ze względu na złożoność, jak i innowacyjność samej problematyki, w badaniu, zgodnie z założeniami projektu, zastosowano ustrukturyzowane bezpośrednie indywidualne wywiady (IDI), skierowane do osób bezrobotnych. Dzięki swobodnej atmosferze rozmowy przeprowadzający wywiad miał możliwość pogłębienia wypowiedzianych przez respondenta treści, dotarcia do informacji, które nie pojawiłyby się w obecności osób trzecich.

W przypadku badania osób bezrobotnych zastosowano celowy dobór próby, wykorzystując metodę „kuli śnieżnej”. Przeprowadzający wywiady docierali do jednej lub kilku osób bezrobotnych będących obiektem badania, przeprowadzali wywiad, a następnie uzyskiwali kontakty do kolejnych osób. Taką procedurę powtarzali aż do momentu przeprowadzenia zakładanej liczby wywiadów IDI.

Warunkiem udziału w badaniu była pisemna zgoda respondentów na udział w badaniu, w tym zgoda na przetwarzanie danych osobowych.

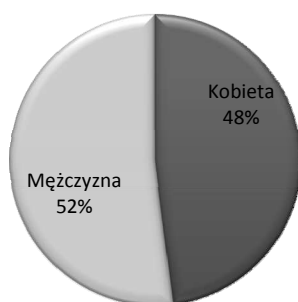
⁹ W niniejszym badaniu za osobę bezrobotną uznano taką, która w momencie badania nie była zatrudniona, ale wykazywała zainteresowanie podjęciem pracy.

Przy rekrutacji do badania bezrobotnych osób z grupy ON (niepełnosprawnych) uwzględniano:

- fakt posiadania orzeczenia o niepełnosprawności;
- płeć – kobiety i mężczyźni w miarę w równych proporcjach;
- status na rynku pracy – badano osoby, które nie pracują i nie prowadzą działalności gospodarczej;
- chęć podjęcia pracy.

6.2. Charakterystyka badanej populacji

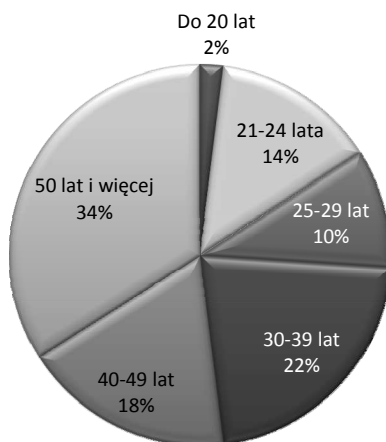
W badanej zbiorowości 50 bezrobotnych osób niepełnosprawnych były 24 kobiety (48%) oraz 26 mężczyzn (52%) – wykres 6.1.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.1. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG PŁCI

Pod względem struktury wieku najliczniej reprezentowani byli respondenci z grupy wiekowej 50 lat i więcej (34%) oraz z grupy wiekowej 30-39 lat (22%) – wykres 6.2. Bezrobotni w wieku 40-49 lat stanowili 18%, zaś w grupie 21-24 lata – 14%. Osoby do 20. roku życia stanowiły 2% ogółu badanych. W efekcie, w badanej populacji udział osób w wieku niemobilnym ukształtował się na poziomie niemalże 50%, co może stanowić istotną barierę w ich aktywizacji zawodowej.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.2. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG WIEKU

Porównując strukturę wiekową populacji według płci zauważymy, że zdecydowanie więcej jest kobiet niepełnosprawnych w starszym wieku, a więc w grupie 50 lat i więcej (41,7% wobec 26,9% mężczyzn) – tabela 6.1.

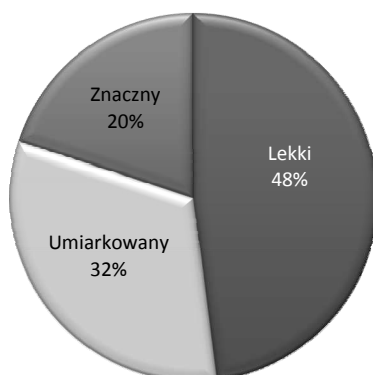
TABELA 6.1. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG WIEKU I PŁCI RESPONDENTÓW

Wiek	Kobieta	Mężczyzna	Ogółem
Do 20 lat	0,0%	3,9%	2,0%
21-24 lata	12,5%	15,4%	14,0%
25-29 lat	8,3%	11,5%	10,0%
30-39 lat	20,8%	23,1%	22,0%
40-49 lat	16,7%	19,2%	18,0%
50 lat i więcej	41,7%	26,9%	34,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Z punktu widzenia aktywizacji zawodowej bardzo istotny jest stopień oraz rodzaj niepełnosprawności.

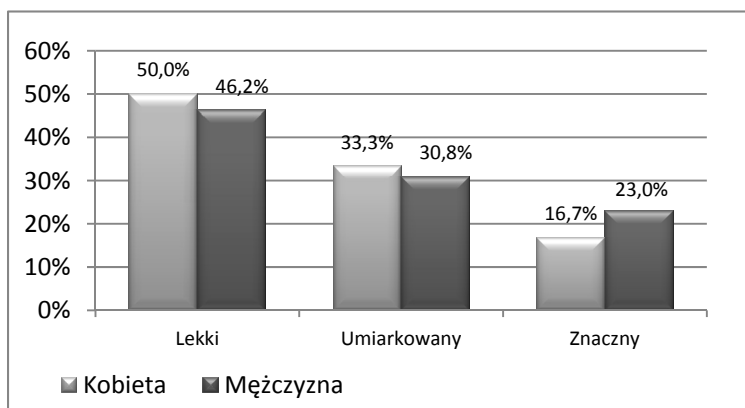
Struktura badanych ze względu na stopień niepełnosprawności jest dość korzystna, gdyż blisko połowę stanowią osoby z lekkim stopniem niepełnosprawności, a co trzecia osoba posiada stopień umiarkowany. Najwyższy stopień inwalidztwa posiada 20% badanej populacji – wykres 6.3.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.3. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG STOPNIA NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI

W strukturze niepełnosprawnych, biorąc pod uwagę płeć, ukształtował się wyższy odsetek kobiet z lekkim i umiarkowanym stopniem niepełnosprawności w stosunku do mężczyzn – wykres 6.4.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.4. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG STOPNIA NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI A PŁEĆ RESPONDENTÓW

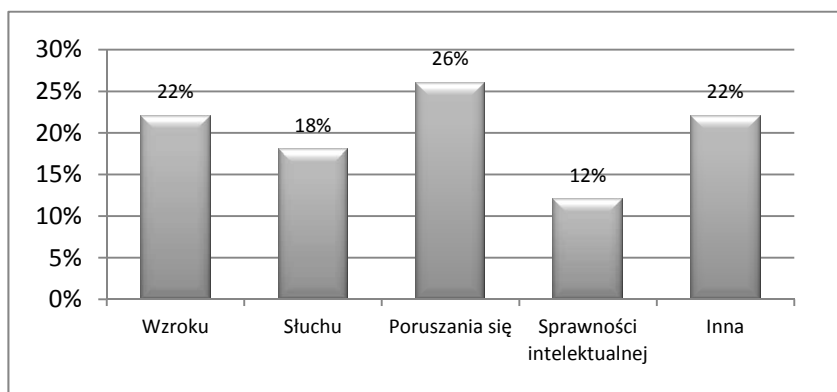
Z analizy struktury badanej populacji według stopnia niepełnosprawności przy uwzględnieniu wieku wynika, że najwyższy stopień niepełnosprawności dotyczy dwie skrajne grupy wiekowe, a mianowicie osoby w wieku do 20 lat oraz osoby w wieku 50 lat i więcej – tabela 6.2.

TABELA 6.2. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG STOPNIA NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI A WIEK RESPONDENTÓW

Wiek	Stopień niepełnosprawności			Ogółem
	lekki	umiarkowany	znaczny	
Do 20 lat	0,0%	0,0%	10,0%	2,0%
21-24 lata	12,5%	12,4%	20,0%	14,0%
25-29 lat	12,5%	12,5%	0,0%	10,0%
30-39 lat	20,8%	31,3%	10,0%	22,0%
40-49 lat	25,0%	12,5%	10,0%	18,0%
50 lat i więcej	29,2%	31,3%	50,0%	34,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

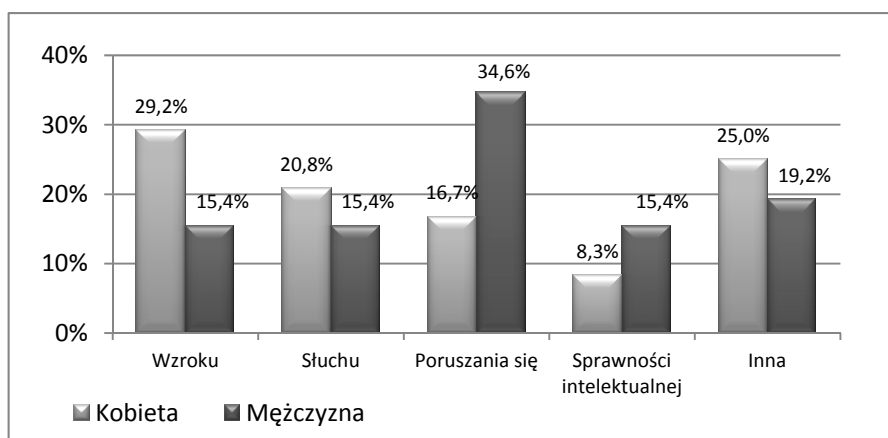
Biorąc pod uwagę rodzaj niepełnosprawności, w badanej populacji dominują osoby z niepełnosprawnością ruchową (26%) oraz wzroku (22%) – wykres 6.5. Nieco mniejszy jest odsetek respondentów z niepełnosprawnością słuchu (18%) czy też sprawności intelektualnej (12%). 22% badanych było niepełnosprawnych z innych powodów, a mianowicie związanych m.in. z przebytymi chorobami układu krążenia, cukrzycą, z zaburzeniami depresyjnymi.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.5. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG RODZAJU NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI

Wyniki badań wskazują, że populacja osób niepełnosprawnych jest zróżnicowana pod względem płci. Wyższy jest odsetek kobiet z niepełnosprawnością wzroku oraz słuchu, a z kolei w przypadku mężczyzn niepełnosprawność w większym stopniu dotyczy poruszania się oraz sprawności intelektualnej – wykres 6.6.

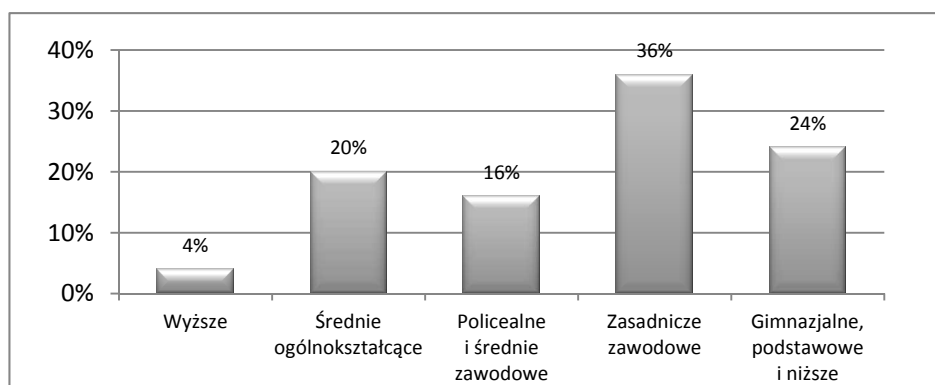


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.6. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG RODZAJU NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Sytuacja osób niepełnosprawnych zdeterminowana jest posiadanym wykształceniem i z tym związanym wyuczonym zawodem, a także zawodem wykonywanym w okresie aktywności zawodowej.

Analiza struktury wykształcenia pokazała, że większość badanych legitymowała się wykształceniem zasadniczym zawodowym (36%) oraz gimnazjalnym, podstawowym i niższym (24%). Udział osób z wykształceniem średnim ukształtował się na poziomie 36%, w tym z policealnym i średnim zawodowym 16%, średnim ogólnym 20%. Najmniejszy jest udział osób z wykształceniem wyższym – 4% badanych – wykres 6.7.

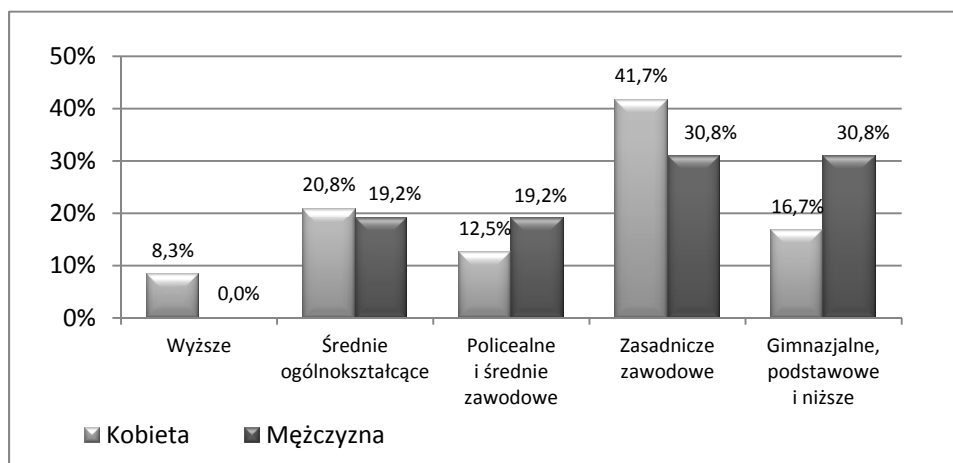


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.7. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG WYKSZTAŁCENIA

Niski poziom wykształcenia niewątpliwie staje się także istotną barierą w aktywizacji osób niepełnosprawnych.

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 6.8 wynika, że kobiety niepełnosprawne charakteryzują się nieco wyższym poziomem wykształcenia w stosunku do mężczyzn. Odsetek kobiet z wykształceniem wyższym i średnim kształtuje się na poziomie 42,6% (mężczyźni 38,4%). Poza tym co trzeci badany niepełnosprawny mężczyzna legitymował się wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i niższym (kobiety 16,7%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.8. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG WYKSZTAŁCENIA A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Wysoki odsetek osób niepełnosprawnych z wykształceniem ogólnokształcącym, a także gimnazjalnym, podstawowym i niższym skutkuje tym, że w badanej populacji aż 42% respondentów nie posiada zawodu (tabela 6.3).

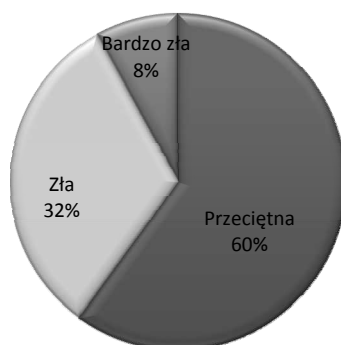
TABELA 6.3. ZAWÓD WYUCZONY BADANYCH OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Zawód	Liczba	Udział (%)
Brak zawodu	21	42,0
Pracownik budowlany	3	6,0
Introligator	1	2,0
Kosmetyczka	1	2,0
Krawcowa	3	6,0
Kucharz	1	2,0
Lektor języka angielskiego	1	2,0

Mechanik samochodowy	3	6,0
Mleczarka	1	2,0
Murarz	1	2,0
Operator punktów cieplnych	1	2,0
Planistka	1	2,0
Rolnik	1	2,0
Sprzedawca	4	8,0
Stolarz	2	4,0
Ślusarz	1	2,0
Technik bhp	1	2,0
Technik geodeta	1	2,0
Technik mechanik	1	2,0
Technik urządzeń sanitarnych	1	2,0
Ogółem	50	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Jak wynika z przeprowadzonych badań (wykres 6.9), sytuacja materialna osób niepełnosprawnych, w ich subiektywnej ocenie, jest bardzo trudna. Zdecydowana większość udzieliła odpowiedzi „przeciętna”, a 40% badanych oceniło swoją sytuację materialną jako „złą” lub „bardzo złą”. Nikt z respondentów nie ocenił swojej sytuacji jako dobrą lub bardzo dobrą.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.9. SYTUACJA MATERIALNA BADANYCH OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

W nieznacznie gorszej sytuacji materialnej są kobiety w stosunku do mężczyzn. Odsetek wskazań na oceny „zła” i „bardzo zła” wynosi 41,7% wobec 38,5% w przypadku mężczyzn – tabela 6.4.

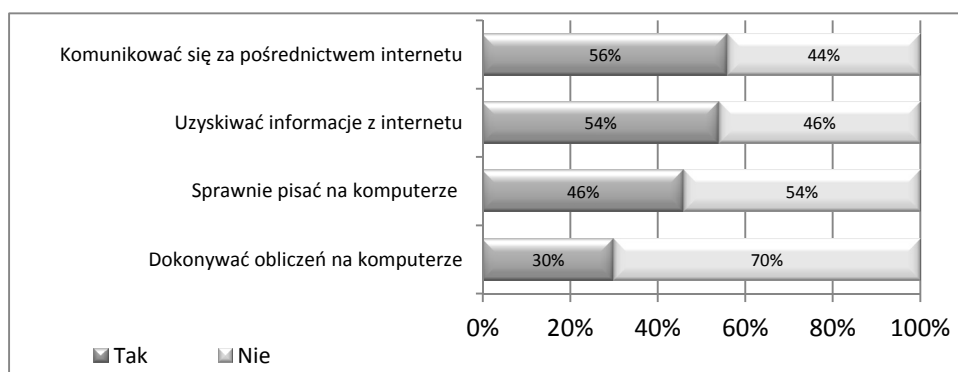
TABELA 6.4. SYTUACJA MATERIALNA A PŁEĆ RESPONDENTÓW

Sytuacja materialna	Płeć		Ogółem
	kobieta	mężczyzna	
Przeciętna	58,3%	61,5%	60,0%
Zła	33,3%	30,8%	32,0%
Bardzo zła	8,4%	7,7%	8,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Ze względu na to, że w przypadku osób niepełnosprawnych ich aktywizacja zawodowa winna odbywać się z wykorzystaniem sprzętu teleinformatycznego, zapytaliśmy respondentów o posiadane umiejętności w zakresie obsługi komputera.

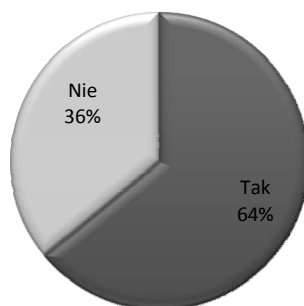
Z analizy danych przedstawionych na wykresie 6.10 wynika, że tylko około połowy respondentów posiada umiejętności związane z obsługą komputera, a w szczególności związane z komunikowaniem się za pośrednictwem internetu (56% wskazań), uzyskiwaniem informacji z internetu (54% wskazań) czy też sprawnym pisanem na komputerze (46% wskazań). Najniższy odsetek respondentów potrafi dokonywać obliczeń na komputerze (30%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.10. UMIEJĘTNOŚCI W ZAKRESIE OBSŁUGI KOMPUTERA

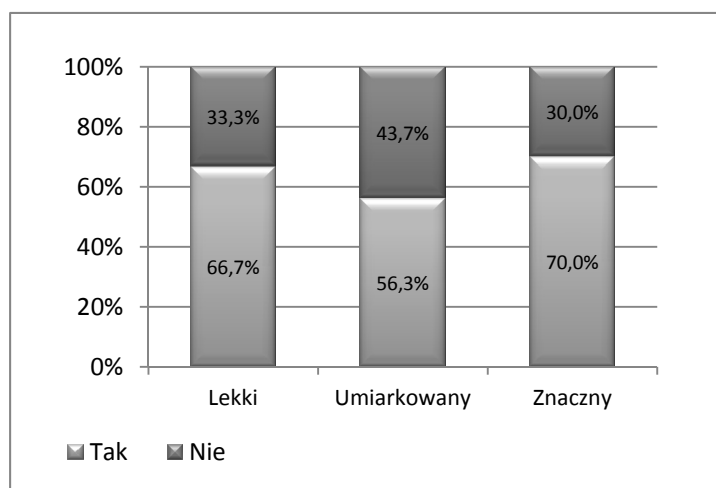
Z badanej populacji 64% posiada możliwość korzystania z komputera i internetu, a 36% nie ma takiej możliwości, co staje się istotną barierą w aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych poprzez np. e-learning, zachęcanie do e-biznesu.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.11. MOŻLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z KOMPUTERA I INTERNETU

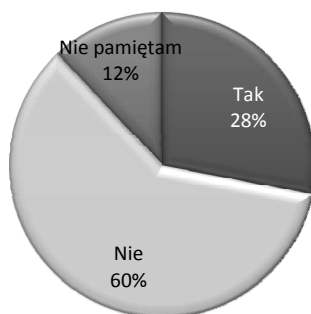
Pocieszający może być fakt, iż 3/4 badanych osób ze znacznym stopniem niepełnosprawności posiada dostęp do komputera i internetu (wykres 6.12).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

**WYKRES 6.12. MOŻLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z KOMPUTERA I INTERNETU
A STOPIEŃ NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI RESPONDENTÓW**

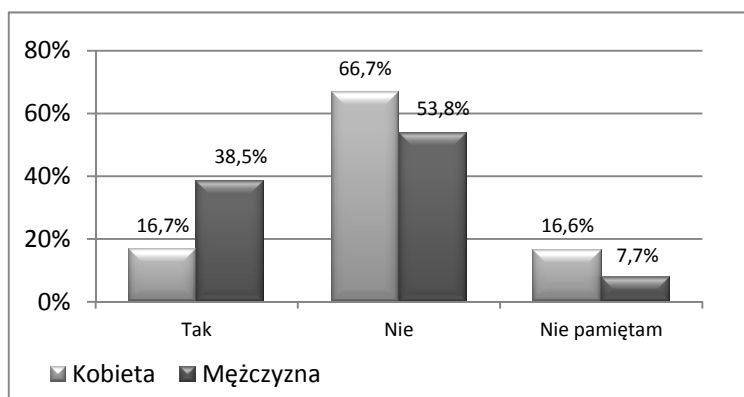
W badaniu zostało zadane pytanie odnośnie praktycznego wykorzystania komputera i internetu przez respondentów do załatwienia jakiejś ważnej sprawy – wykres 6.13. Zaledwie co trzeci badany udzielił odpowiedzi twierdzącej.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.13. CZY ZDARZAŁO SIĘ JAKĄŚ WAŻNĄ SPRAWĘ ZAŁATWIAĆ PRZEZ INTERNET?

Analiza uzyskanych wyników badań wskazuje, że mężczyźni zdecydowanie częściej załatwiają jakieś ważne sprawy przez internet (38,5% wskazań wobec 16,7% w przypadku kobiet) – wykres 6.14.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

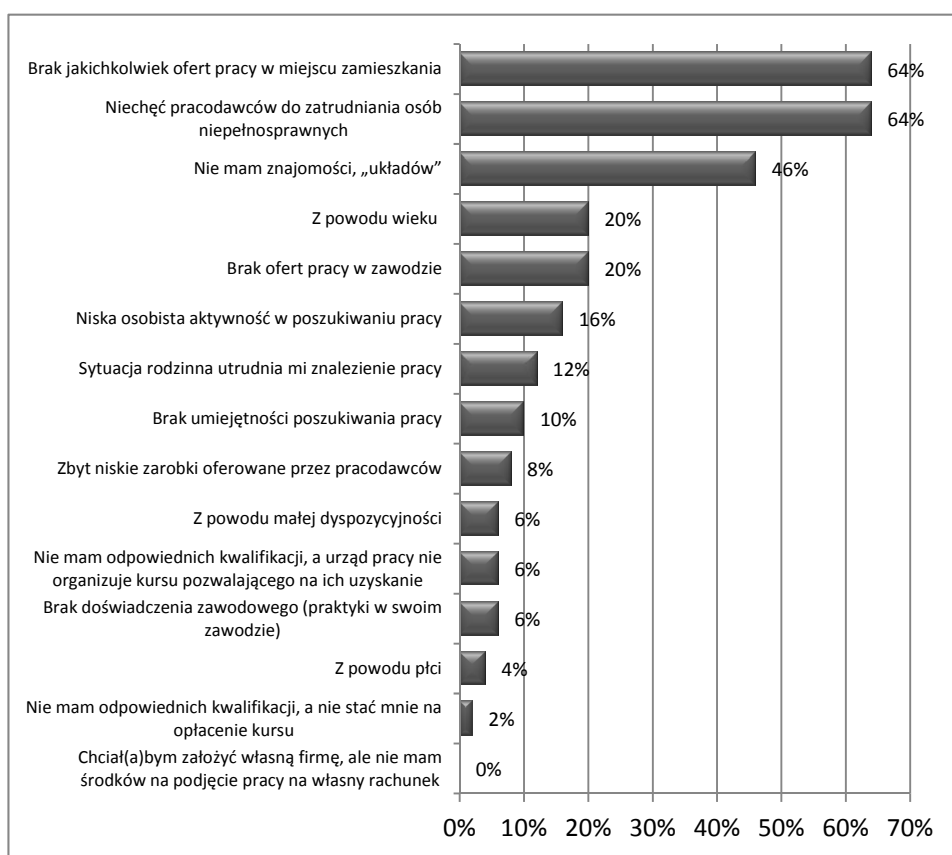
WYKRES 6.14. CZY ZDARZAŁO SIĘ JAKĄŚ WAŻNĄ SPRAWĘ ZAŁATWIAĆ PRZEZ INTERNET? (% WSKAZAŃ WEDŁUG PŁCI)

6.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy

Badani respondenci, udzielając odpowiedzi na pytanie dotyczące czynników utrudniających im znalezienie pracy, tak jak w badaniach dotyczących innych grup osób bezrobotnych, mogli wskazać na pięć możliwości.

Jak wynika z wykresu 6.15, głównymi czynnikami utrudniającymi znalezienie pracy jest niedostateczny popyt na pracę na lokalnych rynkach (64% wskazań na brak ofert pracy w miejscu zamieszkania) oraz niechęć pracodawców do zatrudniania osób niepełnosprawnych (64% wskazań).

Jednocześnie 46% respondentów wskazuje na barierę w postaci nieposiadania znajomości, „układów”. Bowiem w opinii także bezrobotnych osób niepełnosprawnych, w warunkach wysokiej podaży zasobów pracy, znajomości stanowią główne kryterium, którym kierują się pracodawcy przy zatrudnianiu nowych pracowników¹⁰.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.15. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY

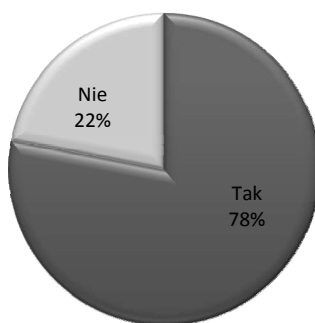
¹⁰ Takie opinie wyrażane były także przez badane inne grupy bezrobotnych.

W opinii bezrobotnych osób niepełnosprawnych trudności ze znalezieniem pracy wynikają także z powodu:

- wieku (20% wskazań);
- braku ofert w zawodzie (20% wskazań);
- niskiej osobistej aktywności w poszukiwaniu pracy (16% wskazań);
- sytuacji rodzinnej (12% wskazań);
- braku umiejętności poszukiwania pracy (10% wskazań);
- zbyt niskich zarobków oferowanych przez pracodawców (8% wskazań);
- zbyt małej dyspozycyjności (6% wskazań).

Istotnym elementem determinującym zatrudnienie osób niepełnosprawnych jest ich osobista aktywność w poszukiwaniu pracy.

Z badań wynika, iż ogromna większość (78%) podejmuje różne starania w celu znalezienia pracy – wykres 6.16.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

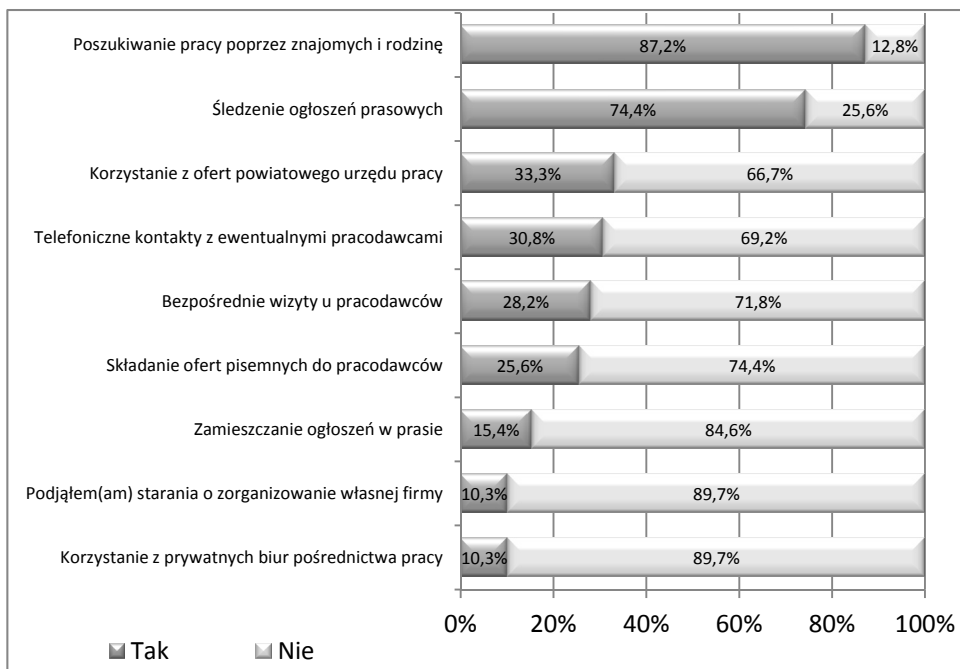
WYKRES 6.16. PODEJMOWANE DZIAŁANIA NA RZECZ ZNALEZIENIA PRACY

Na wykresie 6.17 zaprezentowano sposoby poszukiwania pracy przez bezrobotne osoby niepełnosprawne.

Z analizy danych wynika, iż najważniejsza rola w znalezieniu pracy przypada znajomym i rodzinie (87,2% wskazań). Innym sposobem często wykorzystywanym przy poszukiwaniu pracy jest śledzenie ogłoszeń prasowych (74,4% wskazań).

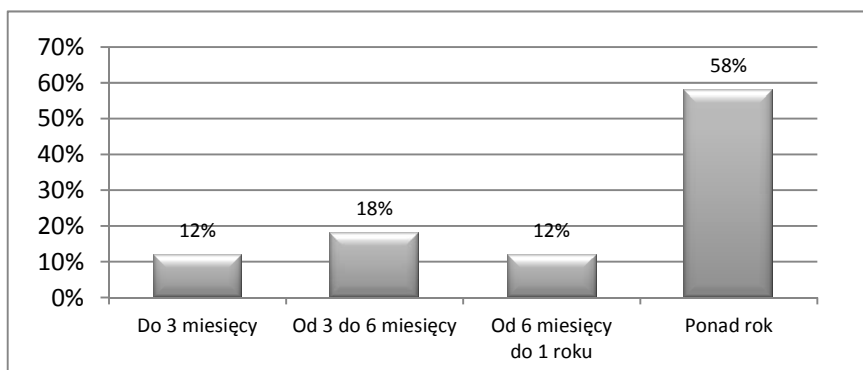
Pozostałe sposoby poszukiwania pracy są wykorzystywane znacznie rzadziej. Z ofert urzędów pracy korzysta 33,3% respondentów, na telefoniczne kontakty z ewentualnymi pracodawcami wskazało 30,8%, bezpośrednie wizyty u pracodawców składa zaś 28,2% badanych. Co czwarty respondent zostawia pisemne oferty u pracodawców.

Osoby, które poszukują pracy, ale nie podejmują żadnych działań w tym kierunku, nie widzą szans na jej znalezienie. Traktują to wręcz jako stratę czasu.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.17. SPOSOBY POSZUKIWANIA PRACY PRZEZ OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.18. OKRES POSZUKIWANIA PRACY

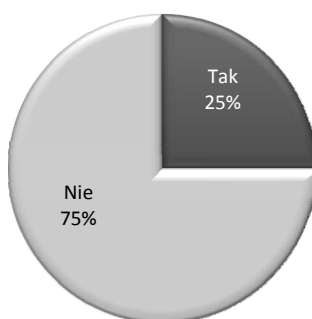
Skuteczność poszukiwania pracy przez bezrobotne osoby niepełnosprawne w efekcie jest bardzo niska. Bowiem zdecydowana większość badanych należy do kategorii bezrobotnych długookresowych, poszukując pracy ponad 1 rok (wykres 6.18).

6.4. Czynniki determinujące sytuację osób niepełnosprawnych na rynku pracy

W tej części raportu zwrócimy uwagę na czynniki determinujące sytuację osób niepełnosprawnych na rynku pracy, odnoszące się do wsparcia ze strony urzędu pracy, doradztwa zawodowego oraz związane z podnoszeniem kwalifikacji.

Z badań wynika, że większość badanych osób niepełnosprawnych, która poszukuje pracy, nie jest zarejestrowana w urzędzie pracy. Na 50 przebadanych osób zaledwie 12 (25%) było zarejestrowanych w urzędzie pracy, w tym 19,2% mężczyzn i 31,8% kobiet (wykres 6.19).

Dane te świadczą, że osoby niepełnosprawne, podobnie jak inne grupy badanych, nie wierzą w skuteczność pomocy w znalezieniu zatrudnienia poprzez urzędy pracy.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.19. ODSETEK RESPONDENTÓW ZAREJESTROWANYCH W URZĘDACH PRACY

Spośród 12 respondentów zarejestrowanych w urzędzie pracy 6 (50%) otrzymało propozycję oferty pracy w ciągu ostatniego roku (tabela 6.5). Wszystkie osoby skorzystały z nich, ale nie podjęły zatrudnienia, ponieważ oferty pracy nie były aktualne czy też wiązały się z pracą w złych warunkach.

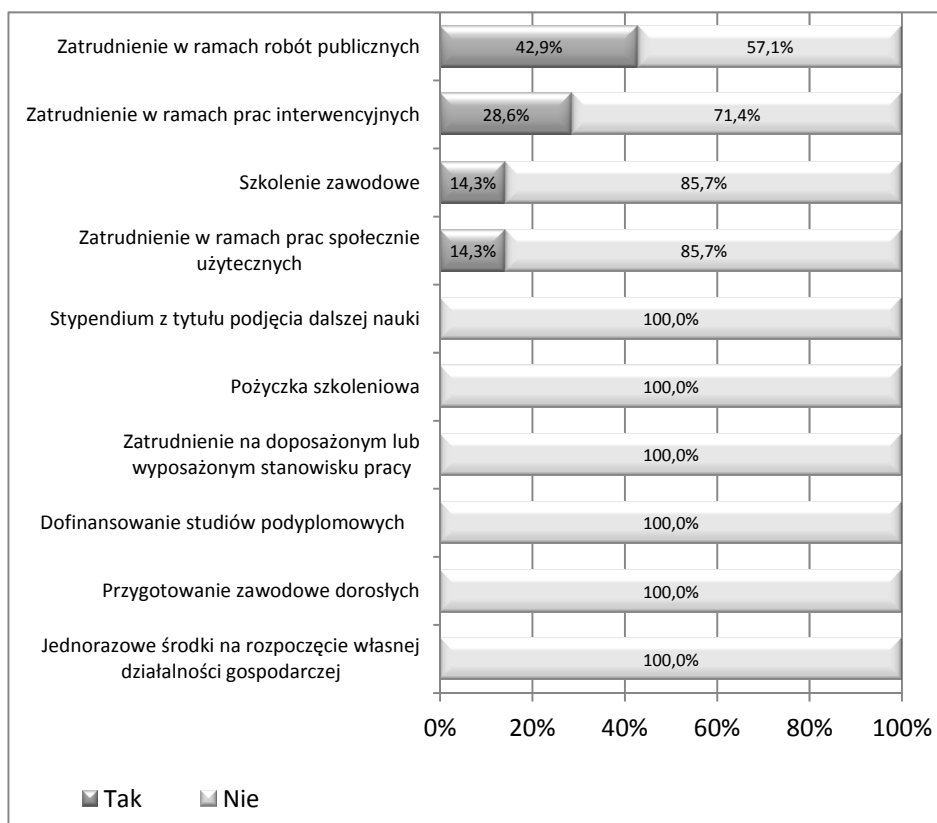
TABELA 6.5. PROPOZYCJA OFERTY PRACY ZE STRONY URZĘDU PRACY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU

Wyszczególnienie	Kobieta	Mężczyzna	Ogółem
Tak	42,9%	60,0%	50,0%
Nie	57,1%	40,0%	50,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Urzędy pracy, poza pośrednictwem pracy, mogą zaoferować szereg innych form wsparcia osobom poszukującym zatrudnienia.

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 6.20 wynika, że urzędy pracy dość rzadko proponują inne formy wsparcia osób niepełnosprawnych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.20. FORMY POMOCY OFEROWANE PRZEZ URZĄD PRACY

Najczęściej oferowaną formą pomocy było zatrudnienie w ramach robót publicznych (42,9% wskazań) oraz w ramach prac interwencyjnych (28,6% wskazań). Propozycje dotyczyły także szkoleń zawodowych (14,3% wskazań) oraz zatrudnienia w ramach prac społecznie użytecznych (14,3% wskazań).

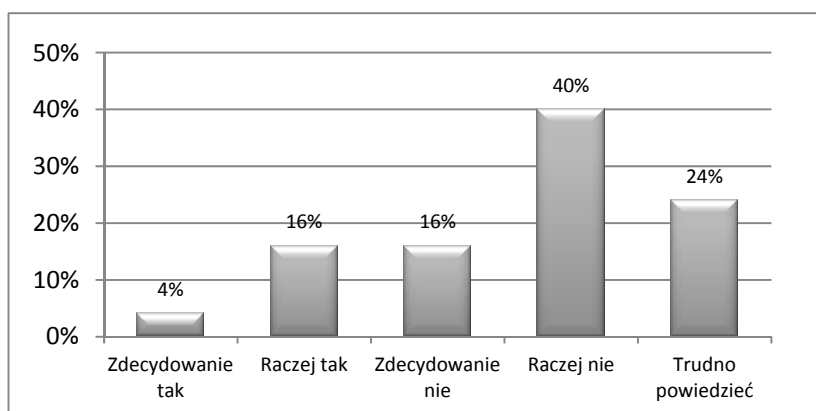
Inne formy wsparcia, takie jak m.in. pożyczka szkoleniowa, jednorazowe środki na rozpoczęcie działalności gospodarczej, przygotowanie zawodowe dorosłych, w ogóle nie były oferowane.

Z propozycji wsparcia złożonych ze strony urzędu pracy respondenci skorzystali tylko ze szkoleń zawodowych. Nie podjęli zatrudnienia w ramach robót publicznych, prac interwencyjnych czy też prac społecznie użytecznych ze względów zdrowotnych, ponieważ proponowana praca była zbyt ciężka bądź było oferowane zbyt niskie wynagrodzenie.

Wszystkie badane osoby poproszone zostały o ocenę znajomości potrzeb i oczekiwań bezrobotnych osób niepełnosprawnych przez instytucje rynku pracy, w tym urzędy pracy.

Jak wynika z wykresu 6.21, tylko co piąty badany dał pozytywną ocenę. Pozostałe osoby udzieliły odpowiedzi „zdecydowanie nie” (16%), „raczej nie” (40%) lub nie były w stanie dokonać takiej oceny.

Taka ocena instytucji rynku pracy świadczy, że osoby niepełnosprawne nie mają świadomości o możliwym ich wsparciu, bądź nie wierzą w skuteczność pomocy.

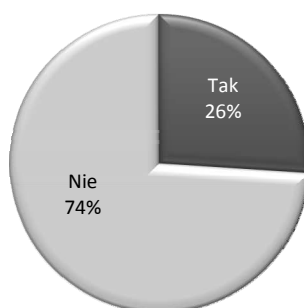


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.21. OCENA ZNAJOMOŚCI POTRZEB I OCZEKIWAŃ BEZROBOTNYCH OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH NA RYNKU PRACY PRZEZ INSTYTUCJE RYNKU PRACY

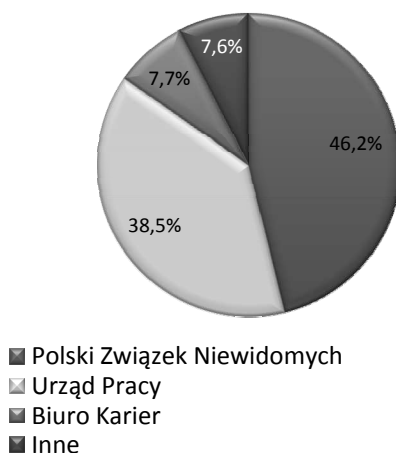
Kolejnym istotnym czynnikiem determinującym sytuację osób niepełnosprawnych na rynku pracy jest dostępność do poradnictwa zawodowego.

Badanym respondentom zadano pytanie na temat korzystania z porad doradcy zawodowego. Uzyskane wyniki wskazują, że z badanej populacji 50 osób niepełnosprawnych z pomocy doradcy zawodowego skorzystało zaledwie 13 osób (26%) – wykres 6.22.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.22. CZY KORZYSTAŁ(A) PAN(I) Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.23. INSTYTUCJE, W KTÓRYCH RESPONDENCI KORZYSTALI Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO

Jeśli chodzi o instytucje, w których respondenci korzystali z usług doradcy zawodowego, był to przede wszystkim urząd pracy, Biuro Karier, Polski Związek Niewidomych (wykres 6.23).

Z analizy danych zawartych w tabeli 6.6 wynika, że osoby niepełnosprawne, które skorzystały z usług doradcy zawodowego, zostały tam skierowane, głównie przez pracowników urzędów pracy, dyrektora Polskiego Związku Niewidomych bądź inne osoby. Tylko 2 osoby zgłosiły się same do doradcy zawodowego.

TABELA 6.6. CZY DO DORADCY ZGŁOSIŁ(A) SIĘ PAN(I) SAM(A) CZY ZOSTAŁ(A) PAN(I) DO NIEGO SKIEROWANY(A)?

Wyszczególnienie	Częstość	Udział (%)
Zostałem(am) skierowany(a)	11	84,6
Sam(a) się zgłosiłem(am) do doradcy zawodowego	2	15,4
Ogółem	13	100,0

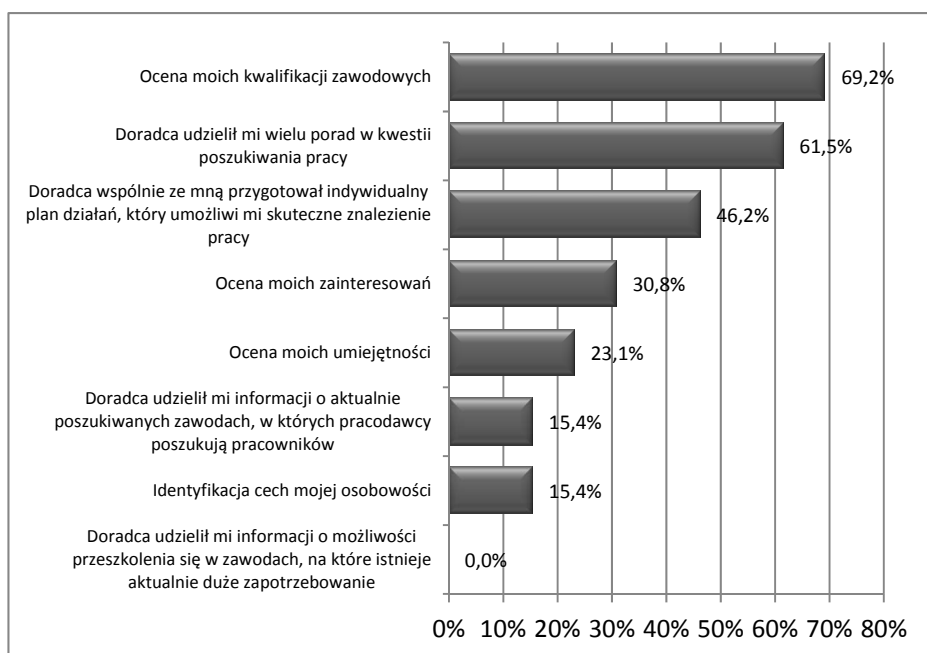
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Jeśli chodzi o obszary konsultacji respondentów z doradcą zawodowym, to dotyczyły one głównie oceny kwalifikacji zawodowych bezrobotnego (wykres 6.24). Na taką odpowiedź, spośród 13 respondentów mających kontakt z doradcą zawodowym, wskazało 9 osób (69,2%). W przypadku 61,5% badanych konsultacje dotyczyły udzielenia porad w kwestii poszukiwania pracy.

Na podkreślenie zasługuje fakt, iż w przypadku 6 osób (46,2%) doradca wspólnie z respondentem przygotował indywidualny plan działania, który ma umożliwić skuteczne znalezienie pracy.

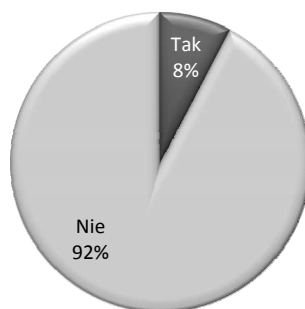
Badani wskazali także na inne formy konsultacji z doradcą zawodowym, jak: ocena zainteresowań (30,8% wskazań), ocena umiejętności (23,1% wskazań), identyfikacja cech osobowościowych (15,4% wskazań), poinformowanie o aktualnie poszukiwanych zawodach na rynku pracy (15,4%).

Nikt z respondentów nie otrzymał wsparcia w formie poinformowania o możliwościach przeszkolenia się w zawodach, na które istnieje aktualnie zapotrzebowanie, co może być zaskakujące w kontekście niskiego poziomu wykształcenia osób niepełnosprawnych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.24. GŁÓWNE OBSZARY KONSULTACJI Z DORADCĄ ZAWODOWYM



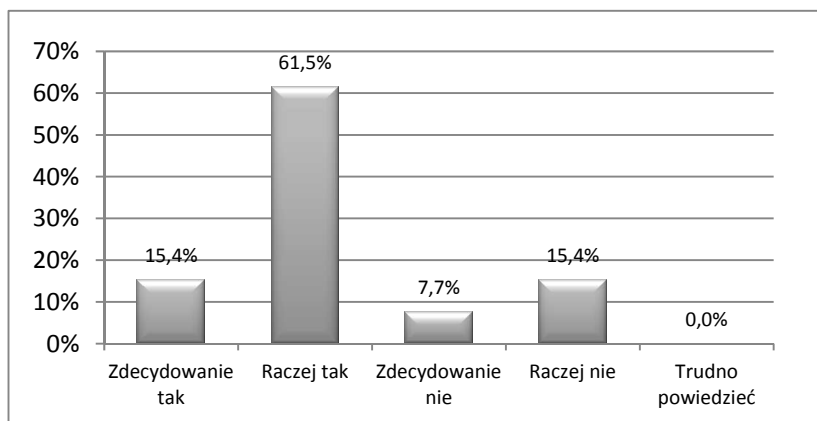
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.25. CZY ZDARZAŁO SIĘ, ŻE KONTAKTY Z DORADCĄ ODBYWAŁY SIĘ PRZEZ TELEFON LUB INTERNET?

Uzyskane wyniki badań potwierdzają, że usługi doradców zawodowych świadczone są w formie tradycyjnej (face to face), co może być istotną barierą w przypadku osób niepełnosprawnych. Tylko 1 osoba korzystając z poradnictwa

zawodowego wskazała, że zdarzyło się, iż kontakt z doradcą zawodowym odbył się przez telefon (wykres 6.25).

Pomimo to, większość respondentów pozytywnie oceniła porady doradcy zawodowego. Na pytanie czy udzielone porady były dopasowane do potrzeb i spełniły oczekiwania, 77% badanych udzieliło odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”. W przypadku 3 osób ocena ta jest negatywna – wykres 6.26.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.26. CZY UDZIELONE PORADY BYŁY DOPASOWANE DO PANA(I) POTRZEB I SPEŁNIŁY OCZEKIWANIA?

Osoby, które nie korzystały z pomocy doradcy zawodowego, wskazywały różne przyczyny tego stanu rzeczy, zwracając jednak głównie uwagę na brak wiedzy o takich usługach, gdzie ich szukać, że nie zostali poinformowani.

Część osób nie wierzy w skuteczność takiej pomocy, traktując usługi doradcy zawodowego jako stratę czasu.

Wszystkich respondentów zapytaliśmy o potencjalne zainteresowanie usługami doradcy zawodowego na odległość, nie wychodząc z domu, z wykorzystaniem telefonu, internetu.

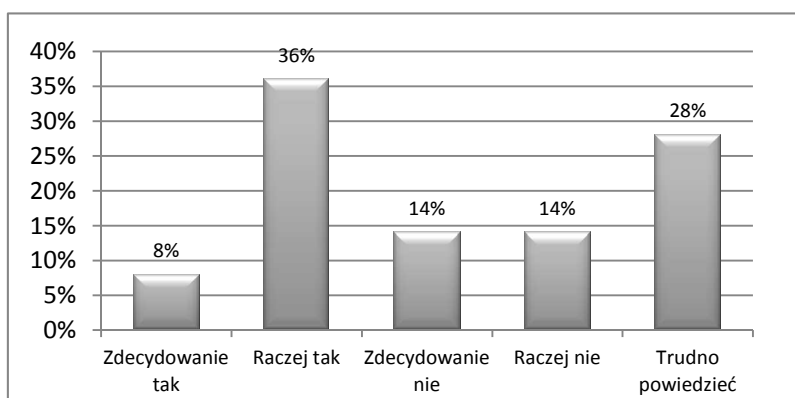
Okazuje się, że gros osób niepełnosprawnych jest zainteresowanych taką formą usług doradczych na odległość. Odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzieliło 48% respondentów. Przeciwnego zdania było o 20 pkt. proc. mniej. Blisko jedna trzecia badanych nie wyraziła opinii na ten temat.

Tak więc, żeby zwiększyć stopień korzystania z usług doradców zawodowych przez osoby niepełnosprawne, należy poszukiwać nowych form ich świadczenia.

TABELA 6.7. PRZYCZYNY NIEKORZYSTANIA Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO

Wyszczególnienie	Częstość	Udział (%)
Nie wiem, gdzie szukać takiego doradcy	9	24,3
Nie wiedziałam o takich usługach	9	24,3
Nie jest mi to potrzebne	7	18,9
Nie zostałem poinformowany	6	16,2
Doradca nic konkretnego mi nie doradzi, w moim przypadku dużo by to nie pomogło	2	5,4
Bez powodu	1	2,7
Brak możliwości	1	2,7
Problem z dostaniem się do miasta	1	2,7
Strata czasu	1	2,8
Ogółem	37	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.27. POTENCJALNE ZAINTERESOWANIE RESPONDENTÓW USŁUGAMI DORADCY ZAWODOWEGO ŚWIADCZONYMI NA ODLEGŁOŚĆ

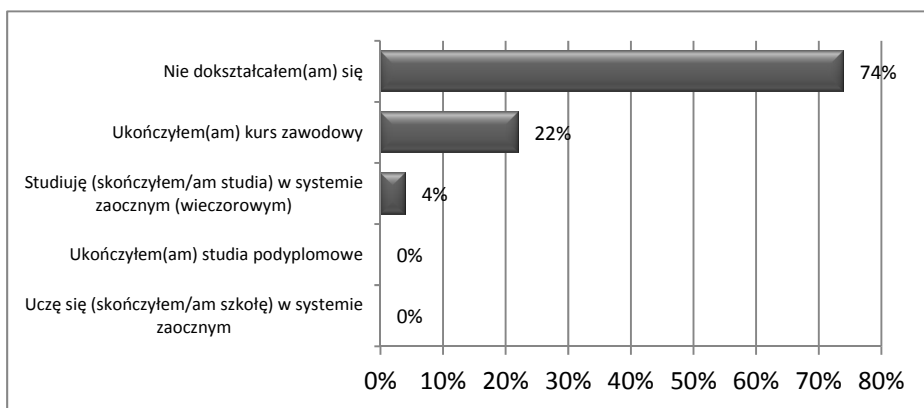
W badaniu zapytaliśmy także o przeszkody, które mogłyby uniemożliwić korzystanie z usług doradczych udzielanych na odległość. Do najważniejszych wskazanych przez respondentów należy zaliczyć:

- brak dostępu do komputera, internetu i telefonu;
- brak umiejętności obsługi komputera;
- brak umiejętności komunikowania się za pośrednictwem internetu;
- potrzebę kontaktu bezpośredniego z doradcą zawodowym.

Tak więc warunkiem upowszechnienia e-poradnictwa zawodowego jest zwiększenie dostępności osób niepełnosprawnych do komputerów i internetu, a także umiejętności praktycznej ich obsługi.

Aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych zdeterminowana jest również ich aktywnością w podnoszeniu swoich kwalifikacji. Jest to ważne tym bardziej, że mamy do czynienia z osobami o niskim poziomie wykształcenia, a kwalifikacje są niewątpliwie jednym z najważniejszych kryteriów przy doborze pracowników.

Analiza danych wykazała, że 37 badanych osób (74%) nie skorzystało z żadnej formy doksztalcania (wykres 6.28). Studia w systemie zaocznym ukończyły 2 osoby (na kierunku filologia angielska i pedagogika opiekuńczo-wychowawcza), zaś kursy zawodowe ukończyło 22%. W ramach szkoleń zawodowych osoby niepełnosprawne ukończyły kursy w zakresie florystyki, kosmetyczny, krawiecki, komputerowy (6 osób), masażu oraz obsługi wózków widłowych.



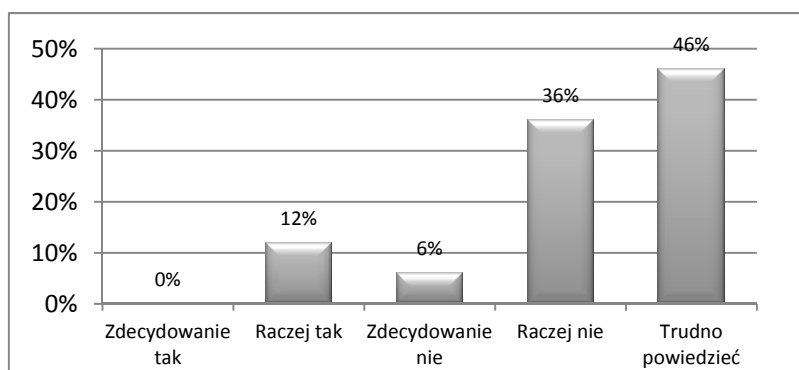
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.28. CZY PODEJMOWAŁ(A) PAN(I) PRÓBĘ DALSZEGO KSZTAŁCENIA LUB DOSKONAŁENIA ZAWODOWEGO PO SKOŃCZENIU SZKOŁY LUB W TRAKCIE PRACY ZAWODOWEJ?

Osoby, które nie doksztalały się, najczęściej tłumaczyły to brakiem potrzeb w tym zakresie, chęci, czasu, ze względu na wiek i niepełnosprawność, brakiem środków finansowych.

Respondenci zostali również poproszeni o ocenę istniejącego systemu szkoleń w aspekcie uwzględniania specyficznych potrzeb osób niepełnosprawnych.

Zdecydowana większość nie była w stanie dokonać takiej oceny (46%) bądź oceniła go negatywnie (42% odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie”). Zaledwie 12% respondentów udzieliło odpowiedzi „raczej tak”.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.29. CZY OBECNY SYSTEM SZKOLEŃ UWZGLĘDNI SPECYFIKĘ OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH?

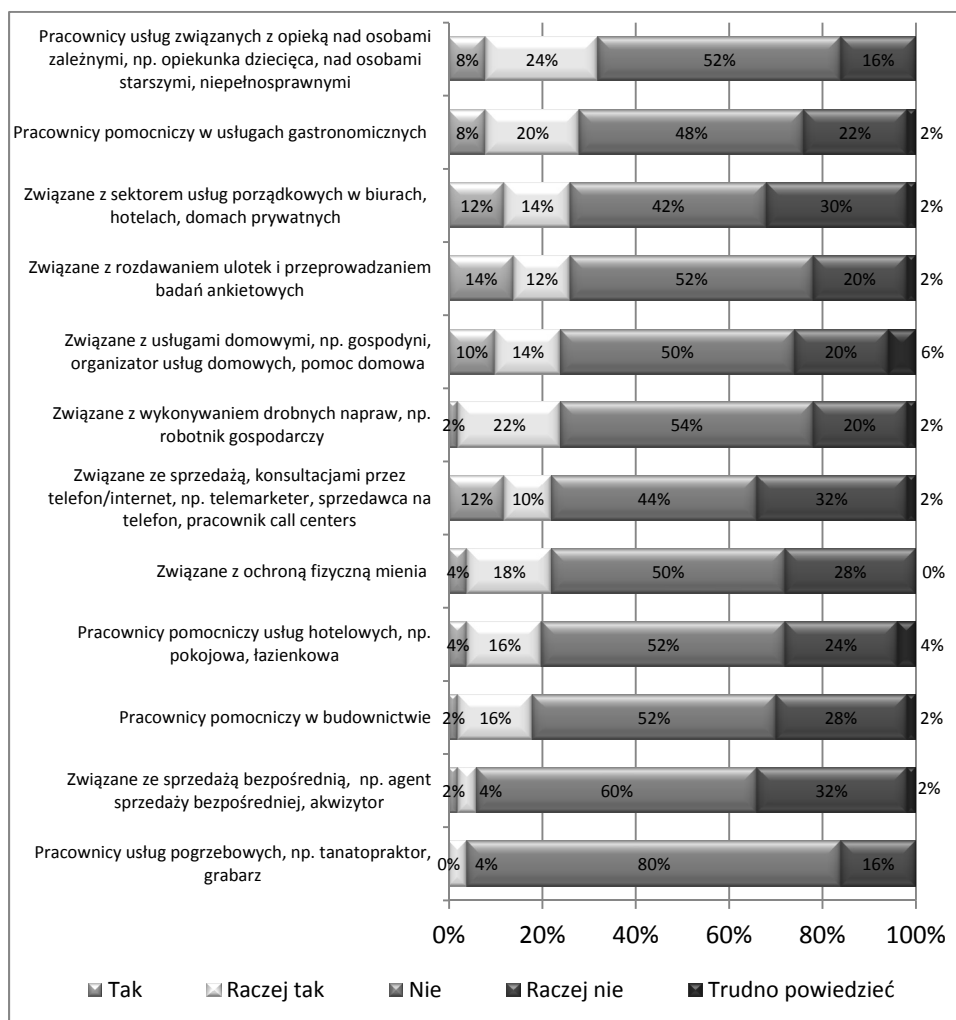
6.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach mało popularnych

W badaniu osób niepełnosprawnych, poszukujących zatrudnienia, zapytaliśmy o potencjalne zainteresowanie nauką, ewentualnie założeniem własnej działalności gospodarczej w zawodach mało popularnych.

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 6.30 wynika, że badane osoby niepełnosprawne są w największym stopniu potencjalnie zainteresowane zawodami związanymi z:

- usługami związanymi z opieką nad osobami zależnymi (32% wskazań na „tak” i „raczej tak”);
- pracami pomocniczymi w usługach gastronomicznych, np. pomoc kuchenna (28% wskazań);
- sektorem usług porządkowych w biurach, hotelach, domach prywatnych (26% wskazań);
- rozdawaniem ulotek i przeprowadzaniem badań ankietowych (26% wskazań);
- usługami domowymi, np. gospodyni, organizator usług domowych, pomoc domowa (24% wskazań);
- usługami gospodarczymi, np. robotnik gospodarczy (24% wskazań);
- sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet, np. telemarketer, sprzedawca na telefon, pracownik call centers (22% wskazań);
- ochroną osób i mienia (22% wskazań);
- pracami pomocniczymi w usługach hotelowych, np. pokojowa (20% wskazań);
- pracami pomocniczymi w budownictwie (18% wskazań).

Najmniejsze zainteresowanie wzbudziły zawody związane ze sprzedażą bezpośrednią oraz usługami pogrzebowymi.



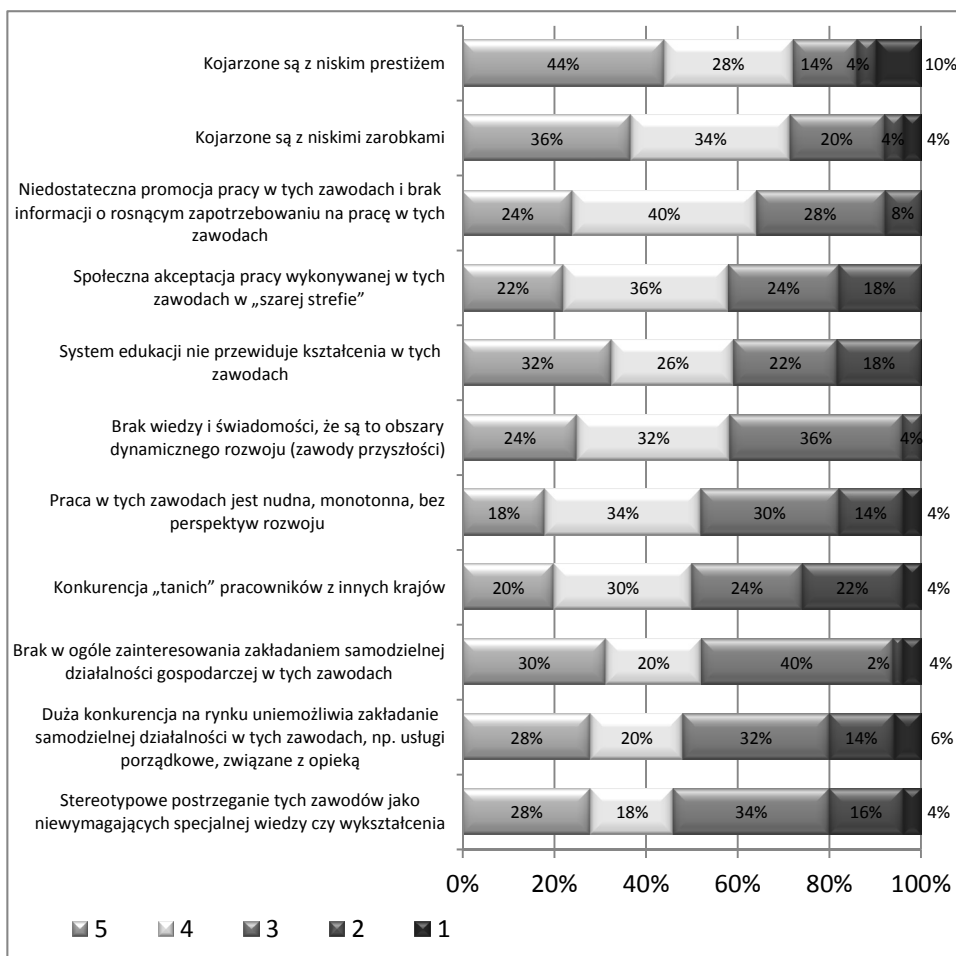
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.30. POTENCJALNE ZAINTERESOWANIE NAUKĄ, EWENTUALNIE ZAŁOŻENIEM WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH

Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie ich subiektywnej oceny wpływu określonych czynników na małą popularność niektórych grup zawodów. Ocena została dokonana w skali od 0 do 5, gdzie 0 – brak wpływu, 1 – bardzo mały wpływ, do 5 – bardzo duży wpływ (wykres 6.31).

Z uzyskanych informacji wynika, iż niepopularność wymienionych wcześniej grup zawodów związana jest przede wszystkim z tym, że:

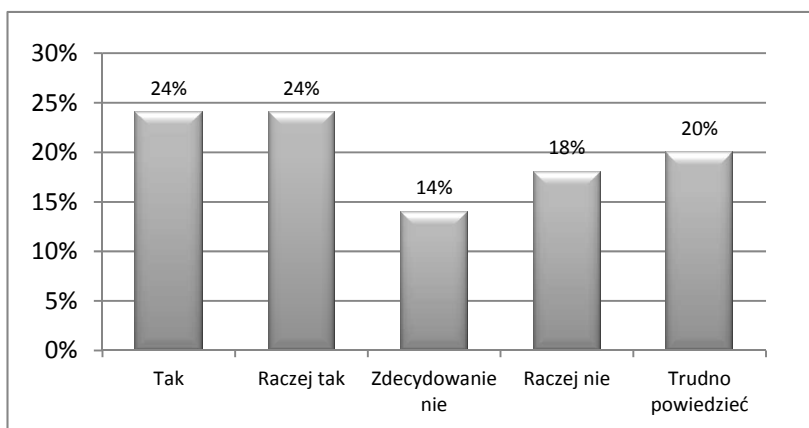
- kojarzone są z niskim prestiżem (72% wskazań na oceny 4-5);
- kojarzone są z niskimi zarobkami (70%);
- istnieje niedostateczna promocja i brak informacji o rosnącym zapotrzebowaniu na pracę w tych zawodach (64%);
- brak kształcenia w tych zawodach (58%);
- brak wiedzy i świadomości, że są to obszary dynamicznego rozwoju (zawody przyszłości) – 56% wskazań.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.31. POWODY NISKIEJ POPULARNOŚCI NIEKTÓRYCH GRUP ZAWODÓW
 – OCENA W SKALI OD 0 DO 5, GDZIE 0 – BRAK WPLYWU, 1 – BARDZO MAŁY WPLYW, DO 5 – BARDZO DUŻY WPLYW

Respondentów zapytaliśmy także o aktualną gotowość do bezpłatnego przekwalifikowania się i nauczania nowego zawodu, który dzisiaj uchodzi za mało popularny (wykres 6.32).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.32. CZY OBECNIE, ŻEBY ZDOBYĆ PRACĘ, JEST PAN(I) GOTOWY(A) DO BEZPŁATNEGO PRZEKVALIFIKOWANIA SIĘ I NAUCZENIA NOWEGO ZAWODU, KTÓRY DZISIAJ UCHODZI ZA MAŁO POPULARNY?

Z badań wynika, że niemalże co druga badana osoba niepełnosprawna jest zainteresowana kształceniem w zawodach mało popularnych w celu zdobycia pracy (48% wskazań na „tak” i „raczej tak”). Zainteresowanie kształceniem wyrażają w podobnym stopniu mężczyźni, jak i kobiety (tabela 6.8).

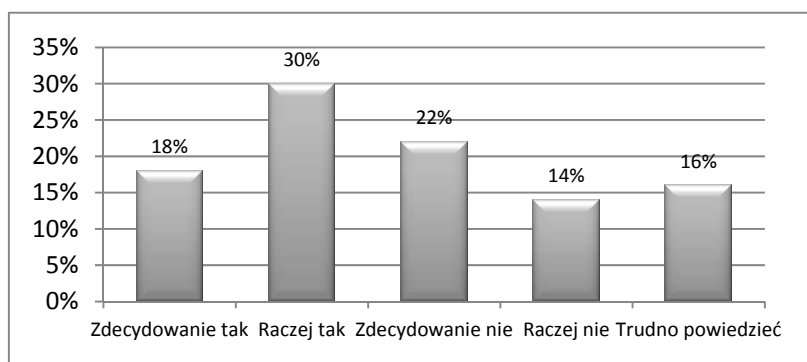
TABELA 6.8. CZY OBECNIE, ŻEBY ZDOBYĆ PRACĘ, JEST PAN(I) GOTOWY(A) DO BEZPŁATNEGO PRZEKVALIFIKOWANIA SIĘ I NAUCZENIA NOWEGO ZAWODU, KTÓRY DZISIAJ UCHODZI ZA MAŁO POPULARNY? (% WSKAZAŃ WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW)

Wyszczególnienie	Kobieta	Mężczyzna	Ogółem
Tak	29,2	19,3	24,0
Raczej tak	16,7	30,8	24,0
Zdecydowanie nie	16,7	11,5	14,0
Raczej nie	16,6	19,2	18,0
Trudno powiedzieć	20,8	19,2	20,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Co trzeci respondent nie wyraził zainteresowania kształceniem w zawodach mało popularnych, w tym 33,3% kobiet i 30,7% mężczyzn, a kolejnych 20% nie było zdecydowanych w tej kwestii, udzielając odpowiedzi „trudno powiedzieć”.

Co ważne, osoby niepełnosprawne są zainteresowane zdalnymi szkoleniami w zawodach mało popularnych, z wykorzystaniem internetu, nie wychodząc z domu, oczywiście po wcześniejszym przygotowaniu ich do takiej formy kształcenia (wykres 6.33).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.33. CZY BYŁ(A)BY PAN(I) ZAINTERESOWANY(A) SZKOLENIEM W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH NA ODLEGŁOŚĆ, Z WYKORZYSTANIEM INTERNETU, NIE WYCHODZĄC Z DOMU, PO WCZEŚNIEJSZYM PRZYGOTOWANIU PANA(I) DO TAKIEJ FORMY KSZTAŁCENIA?

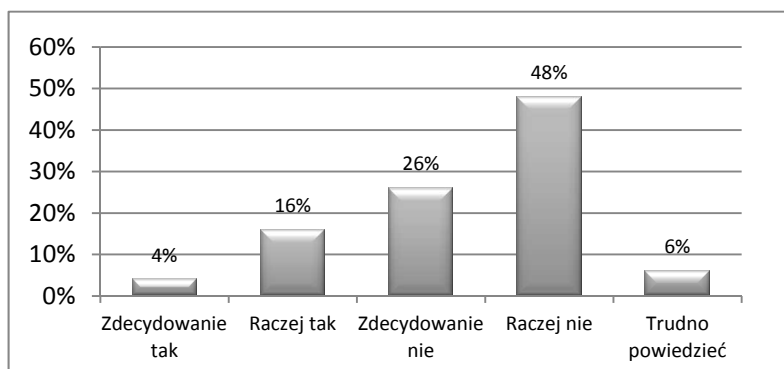
TABELA 6.9. CZY BYŁ(A)BY PAN(I) ZAINTERESOWANY(A) SZKOLENIEM W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH NA ODLEGŁOŚĆ, Z WYKORZYSTANIEM INTERNETU, NIE WYCHODZĄC Z DOMU, PO WCZEŚNIEJSZYM PRZYGOTOWANIU PANA(I) DO TAKIEJ FORMY KSZTAŁCENIA? (% WSKAZAŃ WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW)

Wyszczególnienie	Kobieta	Mężczyzna	Ogółem
Zdecydowanie tak	12,5	23,1	18,0
Raczej tak	33,3	26,9	30,0
Zdecydowanie nie	16,7	26,9	22,0
Raczej nie	12,5	15,4	14,0
Trudno powiedzieć	25,0	7,7	16,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 6.9, zainteresowanie kształceniem na odległość wyrażają zarówno kobiety, jak i mężczyźni (odpowiednio 45,8% i 50% wskazań).

Zdecydowanie mniejsze zainteresowanie osoby niepełnosprawne wykazują zakładaniem własnej działalności gospodarczej w zawodach mało popularnych (wykres 6.34). Odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzielił co piąty respondent, zaś trzy czwarte udzieliło odpowiedzi, że nie jest aktualnie gotowe do rozpoczęcia własnej działalności w zawodach mało popularnych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.34. CZY W OBECNEJ SYTUACJI, JAKA PANUJE NA RYNKU PRACY, BYŁ(A)BY PAN(I) GOTOWY(A) DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH, GDYBY OTRZYMAŁ(A) PAN(I) ODPowiednie WSPARCIE?

TABELA 6.10. CZY W OBECNEJ SYTUACJI, JAKA PANUJE NA RYNKU PRACY, BYŁ(A)BY PAN(I) GOTOWY(A) DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH, GDYBY OTRZYMAŁ(A) PAN(I) ODPowiednie WSPARCIE? (% WSKAZAŃ WEDŁUG PŁCI RESPONDENTÓW)

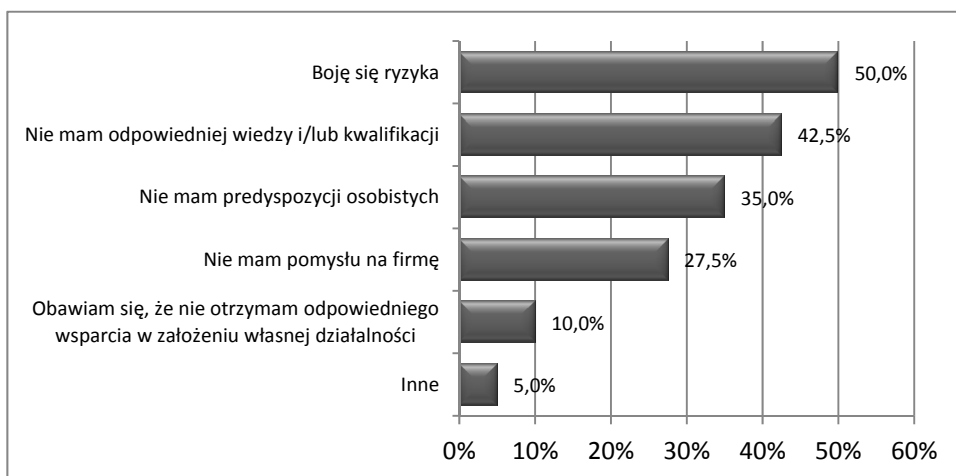
Wyszczególnienie	Kobieta	Mężczyzna	Ogółem
Zdecydowanie tak	8,3	0,0	4,0
Raczej tak	25,0	7,7	16,0
Zdecydowanie nie	16,7	34,6	26,0
Raczej nie	50,0	46,2	48,0
Trudno powiedzieć	0,0	11,5	6,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Warto podkreślić, że zainteresowanie zakładaniem własnej działalności wyraziły przede wszystkim kobiety (33,3% wskazań) i wręcz marginalne było ono

w przypadku mężczyzn – tabela 6.10. Taka sytuacja może wynikać z faktu, że praca w wielu zawodach mało popularnych stereotypowo przypisana jest kobietom, zwłaszcza jeśli chodzi o m.in. usługi opiekuńcze, prace pomocnicze w gastronomii, usługi porządkowe, usługi domowe, w przypadku których respondenci wykazali największe zainteresowanie.

Badani wskazali na szereg przyczyn braku zainteresowania założeniem własnej działalności w zawodach mało popularnych (wykres 6.35).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 6.35. PRZYZCZYNY BRAKU ZAINTERESOWANIA ZAŁOŻENIEM WŁASNEJ FIRMY W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH

Przede wszystkim badane osoby niepełnosprawne boją się ryzyka, na co wskazał co drugi respondent, są świadome braku odpowiedniej wiedzy i kwalifikacji (42,5% wskazań) czy też predyspozycji do prowadzenia własnej firmy (35% wskazań) oraz wskazują na brak pomysłu na własny biznes.

Wydaje się, że odpowiednie kształcenie z podstaw zakładania działalności gospodarczej oraz szkolenia profesjonalne w wybranych zawodach mało popularnych mogą istotnie przyczynić się do zminimalizowania tych barier.

ROZDZIAŁ 7. POZOSTAJĄCE BEZ ZATRUDNIENIA KOBIETY SAMOTNIE WYCHOWUJĄCE DZIECI

7.1. Założenia badawcze

Głównym celem badania ilościowego była identyfikacja barier i czynników wzrostu zatrudnienia bezrobotnych¹¹ osób mniej dyspozycyjnych, do których należą kobiety samotnie wychowujące dzieci, w zawodach mało popularnych.

Cele szczegółowe to:

- identyfikacja przyczyn ich bezrobocia w opinii samych zainteresowanych;
- identyfikacja czynników determinujących ich sytuację na rynku pracy (system poradnictwa zawodowego, ocena systemu kształcenia);
- ustalenie potencjalnego stopnia zainteresowania nauką, a następnie założeniem własnej działalności w zawodach, które uznajemy za mało popularne;
- ustalenie stopnia zainteresowania szkoleniami w zawodach mało popularnych na odległość, z wykorzystaniem internetu, nie wychodząc z domu;
- ustalenie realnej gotowości do założenia własnej działalności w zawodach mało popularnych.

Z uwagi na złożoność, jak i innowacyjność samej problematyki, w badaniu, zgodnie z założeniami projektu, zastosowano ustrukturyzowane bezpośrednie indywidualne wywiady (IDI), skierowane do osób bezrobotnych. Dzięki swobodnej atmosferze rozmowy przeprowadzający wywiad miał możliwość pogłębienia wypowiedzianych przez respondenta treści, dotarcia do informacji, które nie pojawiłyby się w obecności osób trzecich.

Ze względu na założone próby badawcze, narzędzie badawcze o charakterze bardziej jakościowym, jakim jest wywiad IDI, zostało dostosowane do badań na większej populacji. W części pytań znajdowała się odpowiednia kafeteria odpowiedzi, a ponadto respondent miał prawo do dodatkowych komentarzy.

W przypadku badania osób bezrobotnych zastosowano celowy dobór próby, wykorzystując metodę „kuli śnieżnej”. Przeprowadzający wywiady docierali do jednej lub kilku osób bezrobotnych będących obiektem badania, przeprowadzali

¹¹ W niniejszym badaniu za osobę bezrobotną uznano taką, która w momencie badania nie była zatrudniona, ale wykazywała zainteresowanie podjęciem pracy.

wywiad, a następnie uzyskiwali kontakty do kolejnych osób. Taką procedurę powtarzali aż do momentu przeprowadzenia zakładanej liczby wywiadów IDI.

Warunkiem udziału w badaniu była pisemna zgoda respondentów na udział w badaniu, w tym zgoda na przetwarzanie danych osobowych.

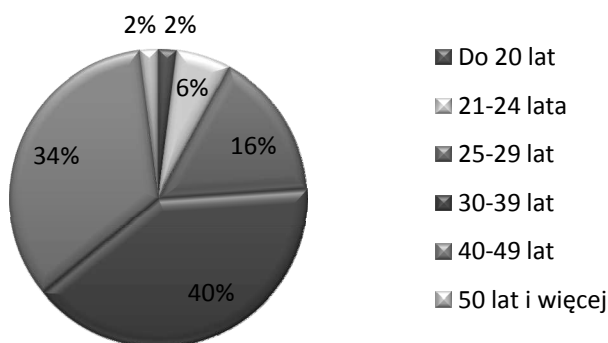
Przy rekrutacji do badania bezrobotnych kobiet samotnie wychowujących dzieci uwzględniono:

- fakt posiadania i samotnej opieki nad dziećmi;
- status na rynku pracy – badane były kobiety, które nie pracują i nie prowadzą działalności gospodarczej;
- wykazywanie zainteresowania podjęciem pracy.

7.2. Charakterystyka badanej populacji

Badaniami objęto 50 kobiet, które samotnie wychowują co najmniej jedno dziecko w wieku do 18. roku życia.

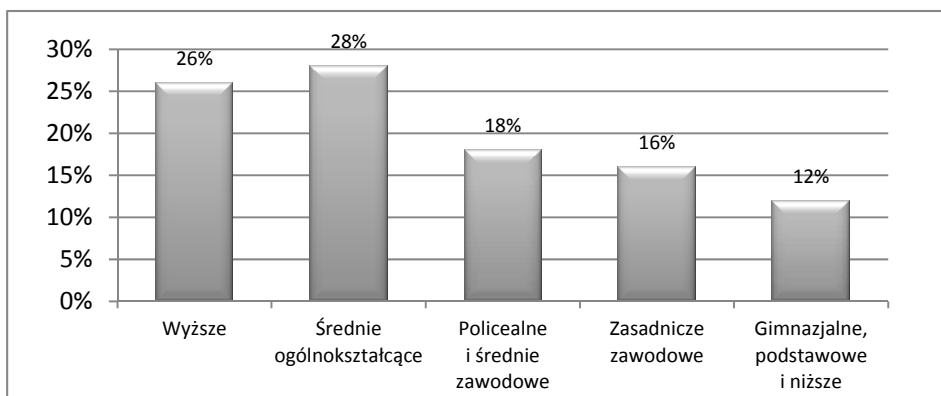
Pod względem struktury wieku najliczniej reprezentowane były respondentki z grupy wiekowej 30-39 lat (40%) oraz 40-49 lat (34%). Kobiety w wieku 25-29 lat stanowiły 16%, zaś w grupie 21-24 lata – 6%. Osoby do 20. roku życia i po 50. stanowiły po 2% ogółu badanych – wykres 7.1.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.1. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG WIEKU

Struktura wykształcenia kobiet samotnie wychowujących dzieci jest dość korzystna z punktu widzenia ich aktywizacji w zawodach mało popularnych, zwłaszcza poprzez zakładanie działalności gospodarczej. W badanej populacji 26% kobiet legitymowało się wykształceniem wyższym, 28% średnim ogólnokształcącym, a kolejnych 18% policealnym i średnim zawodowym (wykres 7.2).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.2. STRUKTURA BADANEJ POPULACJI WEDŁUG WYKSZTAŁCENIA

TABELA 7.1. ZAWODY WYUCZONE PRZEZ RESPONDENTKI

Kod zawodu	Zawód	Liczba	Udział (%)
213303	specjalista ochrony środowiska	1	2,1
234201	nauczyciel przedszkola	1	2,2
242190	specjalista ds. zarządzania i organizacji	1	2,1
251902	informatyk	1	2,2
263102	ekonomista	6	12,8
264302	filolog angielski	1	2,1
311928	technik kolejarz	1	2,1
331403	technik ekonomista	1	2,1
351203	technik informatyk	1	2,1
422402	technik hotelarstwa	1	2,2
512001	kucharz	1	2,1
514101	fryzjer	1	2,1
522301	sprzedawca	7	14,9
522305	handlowiec	1	2,1
613003	rolnik	2	4,3
751204	piekarz	1	2,1
753105	krawcowa	2	4,3
753303	szwaczka	1	2,1
753702	kaletnik	1	2,1
brak zawodu		15	31,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Analiza zawodów wyuczonych przez respondentki wskazuje, że w badanej populacji najwięcej jest osób z wykształceniem w zawodzie sprzedawcy oraz ekonomisty. Jednak największy udział mają osoby bez zawodu (blisko 32%) – tabela 7.1.

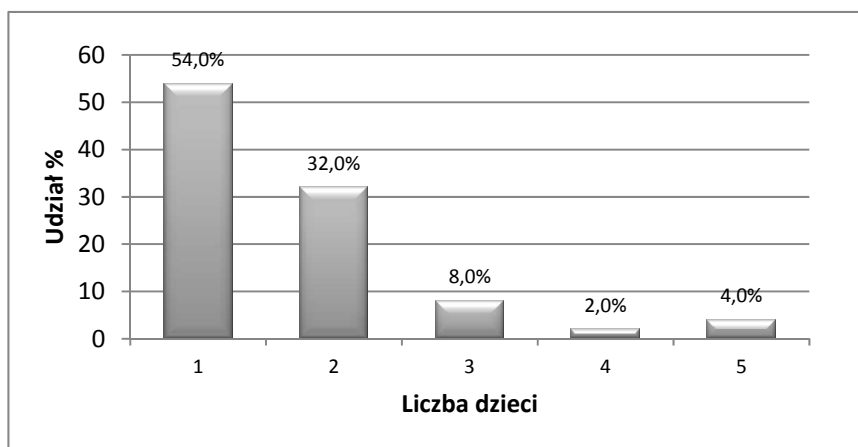
Jeśli chodzi o ostatnio wykonywany zawód przez respondentki, najczęściej była to praca w handlu w zawodzie sprzedawcy, ale też w zawodach mało popularnych, jak: sprzątaczką, pomoc kuchenna. 16% respondentek dotychczas nie pracowało zawodowo (tabela 7.2).

TABELA 7.2. ZAWODY WYKONYWANE W OSTATNIM MIEJSCU PRACY

Kod zawodu	Zawód	Liczba	Udział (%)
952001	sprzedawca usług telekomunikacyjnych	1	2,0
941201	pomoc kuchenna	2	4,0
911207	sprzątaczką	4	8,0
816023	pracownik produkcji	1	2,0
814208	operator wtryskarek	1	2,0
753303	szwaczka	1	2,0
753105	krawcowa	2	4,0
613003	rolnik	1	2,0
531202	asystent nauczyciela przedszkola	1	2,0
531202	pomoc nauczyciela	1	2,0
522301	sprzedawca	10	20,0
514101	fryzjer	1	2,0
431301	pracownik ds. płac	1	2,0
412001	sekretarka	2	4,0
411090	pracownik biurowy	1	2,0
334402	sekretarka medyczna	1	2,0
331301	księgowy	1	2,0
331203	referent	1	2,0
331201	doradca kredytowy	1	2,0
242290	specjalista ds. administracji	1	2,0
241202	doradca klienta w banku	1	2,0
241103	referent w biurze rachunkowym	2	4,0
234201	nauczyciel przedszkola	1	2,0
121902	własna działalność	1	2,0
	nie pracowałam	8	16,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Biorąc pod uwagę liczbę dzieci wychowywanych przez respondentki, to największy odsetek kobiet posiada jedno (54%) oraz dwoje dzieci (32%). 14% badanych kobiet posiada troje dzieci i więcej – wykres 7.3.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.3. LICZBA POSIADANYCH DZIECI

Uwzględniając wiek posiadanych dzieci, najliczniejsza jest populacja dzieci do 6. roku życia (42,4%), wymagających stałej opieki, co może wpływać niewątpliwie na mniejszą dyspozycyjność matek – tabela 7.3.

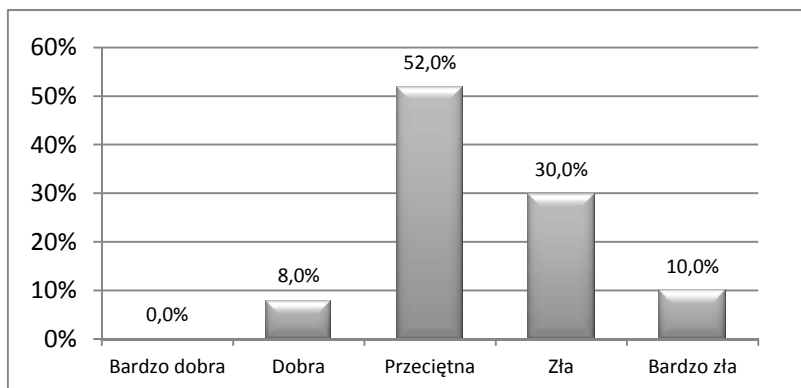
TABELA 7.3. WIEK POSIADANYCH DZIECI

Wiek dzieci	Liczba	%
Do 3 włącznie	13	15,3
Od 4 do 6	23	27,1
Od 7 do 9	7	8,2
Od 10 do 12	9	10,6
Od 13 do 15	10	11,8
Od 16 do 18	5	5,8
Powyżej 18	18	21,2
Ogółem	85	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Badane kobiety samotnie wychowujące dzieci także dość krytycznie oceniają swoją sytuację materialną. Co druga osoba wskazała, że jest ona na poziomie

przeciętnym, a kolejnych 40% ocenia swoją sytuację jako złą lub bardzo złą. Zaledwie 4 kobiety oceniły swoją sytuację jako „dobrą” (wykres 7.4).



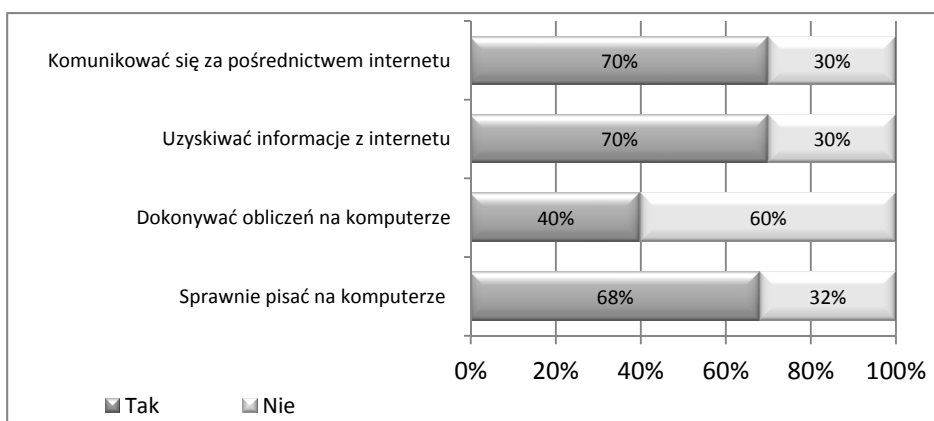
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.4. SYTUACJA MATERIALNA RESPONDENTEK

Z punktu widzenia planowanych działań w projekcie, polegających na organizacji poradnictwa zawodowego, szkoleń w systemie zdalnym, a także przygotowania do prowadzenia e-biznesu w zawodach mało popularnych, istotne jest ustalenie w kwestii posiadanych umiejętności obsługi komputera, internetu, ich dostępności.

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 7.5 wynika, że trzy czwarte respondentek posiada umiejętności związane z obsługą komputera, a w szczególności związane z komunikowaniem się za pośrednictwem internetu (70% wskazań), uzyskiwaniem informacji z internetu (70% wskazań) czy też sprawnym pisanem na komputerze (68% wskazań). Najniższy odsetek respondentek potrafi dokonywać obliczeń na komputerze (40%).

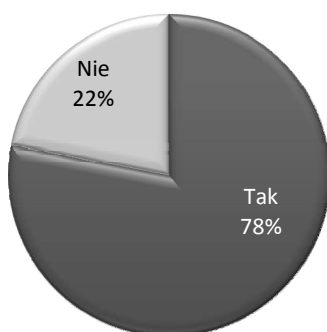
Należy podkreślić, iż posiadane umiejętności obsługi komputera i internetu oraz dostępność do nich są ściśle skorelowane z posiadany wykształceniem. W przypadku osób z wyższym wykształceniem 84,6% respondentek pisze sprawnie na komputerze, 92,3% potrafi komunikować się za pośrednictwem internetu, 84,6% posiada umiejętność uzyskiwania informacji z internetu, a 76,9% dokonywać obliczeń na komputerze. Wskaźniki te w przypadku osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i niższym kształtują się odpowiednio na poziomie: 16,7%, 33,3%, 33,3% i 16,7%.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.5. UMIEJĘTNOŚĆ OBSŁUGI KOMPUTERA I INTERNETU

Gros badanych kobiet (78%) ma możliwość korzystania z komputera i internetu, co staje się czynnikiem sprzyjającym wzrostowi ich zatrudnienia w zawodach mało popularnych (wykres 7.6).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.6. MOŻLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z KOMPUTERA I INTERNETU

Wszystkie osoby z wykształceniem wyższym mają możliwość korzystania z komputera i internetu, dostęp do nich ma 78,6% osób z wykształceniem ogólnokształcącym, 88,9% z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym, 62,5% z zasadniczym zawodowym i zaledwie 33,3% badanych kobiet z wykształceniem najniższym – gimnazjalnym, podstawowym i niższym.

Respondentki zostały zapytane także o praktyczne wykorzystanie komputera i internetu.

Z analizy wykresu 7.7 wynika, że 38% badanych kobiet zdarzyło się jakąś ważną sprawę załatwić przez internet, a co druga respondentka udzieliła odpowiedzi negatywnej.

Częściej praktycznie wykorzystują internet kobiety z wyższym wykształceniem – 47,4% wskazań, wobec 5,3% w przypadku kobiet z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym oraz gimnazjalnym, podstawowym i niższym.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

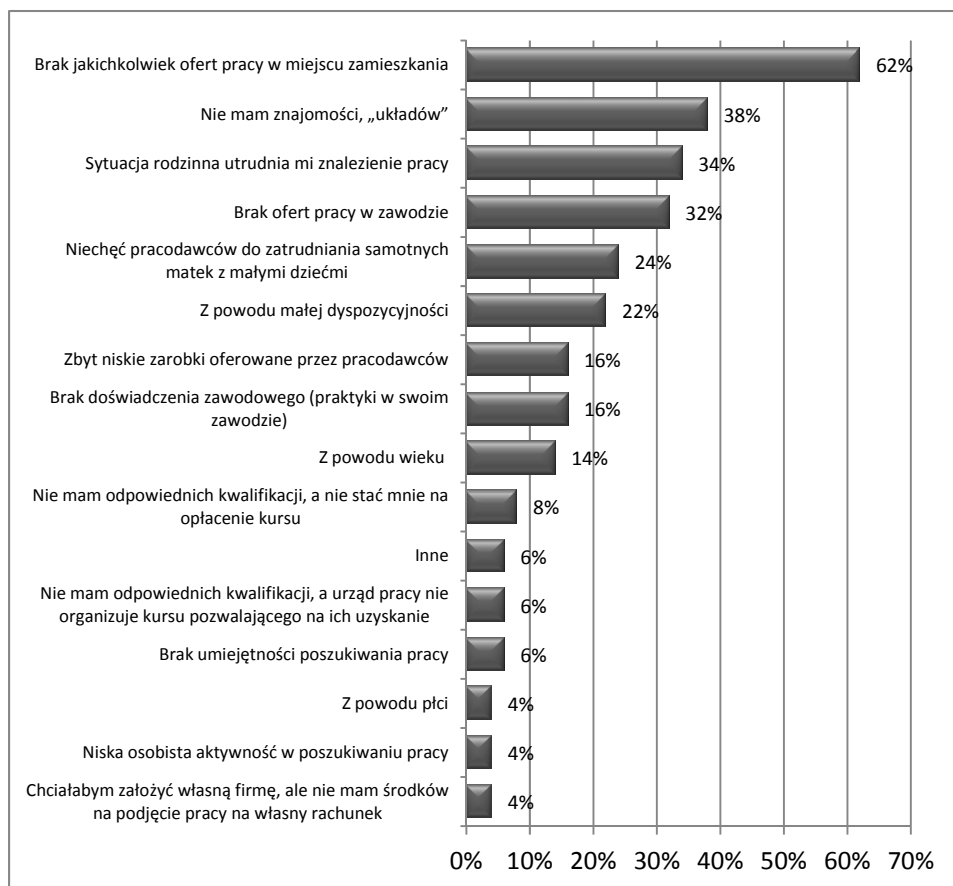
WYKRES 7.7. CZY ZDARZYŁO SIĘ PANI JAKĄŚ WAŻNĄ SPRAWĘ ZAŁATWIĆ PRZEZ INTERNET?

7.3. Przyczyny bezrobocia i aktywność w poszukiwaniu pracy

Z punktu widzenia aktywizacji zawodowej istotne jest ustalenie przyczyn dotychczasowych trudności ze znalezieniem pracy przez kobiety samotnie wychowujące dzieci.

Badane respondentki, udzielając odpowiedzi na pytanie dotyczące czynników utrudniających im znalezienie pracy, mogły wskazać na pięć możliwości. Jak wynika z wykresu 7.8, głównym czynnikiem utrudniającym znalezienie pracy jest niedostateczny popyt na pracę na rynkach lokalnych (62% wskazań na brak jakichkolwiek ofert pracy w miejscu zamieszkania), a także brak ofert w ich zawodach (32% wskazań).

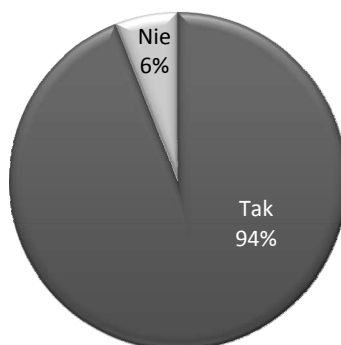
W warunkach niedostatecznego popytu na pracę respondentki wskazują, iż ważnym kryterium przyjęcia do pracy jest posiadanie znajomości, „układów”. Istotną barierą jest również sytuacja rodzinna (34% wskazań) i związana z tym niechęć pracodawców do zatrudniania kobiet samotnie wychowujących dzieci (24% wskazań) oraz mała dyspozycyjność (22% wskazań).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

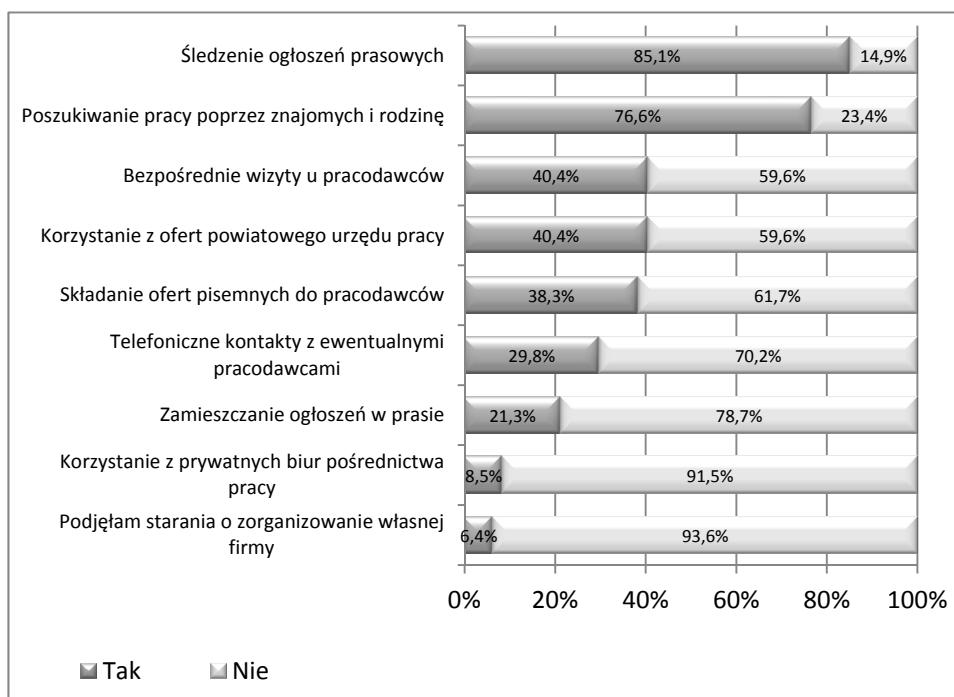
WYKRES 7.8. CZYNNIKI UTRUDNIAJĄCE ZNALEZIENIE PRACY

Badane kobiety samotnie wychowujące dzieci są aktywne w poszukiwaniu pracy. 94% respondentek potwierdziło, że podejmuje określone działania w celu znalezienia pracy (wykres 7.9).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.9. CZY W CELU ZNALEZIENIA PRACY PODEJMOWAŁA PANI JAKIEŚ DZIAŁANIA?



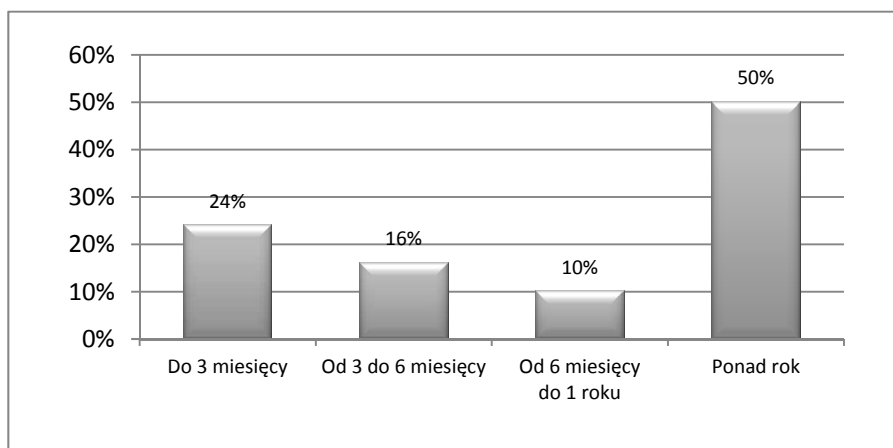
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.10. DZIAŁANIA RESPONDENTEK W CELU ZNALEZIENIA PRACY

Jak wynika z wykresu 7.10, najczęściej podejmowane działania związane są ze śledzeniem ogłoszeń prasowych (85,1% wskazań) oraz poszukiwaniem pracy poprzez znajomych i rodzinę (76,6%).

Okolo 40% składa bezpośrednie wizyty u pracodawców, korzysta z ofert powiatowego urzędu pracy czy też składa pisemne oferty u pracodawców.

Jednak podejmowane działania na rzecz znalezienia pracy okazują się mało skuteczne w warunkach ograniczonego popytu na pracę w gospodarce Podlasia. W efekcie, w badanej populacji mamy do czynienia z relatywnie dużą skalą bezrobocia długookresowego. Co druga kobieta szuka pracy ponad rok (wykres 7.11).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.11. OKRES POSZUKIWANIA PRACY

7.4. Czynniki determinujące sytuację kobiet samotnie wychowujących dzieci na rynku pracy

W tej części raportu zwrócimy uwagę na czynniki determinujące sytuację badanych kobiet na rynku pracy, odnoszące się do wsparcia ze strony urzędu pracy, doradztwa zawodowego oraz związane z podnoszeniem kwalifikacji.

Z badań wynika, że większość respondentek, która poszukuje pracy, nie jest zarejestrowana w urzędzie pracy. Na 50 przebadanych zaledwie 21 kobiet (42%) było zarejestrowanych w urzędzie pracy (wykres 7.12).

Dane te świadczą, iż kobiety samotnie wychowujące dzieci, mimo że poszukują pracy, podobnie jak inne grupy badane, nie wierzą w skuteczność pomocy w znalezieniu zatrudnienia poprzez urzędy pracy.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.12. ODSETEK RESPONDENTEK ZAREJESTROWANYCH W URZĘDACH PRACY

Spośród 21 kobiet zarejestrowanych w urzędach pracy, zaledwie 8 otrzymało ofertę pracy w ciągu ostatniego roku (wykres 7.13). Generalnie propozycje ofert pracy otrzymały tylko kobiety z wykształceniem wyższym oraz średnim ogólnokształcącym (60%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

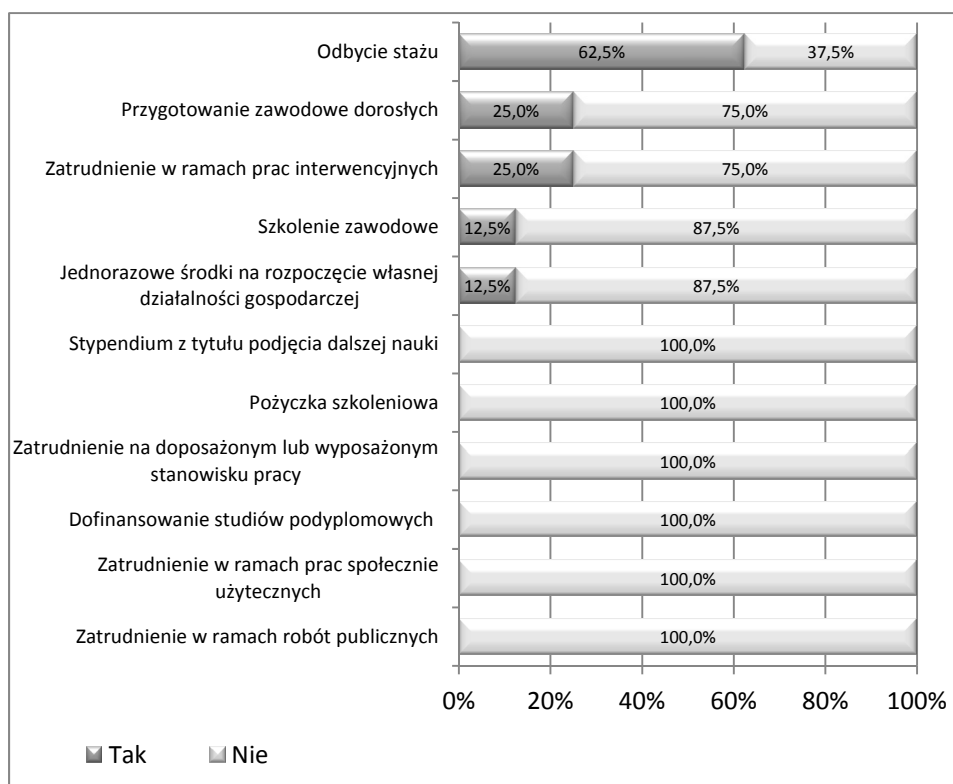
WYKRES 7.13. PROPOZYCJA OFERTY PRACY ZE STRONY URZĘDU PRACY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU

Gros kobiet skorzystało z ofert pracy (wykres 7.14), przy czym nie podjęło zatrudnienia ze względu na to, że oferty pracy nie były aktualne, posiadane kwalifikacje nie odpowiadały zapotrzebowaniu pracodawcy, oferowano zbyt niskie wynagrodzenie. Dwie kobiety podjęły zatrudnienie, ale ponownie pracę utraciły.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.14. CZY SKORZYSTAŁA PANI Z OFERT PRACY?



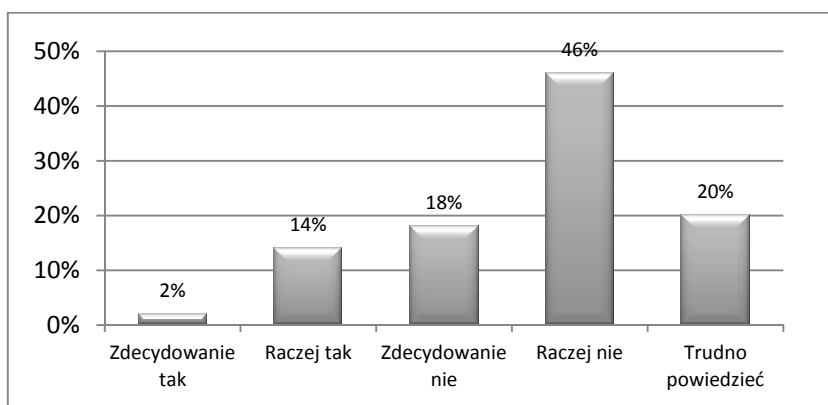
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.15. FORMY WSPARCIA OFEROWANE PRZEZ URZĘDY PRACY

Poza ofertami pracy badane respondentki korzystały, choć bardzo rzadko, z innych form wsparcia oferowanych przez urzędy pracy (wykres 7.15). Odbycie stażu pracy zaproponowano 5 kobietom, przygotowanie zawodowe dorosłych 2 kobietom oraz zatrudnienie w ramach prac interwencyjnych również 2 kobietom.

Z oferowanych form wsparcia respondentki były zadowolone, szczególnie ze staży, przy czym wiązało się to tylko z okresowym zatrudnieniem, bez większych szans na stałą pracę.

W efekcie badane kobiety samotnie wychowujące dzieci bardzo krytycznie oceniają znajomość ich potrzeb i oczekiwań na rynku pracy przez instytucje rynku pracy. 64% respondentek udzieliło odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie”. Tylko 16% pozytywnie oceniło działania instytucji rynku pracy (wykres 7.16).

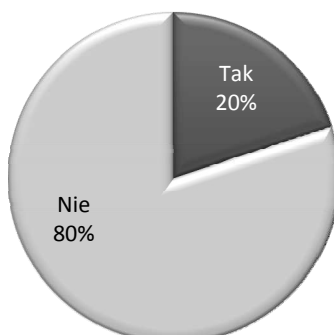


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.16. OCENA ZNAJOMOŚCI POTRZEB I OCZEKIWAŃ KOBIEC SAMOTNIE WYCHOWUJĄCYCH DZIECI PRZEZ INSTYTUCJE RYNKU PRACY

Innym istotnym czynnikiem determinującym sytuację na rynku pracy osób mniej dyspozycyjnych, do których należą kobiety samotnie wychowujące dzieci, jest dostępność do usług poradnictwa zawodowego.

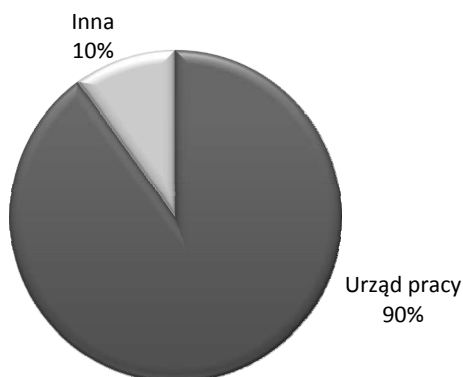
Badanym respondentkom zadano pytanie na temat korzystania z porad doradcy zawodowego. Uzyskane wyniki badań wskazują, że z badanej populacji 50 kobiet z usług doradczych skorzystało zaledwie 10 osób (20%) – wykres 7.17.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.17. KORZYSTANIE Z USŁUG DORADCY ZAWODOWEGO

Instytucjami udzielającymi takiej formy pomocy były głównie urzędy pracy (9 na 10 przypadków) – wykres 7.18.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

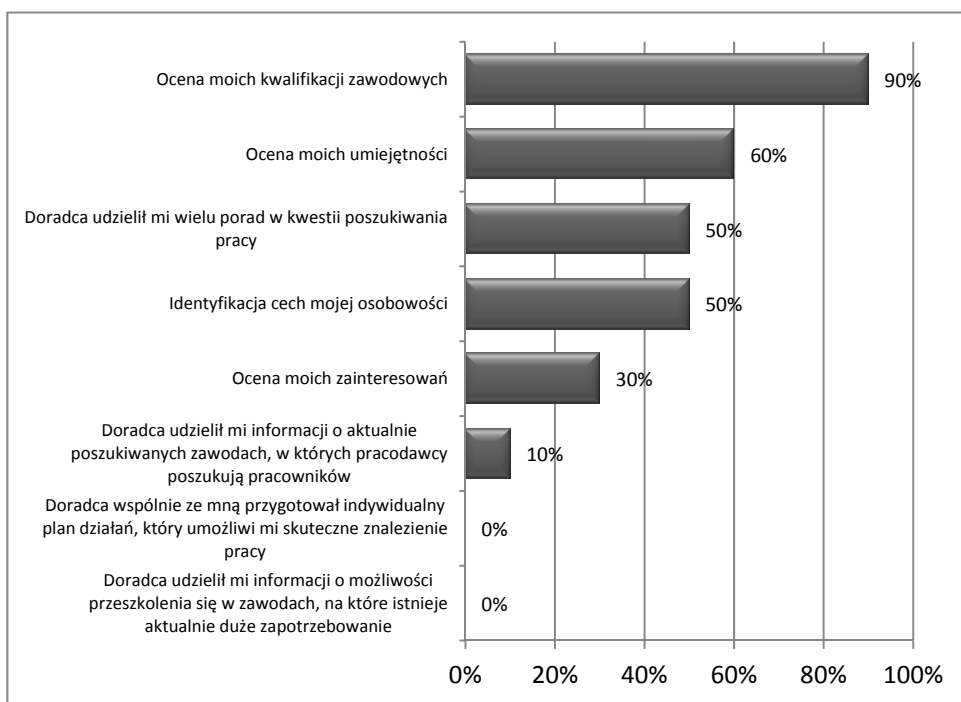
WYKRES 7.18. INSTYTUCJE, W KTÓRYCH RESPONDENTKI KORZYSTAŁY Z PORAD DORADCY ZAWODOWEGO

Respondentki do doradców zawodowych bardzo rzadko zgłaszają się z własnej inicjatywy (3 kobiety), raczej są tam kierowane (7 kobiet) – wykres 7.19.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.19. CZY DO DORADCY ZAWODOWEGO ZGŁOSIŁA SIĘ PANI SAMA CZY ZOSTAŁA PANI SKIEROWANA?

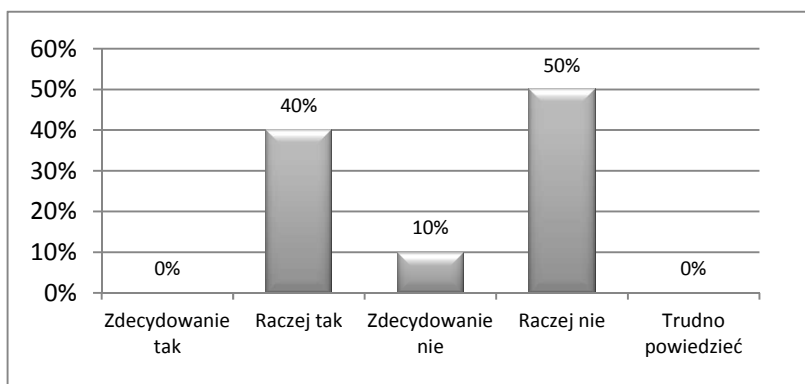


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.20. OBSZARY KONSULTACJI Z DORADCĄ ZAWODOWYM

Z badań wynika, że kobiety korzystające z usług poradnictwa, pomimo że są w szczególnej sytuacji na rynku pracy, otrzymały standardowe wsparcie, w postaci oceny kwalifikacji zawodowych, oceny umiejętności, sposobów poszukiwania pracy czy też identyfikacji cech osobowości (wykres 7.20).

Dlatego też 6 kobiet na 10 korzystających z usług poradnictwa zawodowego oceniło je negatywnie, zwracając uwagę, że nie było dopasowane do ich potrzeb i oczekiwań – wykres 7.21.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.21. CZY UDZIELONE PORADY BYŁY DOPASOWANE DO PANI POTRZEB I SPEŁNIŁY OCZEKIWANIA?

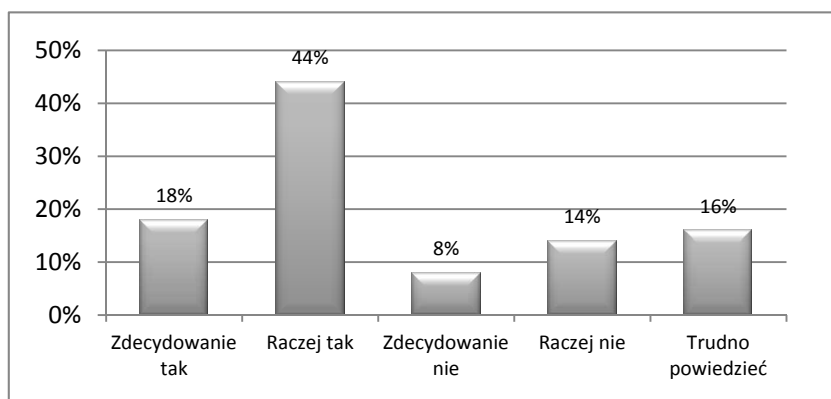
TABELA 7.4. POWODY NIEKORZYSTANIA Z USŁUG PORADNICTWA ZAWODOWEGO

Wariant odpowiedzi	Liczba
Brak możliwości, czasu	7
Brak pieniędzy	1
Mam wyznaczony cel i ambicje, i próbuję sama je realizować	1
Nie miałam takiej potrzeby	2
Nie pomyślałam o tym	2
Nie wiedziałam o tym	14
Nie wiem na czym to polega	3
Niechętnie podchodzę do takich instytucji	1
Nikt mi nie proponował	6
Zbyt krótko szukam pracy	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Gros kobiet nigdy nie korzystało z usług poradnictwa zawodowego, co wynika najczęściej z niskiej świadomości, jak ważna może być to forma pomocy, braku czasu, możliwości, wiedzy, gdzie takie usługi są świadczone (tabela 7.4).

W związku z mniejszą dyspozycyjnością kobiet z powodu sprawowanej opieki nad dzieckiem szansą na zwiększenie dostępności do poradnictwa zawodowego jest świadczenie tej usługi na odległość. Dlatego też w badaniu zapytaliśmy respondentki o ich stopień zainteresowania taką formą wsparcia. Jak wynika z danych przedstawionych na wykresie 7.22, 62% udzieliło odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”. Odpowiedzi zdecydowanie negatywnej udzieliło zaledwie 8% respondentek. To oznacza, że należy doskonalić system poradnictwa zawodowego, z jednej strony narzędzia doradcze winny być dopasowane do specyficznej grupy kobiet na rynku pracy, z drugiej warto doskonalić formę świadczenia tej usługi.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

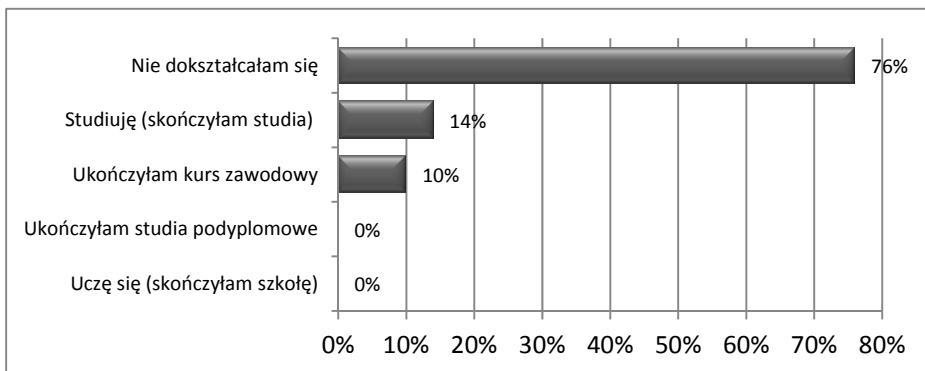
WYKRES 7.22. CZY GDYBY DORADCA ZAWODOWY, DO KTÓREGO PANIĄ SKIEROWANO LUB KTÓREGO SAMA PANI WYBRAŁA, ZAPROPONOWAŁ USŁUGĘ DORADCZĄ NA ODLEGŁOŚĆ, NIE WYCHODZĄC Z DOMU, Z WYKORZYSTANIEM TELEFONU, INTERNETU, CHĘTNIE PANI BY SKORZYSTAŁA?

Osoby, które udzieliły odpowiedzi, że nie będą korzystać z usług poradnictwa zawodowego na odległość, podały jako główny powód brak dostępu do komputera i internetu, co należy uwzględnić przy planowaniu działań w projekcie.

Z punktu widzenia aktywizacji zawodowej osób bezrobotnych istotna staje się aktywność w podnoszeniu kwalifikacji, która w przypadku badanych kobiet okazuje się bardzo niska.

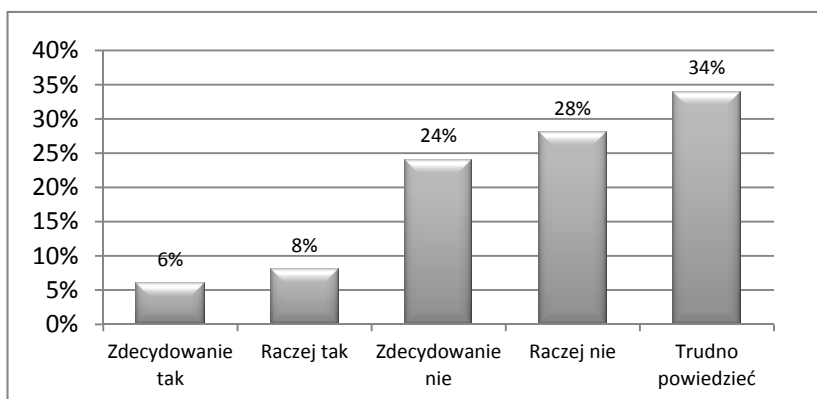
Analiza danych wykazała, że 38 badanych kobiet (76%) nie skorzystało z żadnej formy kształcenia (wykres 7.23). Studia w systemie zaocznym ukoń-

czyło 7 osób (na kierunkach filologia angielska, ekonomia oraz marketing i zarządzanie), zaś kursy zawodowe 10%. W ramach szkoleń zawodowych kobiety ukończyły kursy komputerowe, z języka angielskiego, obsługi kas fiskalnych, zarządzania oświatą.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.23. CZY PODEJMOWAŁA PANI PRÓBĘ DALESZEGO KSZTAŁCENIA LUB DOSKONALENIA ZAWODOWEGO PO SKOŃCZENIU SZKOŁY LUB W TRAKCIE PRACY ZAWODOWEJ?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.24. CZY OBECNY SYSTEM SZKOLEŃ UWZGLĘDNI SPECYFIKĘ BEZROBOTNYCH KOBIET SAMOTNIE WYCHOWUJĄCYCH DZIECI, FAKT ICH MNIEJSZEJ DYSPOZYCYJNOŚCI ZE WZGLĘDU NA OPIEKĘ NAD DZIEĆMI?

Kobiety, które nie doksztalały się, najczęściej tłumaczyły to brakiem czasu i możliwości z powodu opieki nad dzieckiem, brakiem potrzeb w tym zakresie, chęci, brakiem środków finansowych.

Respondentki zostały również poproszone o ocenę istniejącego systemu szkoleń w aspekcie uwzględniania specyficznych potrzeb osób mniej dyspozycyjnych.

Zdecydowana większość oceniła system szkoleń negatywnie (52% odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie”). Za ledwie 14% respondentek udzieliło odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”. Co trzecia nie była w stanie dokonać takiej oceny, wskazując odpowiedź „trudno powiedzieć” – wykres 7.24.

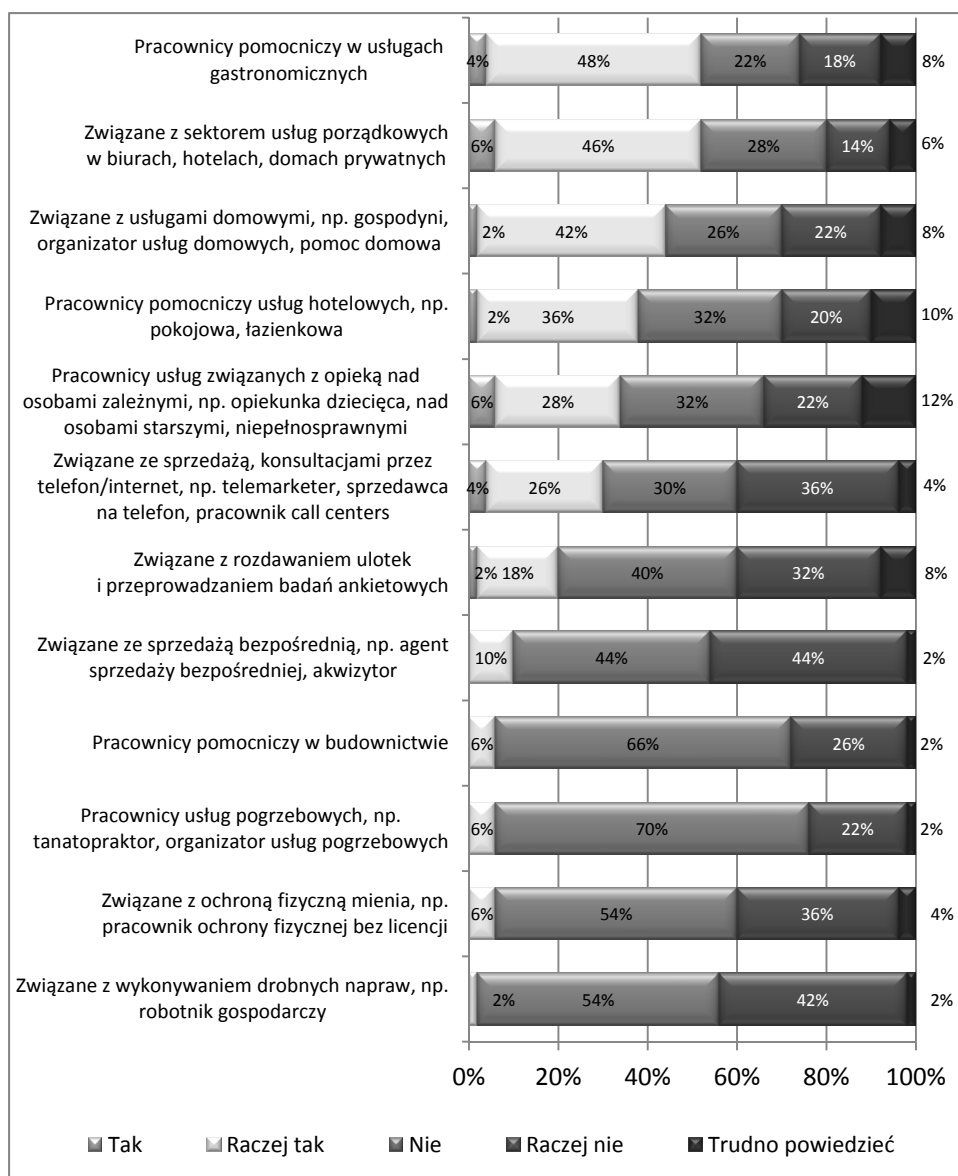
7.5. Szanse zwiększenia zatrudnienia w zawodach mało popularnych

Badane kobiety samotnie wychowujące dzieci zostały zapytane także o potencjalne zainteresowanie nauką, ewentualnie założeniem własnej działalności gospodarczej w zawodach mało popularnych. Wyniki badań prezentuje wykres 7.25.

Z uzyskanych informacji wynika, że respondentki są w największym stopniu potencjalnie zainteresowane zawodami związanymi z:

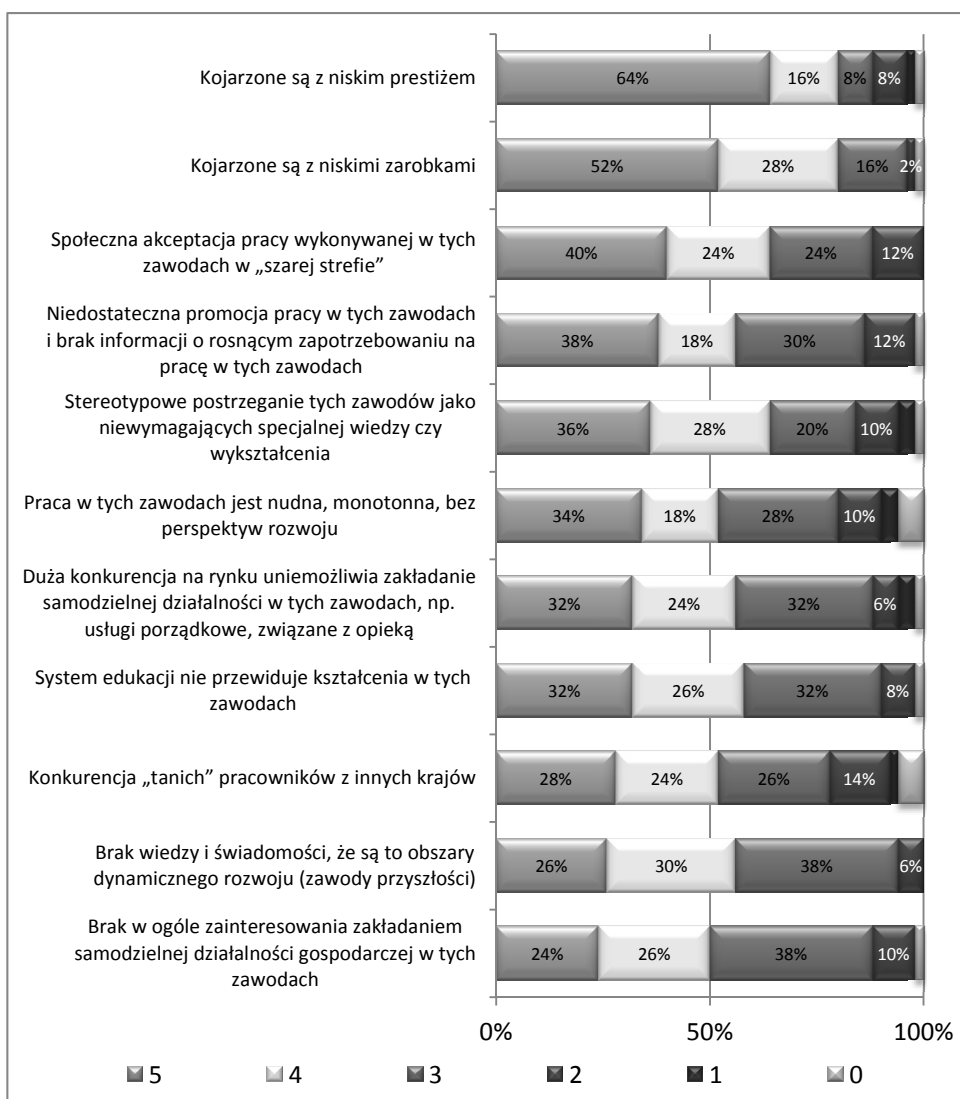
- pracami pomocniczymi w usługach gastronomicznych, np. pomoc kuchenna (52% wskazań);
- sektorem usług porządkowych w biurach, hotelach, domach prywatnych (52% wskazań);
- usługami domowymi, np. gospodyni, organizator usług domowych, pomoc domowa (44% wskazań);
- pracami pomocniczymi w usługach hotelowych, np. pokojowa (38% wskazań);
- usługami związanymi z opieką nad osobami zależnymi (34% wskazań na „tak” i „raczej tak”);
- sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet, np. telemarketer, sprzedawca na telefon, pracownik call centers (30% wskazań);
- rozdawaniem ulotek i przeprowadzaniem badań ankietowych (20% wskazań).

Minimalne zainteresowanie wyraziły kobiety zawodami, które częściej wykonywane są przez mężczyzn, a więc usługami gospodarczymi, ochroną osób i mienia, pracami pomocniczymi w budownictwie czy też usługami pogrzebowymi.



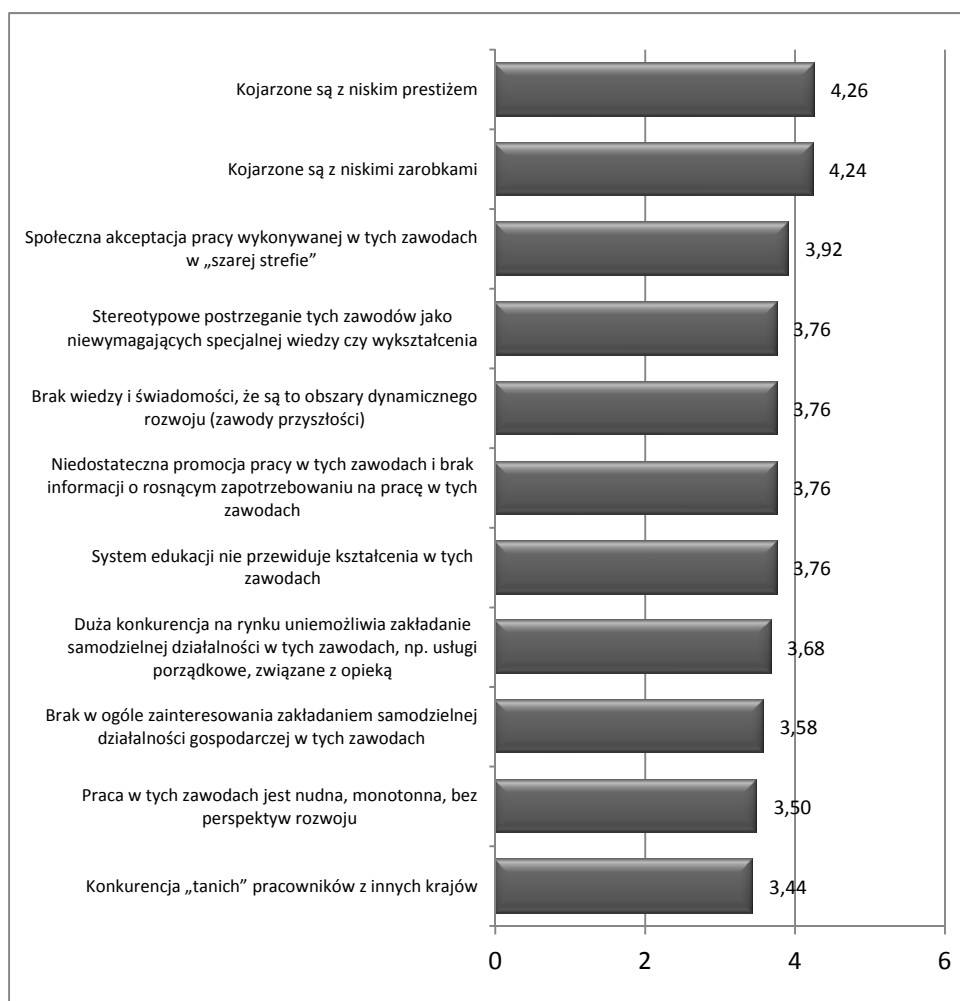
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.25. POTENCJALNE ZAINTERESOWANIE NAUKĄ, EWENTUALNIE ZAŁOŻENIEM WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.26. PRZYCZYNY NISKIEJ POPULARNOŚCI WYBRANYCH GRUP ZAWODÓW



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.27. ŚREDNIA OCENA WPLYWU POSZCZEGÓLNYCH CZYNNIKÓW NA NISKĄ POPULARNOŚĆ WYBRANYCH GRUP ZAWODÓW

Na pytanie o przyczyny niskiej popularności wybranych grup zawodów respondente wskazało na (wykresy 7.26-7.27):

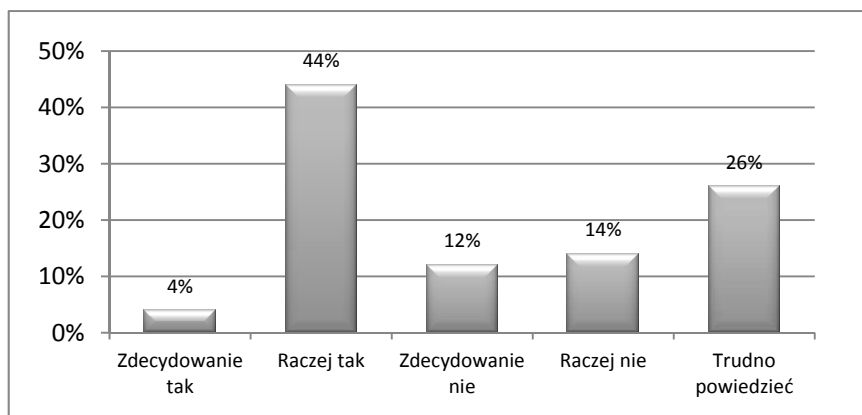
- niski prestiż pracy w tych zawodach (80% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,26);
- niskie zarobki (70% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,24);
- społeczną akceptację pracy wykonywanej w tych zawodach w „szarej strefie” (64% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,92);
- stereotypowe postrzeganie tych zawodów jako niewymagających specjalnej wiedzy i wykształcenia (64% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,76);

- brak kształcenia w tych zawodach (56% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,76);
- brak wiedzy i świadomości, że są to obszary dynamicznego rozwoju (56% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,76);
- niedostateczną promocję pracy i brak informacji o rosnącym popycie na pracę w tych zawodach (56% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,76).

Pozostałe czynniki również wpływają na małą popularność niektórych grup zawodów, jednak z nieco mniejszą siłą.

Z punktu widzenia projektu, w ramach którego przeprowadzane są badania, kluczową kwestią jest ustalenie gotowości respondentek do bezpłatnego przekwalifikowania się i nauczania nowego zawodu, który dzisiaj uchodzi za mało popularny.

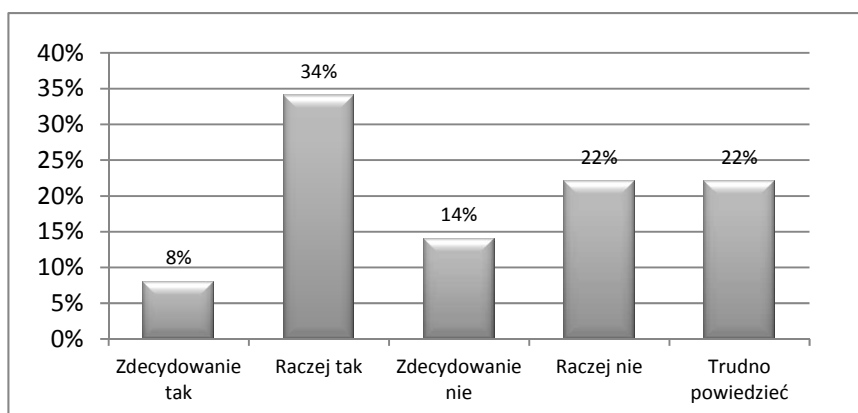
Z analizy wykresu 7.28 wynika, że niemalże co druga respondentka wyraża gotowość do kształcenia w zawodach mało popularnych, co można uznać za relatywnie duże zainteresowanie. Mamy bowiem do czynienia z grupą osób poszukujących pracy, która dotychczas nie doksztalała się.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.28. CZY OBECNIE, ŻEBY ZDOBYĆ PRACĘ, JEST PANI GOTOWA DO BEZPŁATNEGO PRZEKVALIFIKOWANIA SIĘ I NAUCZENIA NOWEGO ZAWODU, KTÓRY DZISIAJ UCHODZI ZA MAŁO POPULARNY?

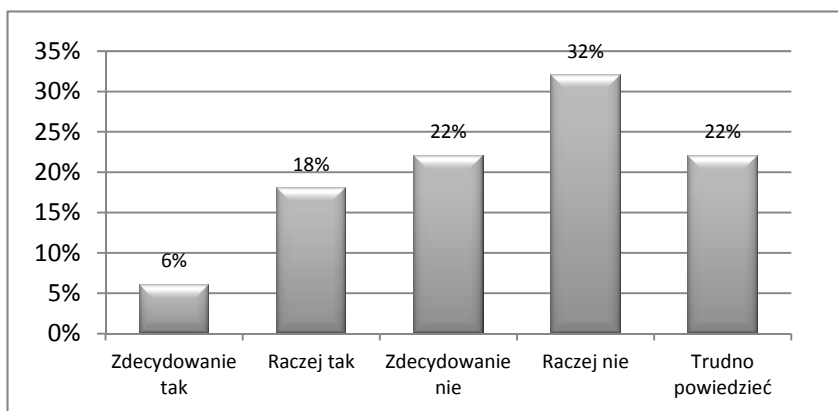
Z danych przedstawionych na wykresie 7.29 można także wnioskować o relatywnie dużym zainteresowaniu zdalnym kształceniem w zawodach mało popularnych, z wykorzystaniem internetu. Odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak” udzieliło 42% respondentek.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.29. CZY BYŁABY PANI ZAINTERESOWANA SZKOLENIEM W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH NA ODLEGŁOŚĆ, Z WYKORZYSTANIEM INTERNETU, NIE WYCHODZĄC Z DOMU, PO WCZEŚNIEJSZYM PRZYGOTOWANIU PANI DO TAKIEJ FORMY KSZTAŁCENIA?

Kobiety, które nie wyraziły zainteresowania kształceniem w zawodach mało popularnych, podawały różne przyczyny, m.in. związane z tym, że mają małe dzieci i nie będzie komu się nimi zająć, niską dyspozycyjnością, wiekiem, stanem zdrowia, trudną sytuacją rodzinną, brakiem wiary, że po szkoleniu znajdą pracę, brakiem zainteresowania wykonywaniem zawodów mało popularnych, obawą, że przez internet niczego się nie nauczą, zwłaszcza praktycznych umiejętności.

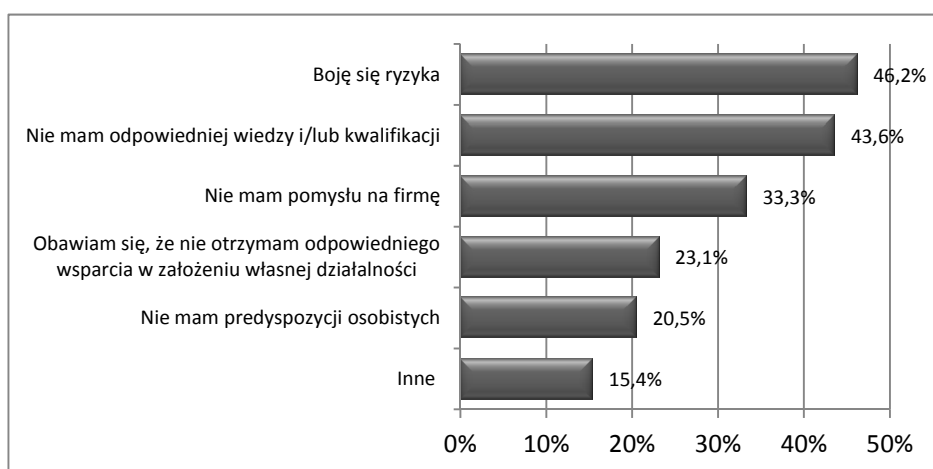


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.30. GOTOWOŚĆ RESPONDENTEK DO ROZPOCZĘCIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH

Wśród badanych kobiet znacznie mniejsze jest zainteresowanie rozpoczęciem własnej działalności w zawodach mało popularnych (24% wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak”). Co piąta respondentka nie była zdecydowana i udzieliła odpowiedzi „trudno powiedzieć” – wykres 7.30.

Do przyczyn braku zainteresowania zakładaniem własnych firm w zawodach mało popularnych, wskazanych przez respondentki, należy zaliczyć: obawy przed ryzykiem (46,2% wskazań), brak odpowiedniej wiedzy, kwalifikacji (43,6% wskazań), brak pomysłu na firmę (33,3% wskazań), obawę przed niedostatecznym wsparciem (23,1% wskazań) czy też brak predyspozycji osobistych (20,5% wskazań) – wykres 7.31.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 7.31. PRZYZCZYNY BRAKU ZAINTERESOWANIA ZAŁOŻENIEM WŁASNEJ FIRMY W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH

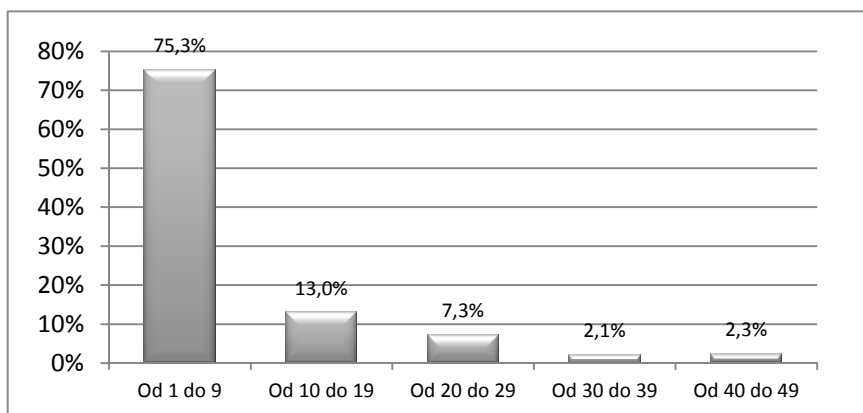
CZĘŚĆ III

PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH W ŚWIECIE BADAŃ PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

ROZDZIAŁ 8. SEKTOR RZEMIOSŁA/MŚP NA PODLASIU

8.1. Charakterystyka badanych firm

Wśród badanych przedsiębiorstw przeważającą większość stanowiły mikro-firmy zatrudniające wraz z właścicielem do 9 pracowników (wykres 8.1). Było to 75,3% badanych podmiotów. Pozostałą część próby stanowiły przedsiębiorstwa klasyfikujące się do grupy podmiotów małych zatrudniających od 10 do 49 pracujących¹². Wśród nich 13% badanych podmiotów to przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 19 pracowników. W przedziale od 20 do 29 zatrudnionych, w badanej próbie, wystąpiło 7,3% firm. Najmniejszy udział miały zaś podmioty zatrudniające od 30 do 39 osób – było to 2,1% badanych przedsiębiorstw oraz zatrudniające od 40 do 49 pracowników – miały one 2,3% udział w całej populacji.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.1. ZATRUDNIENIE W BADANYCH PODMIOTACH

Jak się okazuje, spośród badanych przedsiębiorstw przeważającą większość stanowiły podmioty zajmujące się szeroko rozumianą motoryzacją. Było to niemal co trzecie badane przedsiębiorstwo (29% badanych podmiotów) – tabela 8.1. Następne w kolejności były przedsiębiorstwa zajmujące się przetwórstwem żywności (20,7%). Zaś trzecie miejsce, pod względem liczby podmiotów biorących udział w badaniach, zajęły firmy związane z obróbką drewna. Stanowiły one

¹² Podział taki został przyjęty za Ustawą z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, art. 104, Dz.U. z 2004 r. nr 173, poz. 1807.

12,7% badanych przedsiębiorstw. Najmniej badanych podmiotów zajmowało się obróbką skór i futer oraz wyrobami włókienniczymi czy produkcją odzieży.

TABELA 8.1. BRANŻE, W KTÓRYCH PROWADZONA JEST DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

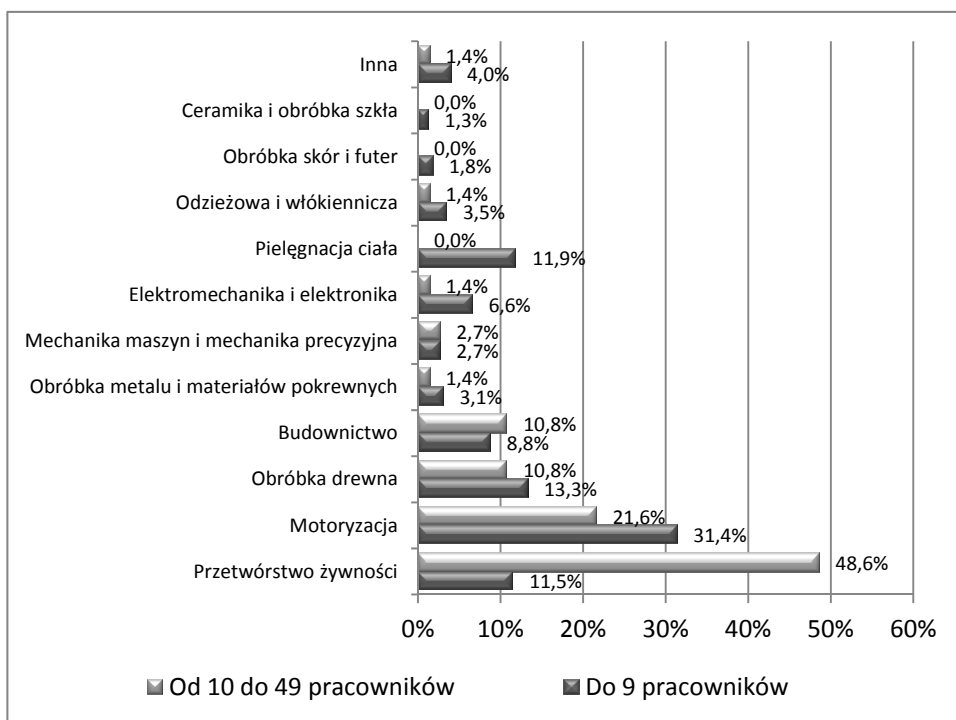
Branże	Częstość	Udział (%)
Przetwórstwo żywności	62	20,7
Motoryzacja	87	29,0
Obróbka drewna	38	12,7
Budownictwo	28	9,3
Obróbka metalu i materiałów pokrewnych	8	2,7
Mechanika maszyn i mechanika precyzyjna	8	2,7
Elektromechanika i elektronika	16	5,3
Pielęgnacja ciała	27	9,0
Odzieżowa i włókiennicza	9	3,0
Obróbka skór i futer	4	1,3
Ceramika i obróbka szkła	3	1,0
Inna	10	3,3
Razem	300	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Jeśli uwzględnić zatrudnienie, to należy stwierdzić, że w grupie podmiotów zajmujących się przetwórstwem żywności było najwięcej przedsiębiorstw małych. Wśród 62 podmiotów z tej grupy 36 (58,1% badanych z tej branży) były to firmy zatrudniające 10 i więcej pracowników. Natomiast w drugiej licznie reprezentowanej grupie podmiotów w próbie badawczej, zajmujących się motoryzacją, na 87 podmiotów zaledwie 16 (18,4% badanych z tej branży) to firmy małe, pozostałe zaś to przedsiębiorstwa mikro. Po 8 podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników znajdowało się wśród firm zajmujących się obróbką drewna (21,1% badanych z tej branży) i budownictwem (28,6% badanych z tej branży). W przypadku pozostałych wyróżnionych rodzajów działalności prowadzonej przez badane podmioty przeważały te zatrudniające maksymalnie do 9 pracowników.

Patrząc na strukturę dwóch grup podmiotów biorących udział w badaniu ze względu na wielkość zatrudnienia należy stwierdzić, że w grupie przedsiębiorstw zatrudniających do 9 pracowników przeważały podmioty z branży motoryzacyjnej (wykres 8.2). Stanowiły one jedną trzecią całej badanej populacji firm mikro (31,4%). Poza tym w badaniu wzięło udział 13,3% przedstawicieli mikroprzedsię-

biorstw zajmujących się obróbką drewna, 11,9% z branży pielęgnacji ciała i 11,5% z przetwórstwa żywności. Nieco mniej reprezentantów w grupie firm zatrudniających do 9 pracowników wywodziło się spośród podmiotów zajmujących się budownictwem (8,8%) czy elektromechaniką i elektroniką (6,6%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.2. BRANŻE, W KTÓRYCH PROWADZONA JEST DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA A WIELKOŚĆ FIRM

W grupie podmiotów o nieco większych rozmiarach, zatrudniających od 10 do 49 pracowników, dominowali przede wszystkim przedstawiciele sektora przetwórstwa żywności. Stanowili oni niemal połowę przedsiębiorstw małych (48,6% badanych). Co piąty respondent z tej grupy firm pod względem zatrudnienia to przedstawiciel branży motoryzacyjnej. Co dziesiąty zaś był reprezentantem branży związanej z budownictwem czy obróbką drewna (po 10,8% respondentów w tej grupie podmiotów). Pozostałe branże były reprezentowane wśród małych firm w bardzo niewielkim zakresie.

Szczegółowe informacje na temat produktów lub usług oferowanych przez badane przedsiębiorstwa wskazują, iż jeśli chodzi o przetwórstwo żywności, przeważająca większość podmiotów zajmowała się produkcją ciastkarską i pie-

karniczą (33 podmioty, czyli 53,2% firm będących reprezentantami tej branży). Gastronomia prowadzona była przez 23 podmioty (37,1% respondentów z tej branży). Przez badanych udzielane były takie informacje o ich działalności, jak: „smażenie”, grillowanie, gotowanie. Wśród 62 firm zajmujących się przetwórstwem żywności sześć przedsiębiorstw (9,7% podmiotów z tej grupy) zajmowało się produkcją wyrobów mięsnych i działalnością charakterystyczną dla masarni.

W grupie podmiotów zaklasyfikowanych do branży motoryzacyjnej wyróżnić można przedsiębiorstwa zajmujące się blacharstwem i lakiernictwem samochodowym. Było to sześć firm (6,9% podmiotów z powyższej branży). Podmiotów, które miały w swojej ofercie zarówno mechanikę pojazdową, jak i lakiernictwo oraz diagnostykę, było 16 (18,4%). Samą mechaniką pojazdową zajmowało się 59 firm, w tym jedną naprawą traktorów (67,8%). Wśród pozostałych wymienionych rodzajów usług pojawiły się: „galwanizacja – elektrolityczne zabezpieczanie przed korozją”; „obróbka części samochodowych”; pomoc drogowa i „recycling pojazdów”; naprawa motocykli, skuterów i quadów.

Podmioty zajmujące się obróbką drewna przede wszystkim produkują meble i zabudowy wnętrz. Stanowiły one ponad połowę badanych zajmujących się obróbką drewna (55,3% respondentów z tej branży). Stolar ką budowlaną, w tym produkcją parkietów, schodów czy nawet drzwi, zajmowało się 13,2% respondentów związanych z obróbką drewna. Ponadto wśród badanych były dwie osoby świadczące usługi tapicerskie i renowacyjne (5,3% firm zajmujących się obróbką drewna). Natomiast co czwarty badany z tej branży wskazywał na ogólnie pojęte usługi stolarskie i stolarstwo.

Podmioty zaklasyfikowane do sektora budownictwa, które wzięły udział w badaniach, zajmowały się różnymi usługami związanymi z tym sektorem. Jeden respondent wskazał na budowę dróg i chodników (3,6% podmiotów z tej branży). Kryciem dachów zajmowało się trzech uczestników badań (10,7% badanych z tej grupy firm), zaś usługami szklarskimi dwóch badanych (7,1%). Na montaż instalacji sanitarnych i centralnego ogrzewania wskazało pięć osób (17,9%). Jeszcze inny badany świadczył usługi w zakresie budowy urządzeń „centralnego wentylowania z odzyskiem ciepła”. Jedna firma zajmowała się produkcją wyrobów z gipsu i dekoracjami ściennymi, a inny badany produkcją parapetów oraz pomników i nagrobków. Pozostali respondenci w liczbie 12 podmiotów wskazali na usługi ogólnobudowlane. Stanowili oni 42,9% badanych zaklasyfikowanych do branży budownictwa.

Wśród przedstawicieli firm biorących udział w badaniach do branży, jaką jest obróbka metalu i materiałów pokrewnych, zaklasyfikowane zostały cztery podmioty zajmujące się usługami ślusarskimi. Ich główna działalność polegała na produkcji bram, ogrodzeń, krat czy sztyldów. Podmioty takie stanowiły 50% firm z tej branży. Pozostałych trzech respondentów (37,5% badanych z tej branży) zaj-

mowało się jubilerstwem i złotnictwem. Natomiast jeden badany prowadził działalność związaną z metaloplastyką.

Branżę mechaniki maszyn i mechaniki precyzyjnej reprezentowało osiem podmiotów. Zajmujących się usługami zegarmistrzowskimi były dwie firmy (25% przedstawicieli tej branży). Inni zajmowali się naprawą zamków i usługami dorabiania kluczy.

Elektromechanika i elektronika to branża reprezentowana przede wszystkim przez firmy zajmujące się naprawą różnego rodzaju sprzętu RTV i AGD – pięć podmiotów (31,3% badanych) z tej branży. Naprawą sprzętu komputerowego zajmował się jeden badany (6,3% podmiotów z tej branży). Elektronika pojazdowa dotyczyła sześciu przedstawicieli badanych firm (37,5% podmiotów z tej branży), zaś jeden respondent zajmował się diagnostyką klimatyzacji i wentylacji samochodowej (6,3%). Poza tym po jednym przedstawicielu tej branży świadczyło usługi z zakresu przewijania silników oraz ogólnie usług elektrycznych i elektronicznych.

W branży pielęgnacji ciała przede wszystkim wymienić należy usługi fryzjerskie. Świadczone były one przez 17 badanych (63% podmiotów z tej branży). Na usługi kosmetyczne i fryzjersko-kosmetyczne wskazało po pięciu przedstawicieli firm, czyli po 18,5% badanych z każdej z wymienionych dziedzin.

Branżę odzieżową i włókienniczą reprezentowały jedynie firmy zajmujące się szyciem ubrań. W tym trzy zakłady (33,3% badanych z tej branży) w swojej ofercie miały przeróbkę i naprawę odzieży. Jeden respondent zajmował się szyciem i sprzedażą odzieży roboczej, a kolejny sukien ślubnych (po 11,1% podmiotów z tej branży).

Jeśli chodzi o branżę nazwaną jako obróbka skór i futer, okazuje się, że przeważały tu podmioty, które prowadzą usługi szewskie, w tym przede wszystkim naprawę obuwia. Były to dwa zakłady. Jeden zajmował się szyciem butów na miarę. Kolejny badany wskazał na produkcję futer.

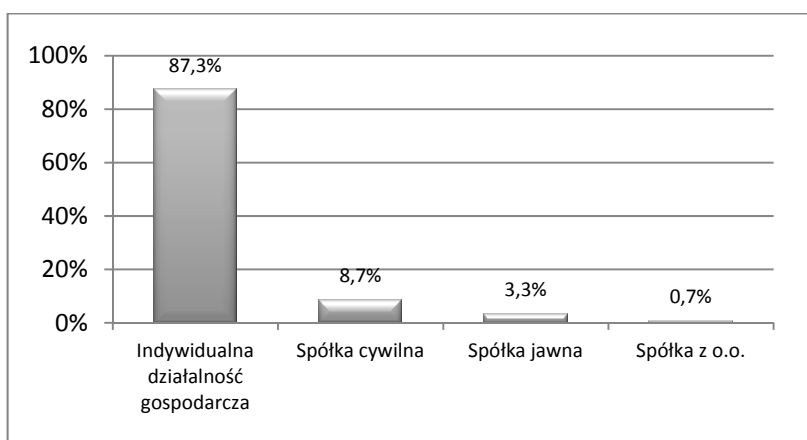
Do produkcji ceramiki i obróbki szkła zaklasyfikować można trzech producentów. Podstawą ich działalności było wytwarzanie „produktów garncarskich” czy też wyrobów z gliny.

Wśród podmiotów zaklasyfikowanych jako inna dziedzina wyróżnić można przede wszystkim przedsiębiorstwa zajmujące się fotografią – sześć firm oraz po jednym podmiocie zajmującym się: usługami florystycznymi, strzyżeniem psów, produkcją wyrobów z wikliny i usługami hotelarsko-restauracyjnymi.

Analiza form organizacyjnych badanych podmiotów pozwala stwierdzić, że dominuje wśród nich indywidualna działalność gospodarcza (wykres 8.3).

Cechowała ona 87,3% badanych podmiotów. Wśród badanych firm znalazły się również spółki cywilne (8,7%) i jawne (3,3%). Ponadto dwa z badanych pod-

miotów (0,7%) to spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Spółki takie znajdowały się wśród firm z branży przetwórstwa żywności i motoryzacyjnej – po jednym podmiocie. Spółki cywilne to 15 przedsiębiorstw zajmujących się przetwórstwem żywności. Kolejnych pięć związanych było z obróbką drewna. Następne trzy spółki cywilne zostały zawiązane wśród podmiotów zaklasyfikowanych do branży budowlanej, po jednej firmie to spółki cywilne związane z mechaniką, motoryzacją i inną działalnością gospodarczą, spoza wyróżnianych na liście w kwestionariuszu badawczym. Spółki jawne to sześć firm zajmujących się przetwórstwem żywności. Kolejne dwie spółki jawne działały w branży motoryzacyjnej, zaś po jednym podmiocie w branżach budownictwo i mechanika.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.3. FORMY ORGANIZACYJNO-PRAWNE BADANYCH PODMIOTÓW

TABELA 8.2. LICZBA I STRUKTURA BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTW W ZALEŻNOŚCI OD ROKU ZAŁOŻENIA

Okres powstania	Częstość	Udział (%)
Do 1950 roku	2	0,6
1951-1969	11	3,7
1970-1989	69	23,0
1990-1999	116	38,7
2000-2011	102	34,0
Suma	300	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Wśród badanych podmiotów przeważająca większość powstała w latach 1990-1999. W okresie tym zostało założonych 38,7% badanych podmiotów, czyli

116 przedsiębiorstw (tabela 8.2). Od roku do 11 lat działało na rynku 34% badanych podmiotów. Co czwarta firma powstała w latach 1970-1989 (23% podmiotów z badanej populacji). Wśród badanych znalazło się jedynie 4,3% przedsiębiorstw, które działają na rynku około 40 i więcej lat. Warto przy tym wspomnieć, że najstarsza wśród badanych firm powstała w roku 1930 i prowadzi działalność w branży obróbki skór i futer.

W ramach przeprowadzonych badań dokonano również analizy głównych rynków, na których działają badane przedsiębiorstwa, czyli takich, na które kierują one największą część swojej sprzedaży (tabela 8.3).

TABELA 8.3. GŁÓWNE RYNKI, NA KTÓRYCH DZIAŁAŁY BADANE PRZEDSIĘBIORSTWA

Rodzaj rynku	Częstość	Udział (%)
Rynek lokalny (nie wykracza poza teren powiatu)	248	82,7
Rynek regionalny (nie przekracza granic województwa podlaskiego)	34	11,3
Rynek krajowy (ogólnopolski)	17	5,7
Rynek międzynarodowy	1	0,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

W przeważającej większości badane podmioty mają ograniczony zasięg prowadzonej działalności do rynku lokalnego. W opinii 82,7% reprezentantów badanych podmiotów ich rynkiem działania jest rynek lokalny. Do poziomu województwa swą działalność ogranicza 11,3% badanych (tabela 8.3). Zaledwie 6% przedsiębiorstw działa na rynku szerszym niż lokalny czy regionalny. W tym tylko jedno badane przedsiębiorstwo działa na rynku międzynarodowym.

TABELA 8.4. GŁÓWNE RYNKI, NA KTÓRYCH DZIAŁAŁY BADANE PRZEDSIĘBIORSTWA A WIELKOŚĆ ZATRUDNIENIA

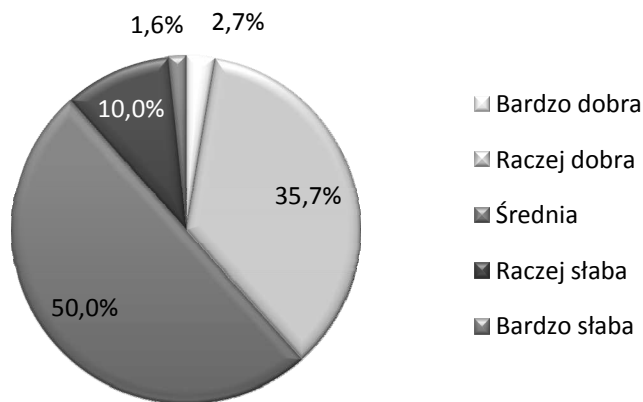
Rodzaj rynku	Do 9 pracowników	Od 10 do 49 pracowników
Rynek lokalny (nie wykracza poza teren powiatu)	83,2%	81,1%
Rynek regionalny (nie przekracza granic województwa podlaskiego)	12,0%	9,5%
Rynek krajowy (ogólnopolski)	4,4%	9,4%
Rynek międzynarodowy	0,4%	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Jeśli uwzględnić wielkość podmiotów, to na rynku lokalnym działa 188 (83,2%) badanych mikroprzedsiębiorstw oraz 60 przedsiębiorstw małych (81,1%).

Również wśród firm działających na rynku regionalnym przeważały podmioty mikro, w tym 12% mikro i 9,5% małych. W badanej próbie znalazło się 4,4% przedsiębiorstw prowadzących działalność na rynku krajowym, które zatrudniają do 9 pracowników. Natomiast 9,4% to podmioty działające na tym rynku zatrudniające od 10 do 49 osób. Jedno przedsiębiorstwo działające na rynku międzynarodowym znalazło się wśród mikrofirm zatrudniających do 9 pracowników.

Celem pogłębienia wiedzy na temat badanych podmiotów zadano respondentom pytanie na temat obecnej sytuacji ekonomicznej. Poproszono o ocenę tej sytuacji za pomocą następujących sformułowań: „bardzo dobra”, „raczej dobra”, „średnia”, „raczej słaba”, „bardzo słaba”. Należy stwierdzić, że w badanej populacji przeważają dość optymistyczne odpowiedzi (wykres 8.4).

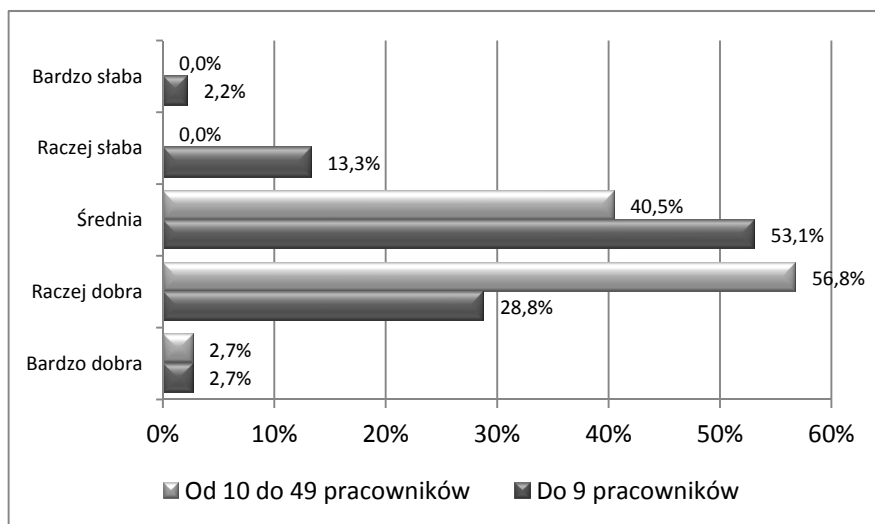


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.4. OCENA SYTUACJI EKONOMICZNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA

Jako „raczej dobrą” swoją sytuację oceniło 35,7% badanych, zaś co drugi wskazał, że sytuacja ta jest „średnia”. Jedynie 8 respondentów, co stanowiło 2,7% badanych, stwierdziło, że ich sytuacja jest „bardzo dobra”. Jednocześnie niewielu – 10% badanych – uznało, że sytuacja ekonomiczna ich zakładu jest raczej „słaba”, a zaledwie 5 przedstawicieli firm (1,6%) uznało ją za „bardzo słabą”. Co za tym idzie, tylko 11,6% respondentów uznało obecną sytuację ekonomiczną ich przedsiębiorstwa za niekorzystną.

Analiza opinii badanych na temat sytuacji ekonomicznej ich firm według wielkości zatrudnienia pozwala na stwierdzenie, że lepiej oceniają swoją sytuację przedstawiciele przedsiębiorstw małych zatrudniających od 10 do 49 pracowników (wykres 8.5).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.5. OCENA SYTUACJI EKONOMICZNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA A WIELKOŚĆ FIRMY

Na „raczej dobrą” ocenę wskazało 56,8% podmiotów z tej grupy i 28,8% firm mikro. Jako „średnią” swoją sytuację oceniają częściej przedstawiciele podmiotów bardzo małych. Odpowiedzi takie wskazało 53,1% respondentów. Poza tym to właśnie w grupie tych badanych pojawiły się stwierdzenia wskazujące na fakt, iż ich sytuacja jest „raczej słaba” (13,3% respondentów z tej grupy firm) i „bardzo słaba” (2,2%).

Warto przy tym zwrócić uwagę, że wśród podmiotów oceniających swoją sytuację jako „bardzo dobrą” znalazły się dwa przedsiębiorstwa zajmujące się przetwórstwem żywności oraz po jednym z branży motoryzacyjnej, budownictwa, mechaniki maszyn i mechaniki precyzyjnej, elektromechaniki i elektroniki, pielęgnacji ciała oraz obróbki skór i futer. Co interesujące, również reprezentanci niektórych wyróżnionych tu branż wskazali na „bardzo słabą” obecną sytuację swojego przedsiębiorstwa. Odpowiedzi takiej udzielił przedstawiciel jednej firmy zajmującej się przetwórstwem żywności, jednej związanej z mechaniką maszyn i mechaniką precyzyjną oraz dwóch prowadzących działalność w zakresie pielęgnacji ciała.

Jeśli chodzi o prognozę zmian w zakresie funkcjonowania badanych podmiotów, przedstawiciele przeważającej liczby firm twierdzą, że szczególnie istotne jest utrzymanie obecnej pozycji rynkowej ich przedsiębiorstwa. Odpowiedzi takiej udzieliło 65,3% badanych podmiotów (tabela 8.5). Na rozwój wskazało 12% badanych. W tym 7% uważa, że rozwój ten będzie miał charakter dynamiczny,

zaś 5%, że będzie powolny. Na ograniczanie dotychczas prowadzonej działalności wskazało sześciu respondentów, zaś kolejnych sześciu twierdzi nawet, że istnieje możliwość, iż przedsiębiorstwo, którego są przedstawicielami lub właścicielami, może ulec likwidacji. Jednocześnie trzeba stwierdzić, iż 18,3% badanych, a więc niemal co szósty respondent, wskazało na odpowiedź „trudno powiedzieć”.

TABELA 8.5. PRZEWIDYWANE ZMIANY W SYTUACJI PRZEDSIĘBIORSTW W NAJBLIŻSZYCH TRZECH LATACH

Wyszczególnienie	Częstość	Udział (%)
Utrzyma swoją pozycję rynkową	196	65,3
Będzie dynamicznie rozwijać się	21	7,0
Następować będzie powolny rozwój	15	5,0
Będzie ograniczać działalność	6	2,1
Może nastąpić likwidacja zakładu/firmy	6	2,0
Inna możliwość	1	0,3
Trudno powiedzieć	55	18,3
Razem	300	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

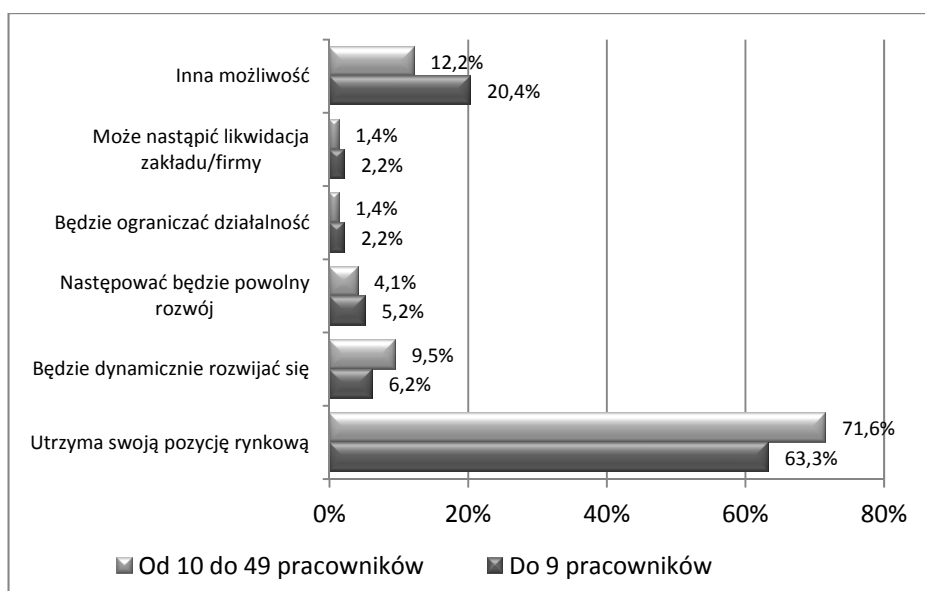
Respondenci wskazujący na dalszy dynamiczny rozwój ich przedsiębiorstwa uznali, że przede wszystkim taka sytuacja mogłaby być spowodowana pozyskaniem środków z Unii Europejskiej. Inne czynniki, które mogą wpłynąć na rozwój firmy, to m.in. nowe maszyny, rozbudowa przedsiębiorstwa, podjęcie współpracy z zagranicą czy wzrost zapotrzebowania na usługi świadczone przez firmę. Jeden z badanych uznał, że takim bodźcem dla dynamicznego rozwoju może być prowadzenie działalności marketingowej przejawiającej się przede wszystkim w podjęciu działań promocyjnych. Kolejny badany wskazał ogólnie na poszerzenie działalności, inny zaś już dokładniej sprecyzował, że istotne mogłoby być poszerzenie działalności o rynek krajowy.

Przedstawiciele podmiotów wskazujących na duże szanse dalszego, aczkolwiek powolnego, rozwoju ich przedsiębiorstwa dodatkowo uzupełnili swoje odpowiedzi. Można podzielić je na dwie kategorie – takie, które dotyczyły czynników wspierających ten rozwój, oraz dotyczące barier tego rozwoju. Trzech badanych uznało, że dalszy rozwój firmy będzie efektem ciężkiej pracy. Inny wskazał, że znaczenie będzie mieć wprowadzenie nowych technologii w jego przedsiębiorstwie. Najwięcej badanych stwierdziło istnienie barier, które sprawią, że rozwój będzie następował, jednak nie będzie dynamiczny. Trzech respondentów uznało, że utrudnieniem w rozwoju może być brak środków finansowych. Na dynamicznie rozwijającą się konkurencję wskazało kolejnych trzech badanych. Je-

den zaś stwierdził, że niska dynamika rozwoju jego firmy może wynikać z faktu, iż „coraz mniej ludzi kupuje nowe auta”. A jeszcze inny, że może to być po prostu wynikiem kryzysu gospodarczego.

Również respondenci, którzy wskazali na duże prawdopodobieństwo ograniczania swojej działalności w najbliższej przyszłości, podali dodatkowo przyczyny takiej sytuacji. Powodem ograniczania działalności będzie kryzys gospodarczy. Także i ci badani wskazali na „zbyt dużą konkurencję” czy też „słabą sytuację [finansową] firmy”. Inny badany uznał, że przyczyną mogą być „rosnące koszty utrzymania firmy”, a kolejny stwierdził, że po prostu coraz bardziej charakterystyczne jest „małe zapotrzebowanie = mało klientów”.

Respondenci, którzy wskazali na prawdopodobną likwidację przedsiębiorstw, dodatkowo stwierdzili, że jednym z powodów mogą być „wysokie koszty”. Inny badany powiedział, że trudnością może być „brak pracowników”, zaś kolejny stwierdził, że powodem trudnej sytuacji firmy, która może nawet doprowadzić do jej likwidacji, są „ciężkie czasy”. Jeden badany nie stwierdził, jaka będzie w przyszłości sytuacja, uznał zaś, że „będzie źle, jeśli kryzys będzie się pogłębiał”.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.6. PRZEWIDYWANE ZMIANY W SYTUACJI PRZEDSIĘBIORSTW W NAJBLIŻSZYCH TRZECH LATACH A WIELKOŚĆ FIRMY

Zasadniczo niewielkie są różnice w odpowiedziach udzielonych przez przedstawicieli mikro- i małych przedsiębiorstw (wykres 8.6). Nieco więcej przedstawicieli podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników, bo 71,6%,

w porównaniu do 63,3% przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw, twierdzi, że ich firma utrzyma dotychczasową pozycję na rynku. Ponadto 13,5% przedstawicieli małych zakładów uważa, że przedsiębiorstwo będzie się rozwijać, w tym 9,5% stawia na dynamiczny rozwój. W przypadku firm mikro odsetek podmiotów nastawionych na rozwój wyniósł 11,5%, w tym 6,2% badanych twierdzi, że ten rozwój będzie miał charakter dynamiczny.

Dość negatywne nastroje udzielają się większości podmiotów mikro zatrudniających do 9 pracowników. Jak się okazuje, na prawdopodobieństwo ograniczenia swojej działalności gospodarczej w najbliższych trzech latach wskazało pięciu przedstawicieli firm mikro i jednej firmy małej. Podobnie wyglądała struktura odpowiedzi, jeśli chodzi o obawę, iż może nastąpić nawet likwidacja przedsiębiorstwa. Jednocześnie na odpowiedź „trudno powiedzieć” wskazał co piąty przedstawiciel z grupy mikroprzedsiębiorstw (20,4%) i mniej, bo 12,2% respondentów będących właścicielami lub współwłaścicielami firm małych.

Celem pogłębienia powyższych informacji poproszono badanych o wskazanie, jakie w ich opinii są główne bariery rozwojowe firm, w tym rzemieślniczych, na terenie województwa podlaskiego. Bariery te pogrupowano następująco: ograniczone środki finansowe (6% badanych), wysokie koszty prowadzenia działalności (9,7%), brak wsparcia ze strony państwa (8%), przepisy prawa (4,3%), wysoka konkurencja panująca w branży (11,3%), niezamożne społeczeństwo (10%), brak popytu (9,3%), postęp techniczny (2%), brak wykwalifikowanych zasobów ludzkich (11,3%), trudności w dostępie do szkoleń i kursów (5%), brak szkół (2,3%), specyfika kształcenia zawodowego (2,3%).

Jeśli chodzi o ograniczone środki finansowe, to 18 respondentów (6% badanych) wskazało na różne potrzeby w tym zakresie. Trzem badanym na przykład brakuje zasobów finansowych na po prostu rozwój firmy. Czterech kolejnych wskazało na brak środków na zakup lub modernizację maszyn, „ulepszenie zakładu”, „na inwestycje”. Wśród innych odpowiedzi pojawiło się wskazanie „na reklamę” czy „na naprawy bieżące”. Wynikające z ograniczenia środków finansowych trudności to przede wszystkim brak płynności finansowej badanych podmiotów.

W sferze aspektów ekonomicznych znajduje się również druga grupa barier rozwojowych, które można zaklasyfikować jako przyczynę trudnej sytuacji finansowej niektórych badanych przedsiębiorstw. Jest to ogólnie rozumiana „niska dochodowość” zakładów rzemieślniczych i wynikająca z niej „mała opłacalność firm rzemieślniczych”. Szczególnie że – jak wskazało czterech badanych (1,4%) – przekłada się to na niskie wynagrodzenia zarówno założycieli, jak i pracowników. Łącznie kwestia niskich dochodów poruszona została przez dziewięciu badanych (3% respondentów).

Inną barierą rozwoju wskazywaną przez 29 badanych podmiotów (9,7%) są zbyt wysokie koszty prowadzenia działalności. Kwestia ta dotyczyła kilku zagadnień, w tym kosztów pracy czy „kosztów zatrudniania pracowników”, na co wskazało 10 badanych (3,3% respondentów). Zdaniem 18 badanych (6%) problemem są ogólnie „koszty utrzymania zakładu” czy jak podało sześciu innych respondentów (2%) „wysokie opłaty”. Sformułowania „koszty ZUS” użyło 4 badanych (1,3%). Natomiast dla 10 respondentów (3,3%) znaczenie mają ogólnie pojęte podatki.

Brak wsparcia ze strony państwa, w zakresie zarówno prowadzenia, jak i rozwoju tego rodzaju podmiotów, został wskazany przez 24 badanych (8%). Wśród nich trzech respondentów (1%) dostrzega, iż brak jest dofinansowania dla tego rodzaju prowadzonej działalności. W tym dwóch (0,7%) spośród nich stwierdziło, że brak takiego rodzaju wsparcia „w rzemiośle” czy też dla „działalności rzemieślniczej”. Kolejny badany uznał, że „brak dofinansowań unijnych”. Respondenci poza tym wskazują przede wszystkim, że występuje „brak zainteresowania ze strony władz”, a co z tego wynika często „brak informacji o sytuacji”. Dwóch respondentów niepokoi fakt, że ma miejsce „traktowanie małych na tych samych warunkach, co dużych”, szczególnie że małe firmy powinny – zdaniem badanych – być traktowane na innych zasadach niż firmy duże. Jedną z form wsparcia mogłaby być promocja podmiotów np. rzemieślniczych przez państwo. Na „słabą promocję” wskazało pięciu respondentów (1,7% badanych).

Trudności związane z przepisami prawa i procedurami administracyjnymi wskazało 13 respondentów (4,3% badanych). Przepisy prawa były barierą, która została wskazana przez 7 respondentów (2,3% badanych). Twierdzą oni, że: „przepisy nie są dostosowane do życia”, są niestabilne, źle skonstruowane. Jeden z respondentów użył sformułowania „nieżyciowe przepisy”. Kolejnym wskazywanym czynnikiem, mogącym stanowić barierę rozwoju podmiotów, o której wspomniało 6 respondentów (2% badanych), jest biurokracja, czy też – jak to określili inni badani – „utrudnienia w urzędach w związku z dokumentacją” i „problemy z założeniem firmy”.

Ważną i często wyróżnianą barierą jest konkurencja panująca w branży, w której działa przedsiębiorstwo. Na czynnik ten wskazało 34 badanych (11,3% respondentów). Przy tym 10 badanych (3,3%) określiło obecną konkurencję jako „dużą”. Padły też stwierdzenia: „konkurencja – piekarnie w hipermarketach”, „hipermarkety”, „sieci handlowe (duże)”, czy wskazano, że chodzi o „konkurencję z zagranicy”. Inną przyczyną wzrostu konkurencji jest import z Chin – szczególnie że produkty takie są w opinii badanych po prostu tanie. Na kwestię tę wskazało 4 respondentów (1,3% badanych).

Cecha podlaskich odbiorców produktów i usług małych firm, jaką jest niski poziom dochodów podlaskiej społeczności, to kolejna ważna dla badanych bariera rozwoju ich przedsiębiorstw. Na kwestię taką wskazało 30 respondentów

(10% badanych). Padły przy tym takie sformułowania, jak: „brak zamożnych klientów”, „biedne społeczeństwo”, „brak popytu, ludzie nie mają pieniędzy”. Czterech respondentów (1,3%) podkreśliło również fakt, iż województwo podlaskie to „biedniejszy region”, a co więcej cechuje go „słaba pozycja przemysłowa województwa”. Jednak czterech innych badanych (1,3% respondentów) stwierdziło, że generalnie obecnie ma miejsce „słaba sytuacja gospodarcza kraju”. Poza tym 10 kolejnych (3,3% respondentów) wskazało na ogólnoswiatowy kryzys gospodarczy. W związku z tym zaś, jak stwierdza jeden z badanych: „ludzie uważają na to, ile i co kupują”, a kolejny powiedział, że „ludzie mają mało pieniędzy i mniej korzystają z usług”.

Ponadto 28 respondentów (9,3% badanych) stwierdziło ogólnie brak popytu na ich produkty i usługi, nie wskazując często przy tym, z czego to wynika. Wśród nich 2 badanych (0,7% respondentów) wspomniało o „braku konkretnych klientów”. Inni zauważają, że „brak nowego rynku zbytu” czy też że „zbyt mały [jest] rynek lokalny”. Sam rynek lokalny nie pozwala na realizację działalności w zakresie zadowalającym i uzyskanie odpowiedniej ilości zamówień, gdyż po prostu jest tu – jak uważa pięciu kolejnych badanych (1,7% respondentów) – „za mało konsumentów/klientów”, a co więcej jest „zamknięty lokalny rynek na nowe przedsięwzięcia”.

Innym rodzajem bariery jest brak zainteresowania ofertą podlaskich przedsiębiorstw, wynikający ze znaczącego postępu technicznego. Na taką przyczynę trudności w prowadzeniu swojej działalności wskazało 6 respondentów (2% badanych). Jak się wydaje, problem ten dostrzegają szczególnie zakłady fotograficzne. Jeden z badanych powiedział: „postęp technologiczny sprawia, że jest mało zainteresowanie fotografią”. Kolejny dodał, że usługi oferowane przez firmę „wypierają aparaty cyfrowe”, a inny stwierdził, że problemem jest „rozwój innych bardziej ogólnodostępnych technologii fotograficznych”. Badani z innych branż wskazali na fakt, że jest „małe zainteresowanie firmami rzemieślniczymi, ponieważ w większości firm praca człowieka jest zastępowana maszynami”.

Warto zwrócić również uwagę na wskazywane często przez badanych niedobory dotyczące zasobów ludzkich. Jak okazuje się, problemy te dotyczą takich kwestii, jak: brak szkół kształcących w konkretnych zawodach, specyfika samego kształcenia zawodowego, jak i trudności w dostępie do szkoleń i kursów.

Zasadniczo brak odpowiednio wykwalifikowanych zasobów ludzkich jest poważną barierą dla 34 respondentów (11,3%). Z tego 13 badanych (4,3%) twierdzi, że nie ma „chętnych do pracy”, jak i do „nauki zawodu”. Wynika to z ogólnego „braku zainteresowania i wiedzy o rzemiośle”, na który wskazało 21 badanych (7% respondentów). Często „ludzie nie decydują się otworzyć działalności rzemieślniczych, decydują się na wyższe uczelnie”, bo po prostu „ludzie nie są przekonani do rzemiosła”.

Jeśli chodzi o szkolenia, to 7 badanych (2,3%) stwierdziło, że „brak bezpłatnych szkoleń zawodowych” czy też „brak bezpłatnych, cyklicznych kursów doszkalających”. Szczególnie że jak zauważa 8 kolejnych (2,7% respondentów) są to „kosztowne kursy specjalizacyjne w rzemiośle”, natomiast mali przedsiębiorcy często mają „zbyt mało pieniędzy na szkolenia”, zarówno dla siebie, jak i swoich pracowników. Łącznie 15 badanych (5%) wskazało na trudności w dostępie do szkoleń i kursów pozwalających na zdobycie, jak i podnoszenie kwalifikacji.

Kolejnych 7 badanych (2,3% respondentów) wskazało na brak szkół, które prowadzą edukację w zakresie kształcenia zawodowego. Podają przy tym powód takiej sytuacji, jakim jest fakt, iż „coraz mniej osób decyduje się na takie przedsiębiorstwa i co za tym idzie jest mało szkół, które tego uczą”. Poza tym jak zauważył inny respondent jest „coraz mniej szkół zawodowych (małe zainteresowanie)”.

Następnych 7 respondentów (2,3% badanych) za barierę rozwoju rzemiosła i małych firm w województwie podlaskim uznaje specyfikę samego kształcenia zawodowego. Twierdzą oni, że nauka zawodu rzemieślnika jest „długotrwała i pracochłonna”, szczególnie że są to „trudne zawody do wyuczenia”. Co więcej, by w ogóle przeprowadzić takie kształcenie niezbędne są „drogie urządzenia pomocne do pracy”.

Oprócz powyższych różnego rodzaju barier rozwojowych małych firm, w tym rzemiosła, w województwie podlaskim pojawiły się również pojedyncze stwierdzenia, że ogólnie młodych ludzi cechuje niska „kultura osobista – złe traktowanie zawodu”. Poza tym jeszcze innym czynnikiem o charakterze popytowym jest, jak zauważył jeden z badanych, „brak zaufania konsumenta do nowych firm”.

Ponadto trzeba zauważyć, że na brak barier w rozwoju firm wskazało zaledwie 6 respondentów (2% badanych), przy czym stwierdzenie „brak” padło z ust 5 ankietowanych, a jeden powiedział, że takich barier „nie ma”. Kolejnych 15 badanych (5% respondentów) z całej próby badawczej udzieliło odpowiedzi „nie wiem” jakie są bariery tego rozwoju. Łącznie więc 21 przedstawicieli badanych firm nie wskazało na żadne bariery.

8.2. Warunki powstania i rozwoju badanych zakładów rzemieślniczych/MŚP

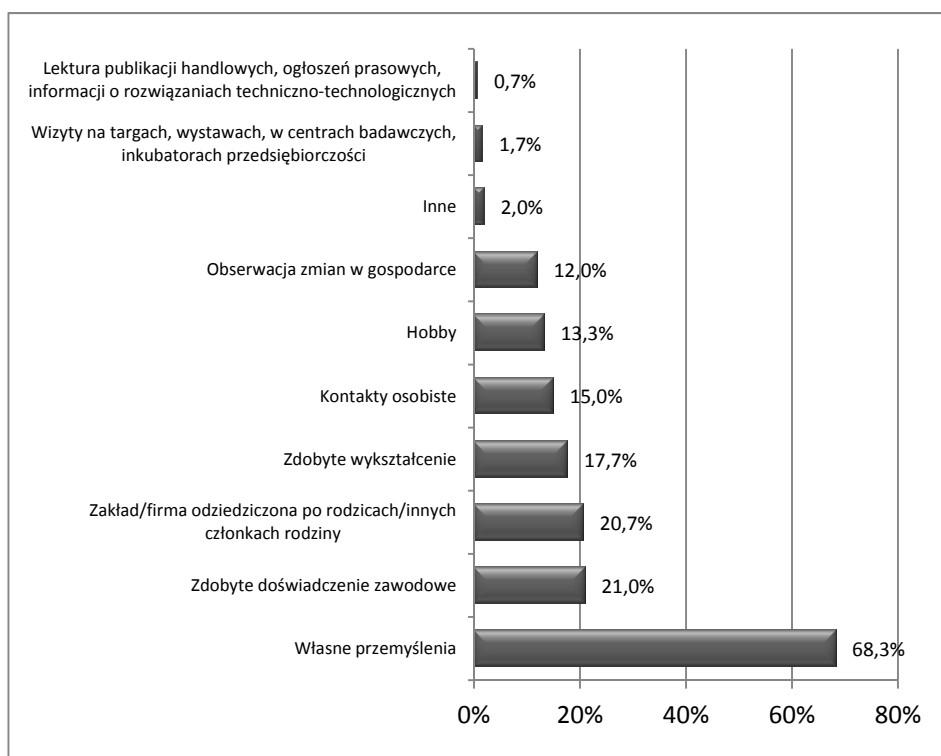
Jedna z części wywiadu skierowanego do zakładów rzemieślniczych/MŚP dotyczyła warunków powstawania i rozwoju małych podmiotów gospodarczych, w tym zakładów rzemieślniczych. Celem zawartych tu pytań było wskazanie różnych czynników, które – w opinii przedstawicieli przedsiębiorstw – mogą sprzyjać, jak i stanowić bariery rozwoju firm, które mogą być zakładane przez osoby

zainteresowane wykonywaniem zawodów mało popularnych, niszowych czy ginących.

8.2.1. Źródła pomysłu na rodzaj prowadzonej działalności

Pytanie pierwsze dotyczyło źródeł pomysłu na dany rodzaj działalności. Respondenci mogli wybrać kilka spośród 9 odpowiedzi (wykres 8.7). Na pytanie o źródło pomysłu na prowadzoną działalność przeważająca liczba reprezentantów badanych podmiotów wskazała na „własne przemyślenia” (68,3% badanych). Co istotne, warto zwrócić uwagę, że dla części respondentów podstawą podjęcia działalności gospodarczej było doświadczenie zawodowe zdobyte w pracy zawodowej. Na odpowiedź taką wskazało 21% badanych. Co piąty respondent stwierdził, że prowadzona przez niego firma ma korzenie rodzinne. Została ona odziedziczona po rodzicach lub innych członkach rodziny (20,7%). Nieco rzadziej pojawiał się powód, jakim jest zdobyte wykształcenie – na odpowiedź taką wskazało 17,7% respondentów. Innym źródłem pomysłu były kontakty osobiste (15%) czy hobby (13,3%). Warto zwrócić uwagę, że 12% badanych wskazało, iż powodem podjęcia działalności gospodarczej była „obserwacja zmian w gospodarce”. Zaledwie pięciu badanych (1,7%) wskazało na wizyty na targach, wystawach i innych tego typu imprezach. Natomiast dwóch badanych (0,7%) uznało, że powodem podjęcia działalności gospodarczej była lektura publikacji handlowych, ogłoszeń prasowych czy też innych źródeł informacji o rozwiązaniach techniczno-technologicznych.

Analiza wyników odpowiedzi wskazujących źródła pomysłów na prowadzenie działalności według wielkości firm pozwala dostrzec dość podobną strukturę wskazań respondentów. Jak się jednak okazuje, częściej przedsiębiorstwa były dziedziczone po rodzicach czy innych członkach rodziny w przypadku podmiotów małych niż mikro (wykres 8.8). Przedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników zostały przejęte w ramach rodziny przez 18,6% badanych, zaś sytuacja taka miała miejsce w przypadku 27% firm zatrudniających od 10 do 49 pracowników. Dość znaczącą różnicę w odpowiedziach uzyskano w przypadku wskazań na obserwację zmian w gospodarce. Prawie co czwarty badany z firmy małej korzystał z tego źródła pomysłu na firmę (23%), zaś w przypadku mikro-firm było to zaledwie 8,4% badanych podmiotów z tej grupy. Za to nieco częściej istotne znaczenie dla mikropodsiębiorstw miało zdobyte wykształcenie czy doświadczenie oraz hobby.

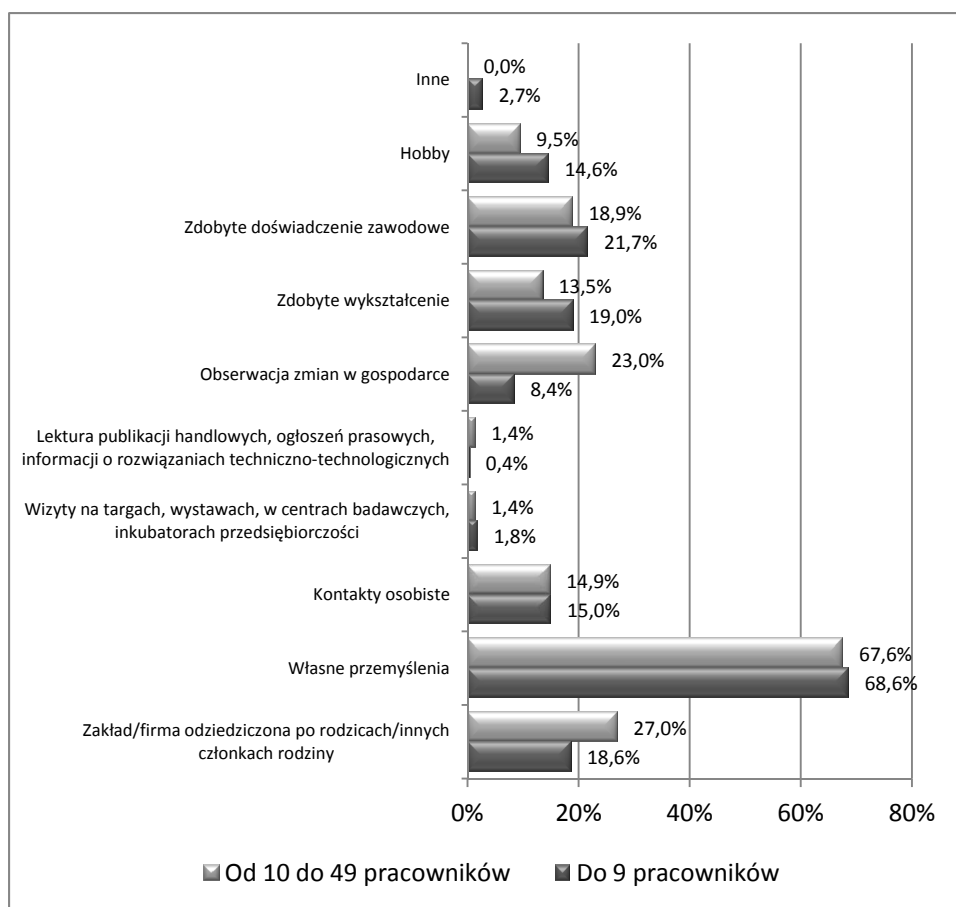


Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.7. ŹRÓDŁA POMYSŁU NA WŁASNĄ DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ

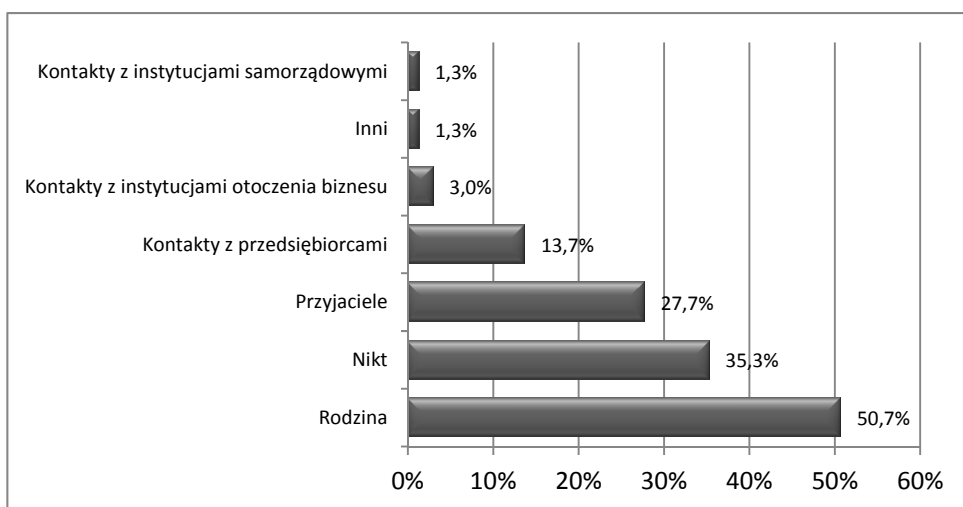
Inne pytanie podnosiło kwestię tego, kto utwierdził badanych właścicieli firm w przekonaniu o założeniu i/lub kontynuowaniu działalności podmiotów. Respondenci ponownie mogli wybrać kilka spośród 6 odpowiedzi znajdujących się na liście w kwestionariuszu badawczym (wykres 8.9). Przeważająca większość badanych stwierdziła, że w przekonaniu o tym, iż warto prowadzić własną działalność, utwierdzeni zostali przez swoją rodzinę. Na odpowiedź taką wskazała ponad połowa badanych respondentów. Co trzeci respondent wskazał, że nie poszukiwał w nikim takiego wsparcia. Niemal co czwarty badany potwierdzenia zasadności prowadzenia działalności poszukiwał wśród przyjaciół. Dla 13,7% respondentów takim wsparciem były kontakty z innymi przedsiębiorcami. Zdecydowanie rzadziej były to instytucje otoczenia biznesu czy przedstawiciele jednostek samorządowych (odpowiedzi takiej udzieliło tylko 4,3% badanych).



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.8. ŹRÓDŁA POMYSŁU NA WŁASNĄ DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ A WIELKOŚĆ FIRMY



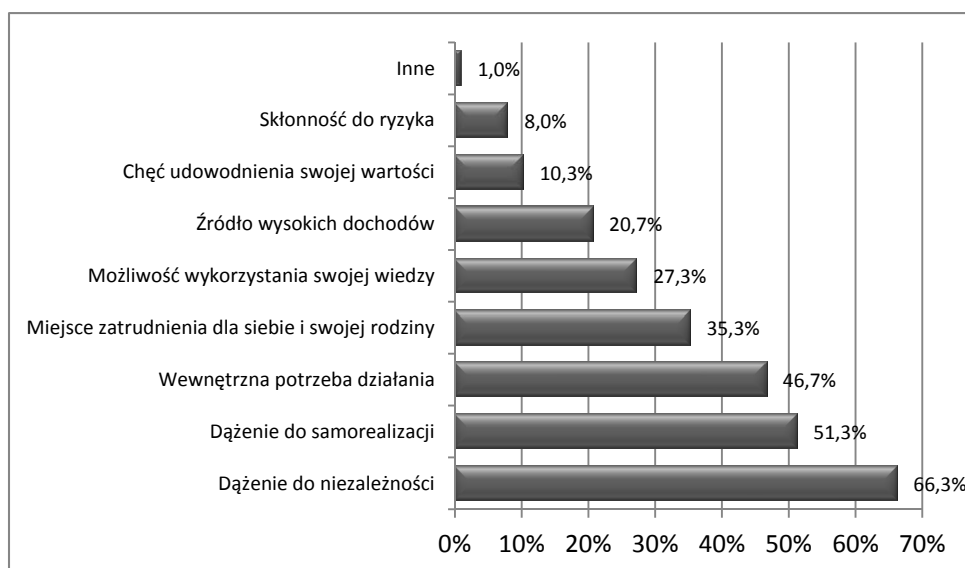
Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.9. OSOBY I PODMIOTY, KTÓRE UTWIERDZIŁY W PRZEKONANIU O ZAŁOŻENIU/ KONTYNUOWANIU DZIAŁALNOŚCI FIRMY

Jeśli wziąć pod uwagę wielkość zatrudnienia w badanych podmiotach, okazuje się, że nieco inne były grupy osób i podmiotów, które utwierdziły przedsiębiorców w zasadności podejmowanej przez nich działalności gospodarczej. W zasadzie dla mikro-, jak i małych firm, charakterystyczne jest, że była to najczęściej rodzina. W opinii badanych, dla co czwartego właściciela mikrofirmy byli to przyjaciele (25,2%), zaś w przypadku firm małych byli oni ważną grupą osób potwierdzającą decyzje o zasadności podjęcia działalności dla co trzeciego założyciela podmiotu małego. Ponadto, jak widać z uzyskanych wyników badań, częściej kontakty z różnymi innymi instytucjami zewnętrznymi były charakterystyczne dla firm zatrudniających obecnie od 10 do 49 pracowników niż dla podmiotów zatrudniających do 9 osób.

W celu poszukiwania wskazań dla potencjalnych właścicieli firmy, co do osobistych sposobów utwierdzających ludzi w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej, zapytano respondentów o ich osobiste powody rozpoczęcia czy też kontynuowania działalności gospodarczej. Badani mogli wybrać trzy najważniejsze odpowiedzi spośród 8 wymienionych na liście. Wśród nich najczęściej pojawiało się stwierdzenie, że było to dążenie do niezależności (66,3% badanych) – wykres 8.10. Innym powodem była chęć zaspokojenia potrzeb samorealizacji (51,3%).



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 3 odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

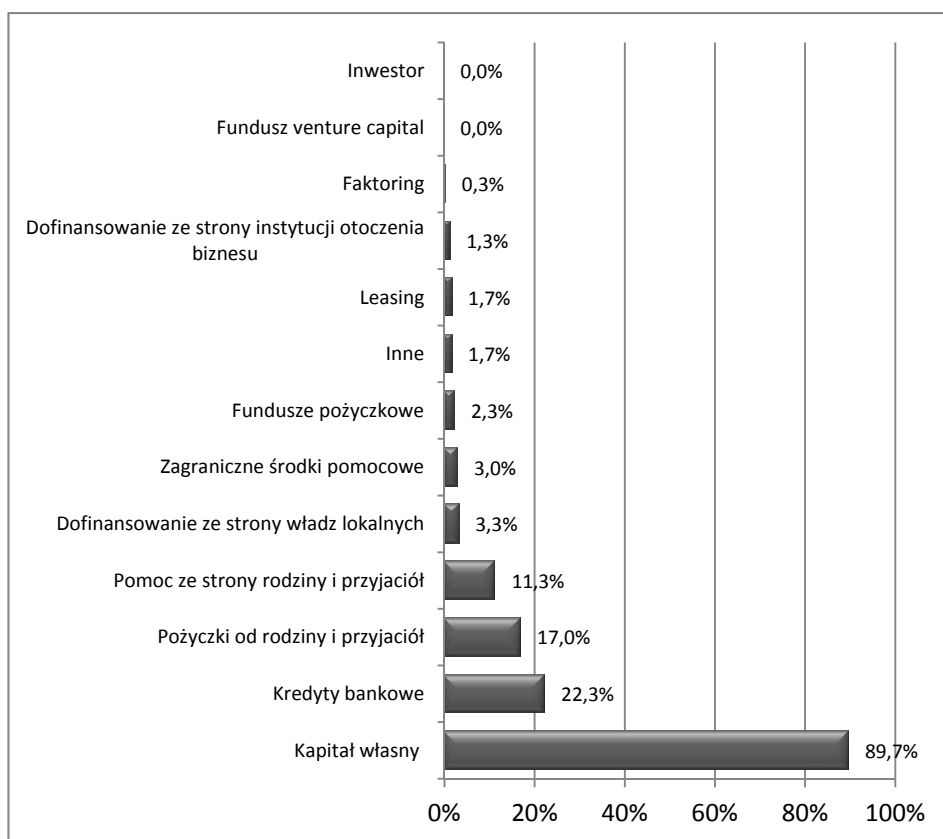
WYKRES 8.10. OSOBISTE WZGLĘDY, KTÓRE ZADECYDOWAŁY O ROZPOCZĘCIU/KONTYNUOWANIU DZIAŁALNOŚCI FIRMY

Trzecia w kolejności odpowiedź to wewnętrzna potrzeba działania (46,7%), a następna wśród często wskazywanych – możliwość stworzenia w ten sposób miejsca zatrudnienia dla siebie, jak i swojej rodziny (35,3%). Natomiast 27,3% badanych wskazało, że takim powodem osobistym była możliwość wykorzystania swojej wiedzy. Dla co piątego badanego była to zaś szansa na wzrost dochodów, które zazwyczaj z własnej działalności są wyższe niż z pracy najemnej.

Najmniej badanych, bo zaledwie 10,3%, wskazało na chęć udowodnienia swojej wartości, zaś 8% ankietowanych stwierdziło, że ma wrodzoną skłonność do ryzyka. Jeśli chodzi o inne odpowiedzi, to wskazało na nie zaledwie trzech badanych. Jeden stwierdził, że było to jego hobby, inny, że „zamiłowanie do zawodu”, kolejny zaś, że chodziło o „coś nowego w życiu, nowe doświadczenie”.

8.2.2. Źródła finansowania prowadzonej działalności gospodarczej

W dalszej kolejności analizowano źródła finansowania prowadzonej przez respondentów działalności gospodarczej. Na pytanie o to, skąd pochodzą głównie środki finansowe na prowadzenie przedsiębiorstwa, najczęściej wskazywano odpowiedź, iż był to kapitał własny (wykres 8.11).



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 3 odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.11. GŁÓWNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Odpowiedzi takiej udzieliło prawie 90% respondentów. Co piąty badany korzystał z kredytów bankowych (22,3%). W przypadku 17% przedsiębiorstw były to pożyczki od rodziny i przyjaciół. Natomiast dla 11,3% przedstawicieli firm była to pomoc ze strony rodziny czy też przyjaciół. Niepokoić może bardzo niewiele odpowiedzi wskazujących na zewnętrzne formy wsparcia, takie jak instytucje otoczenia biznesu. Z ich usług skorzystało zaledwie czterech badanych (1,3%). Na wsparcie ze strony samorządów lokalnych wskazało zaś dziesięciu przedstawicieli podmiotów (3,3%). W przypadku dziewięciu respondentów były to zagraniczne środki pomocowe (3%). Dla pięciu firm źródłem finansowania był między innymi leasing (1,7%), a w jednym przedsiębiorstwie źródłem takim był faktoring (0,3%). Żaden z badanych nie wskazał na inwestora czy też fundusze typu venture capital. Wśród innych odpowiedzi pojawił się zaś „kapitał współwłaścicieli”.

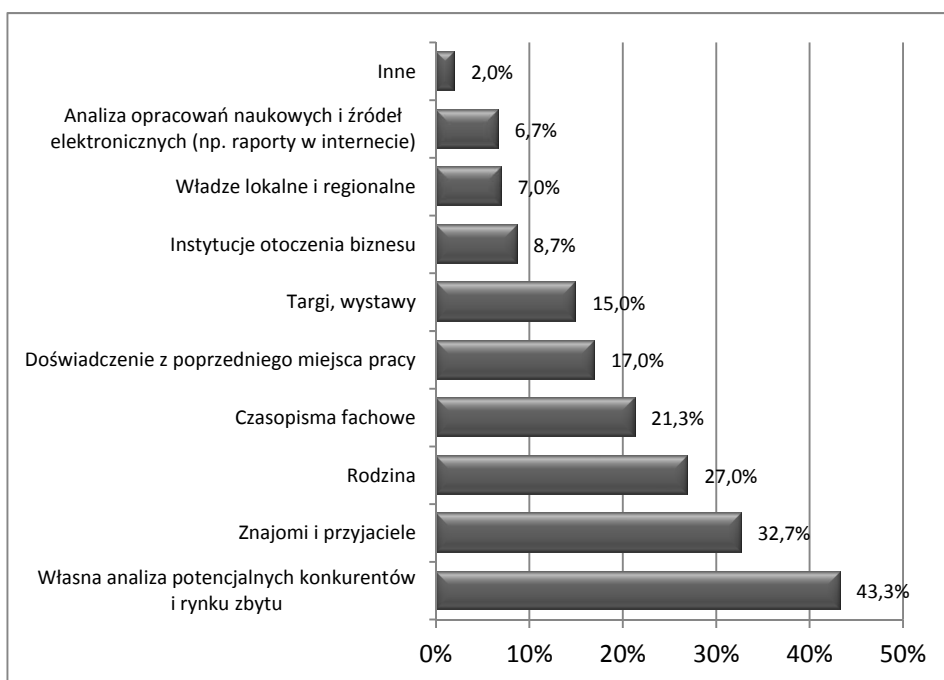
Zarówno w przypadku mikroprzedsiębiorstw, jak i firm małych, podstawowym źródłem finansowania jest kapitał własny. Na odpowiedź taką wskazało 88,1% firm zatrudniających do 9 pracowników i 94,6% podmiotów nieco większych pod względem zatrudnienia. W przypadku mikroprzedsiębiorstw innym źródłem finansowania były także w przypadku co piątego podmiotu (20,4%) pożyczki od rodziny i przyjaciół. Kolejne wymieniane przez przedstawicieli tych firm źródła finansowania to pomoc ze strony rodziny i przyjaciół (14,2%). Podmioty małe zaś nieco częściej niż mikro korzystały z innych, bardziej „komercyjnych” źródeł finansowania swojej działalności.

8.2.3. Źródła informacji rynkowych niezbędnych do prowadzenia działalności

Pytanie ostatnie w tej części kwestionariusza badawczego dotyczyło źródeł informacji rynkowych niezbędnych do prowadzenia działalności. Badani mogli wybrać do trzech odpowiedzi spośród 10 zaproponowanych źródeł informacji. Jeśli chodzi o najczęściej wskazywaną odpowiedź, była to własna analiza potencjalnych konkurentów i rynków (43,3% badanych) – wykres 8.12. Niemal co trzeci respondent korzysta z informacji płynących od znajomych i przyjaciół (32,7%). Dla co czwartego była to rodzina. W dalszej kolejności wystąpiły jednak bardziej „profesjonalne” źródła informacji. Otóż, co piąty badany korzystał z czasopism fachowych (21,3%). Warto też dostrzec, że ważnym źródłem informacji było doświadczenie z poprzedniego miejsca pracy (17%). Zaś dla 15% badanych były to wystawy czy targi. Instytucje otoczenia biznesu oraz władze regionalne zostały wskazane odpowiednio przez 8,7% oraz 7% badanych. Najmniej, bo 6,7% respondentów wskazało na różnego rodzaju raporty i analizy o charakterze naukowym. Wśród innych odpowiedzi pojawiły się natomiast wskazania na Biuletyn Informacji Publicznej, internet oraz szkolenia i warsztaty.

Odpowiedzi przedstawicieli badanych przedsiębiorstw na temat źródeł informacji rynkowych według wielkości podmiotów wskazują, że firmy zatrudniające od 10 do 49 pracowników częściej bazują na własnej analizie potencjalnych konkurentów i rynku zbytu niż przedsiębiorstwa zatrudniające do 9 osób. Ponadto częściej korzystają z różnych opracowań naukowych i źródeł elektronicznych oraz wiedzy pracowników instytucji otoczenia biznesu (na oba źródła informacji wskazało po 12,2% badanych z tej grupy firm).

Dla porównania, respondenci wywodzący się z mikroprzedsiębiorstw nieco chętniej korzystają z doświadczenia z poprzedniego miejsca pracy (19%), targów i wystaw (15,5%) czy fachowych czasopism (24,3%).



Odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wybrać do 3 odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 8.12. ŹRÓDŁA INFORMACJI RYNKOWYCH NIEZBĘDNYCH DO PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI

ROZDZIAŁ 9. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH NISZOWYCH W OPINII PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

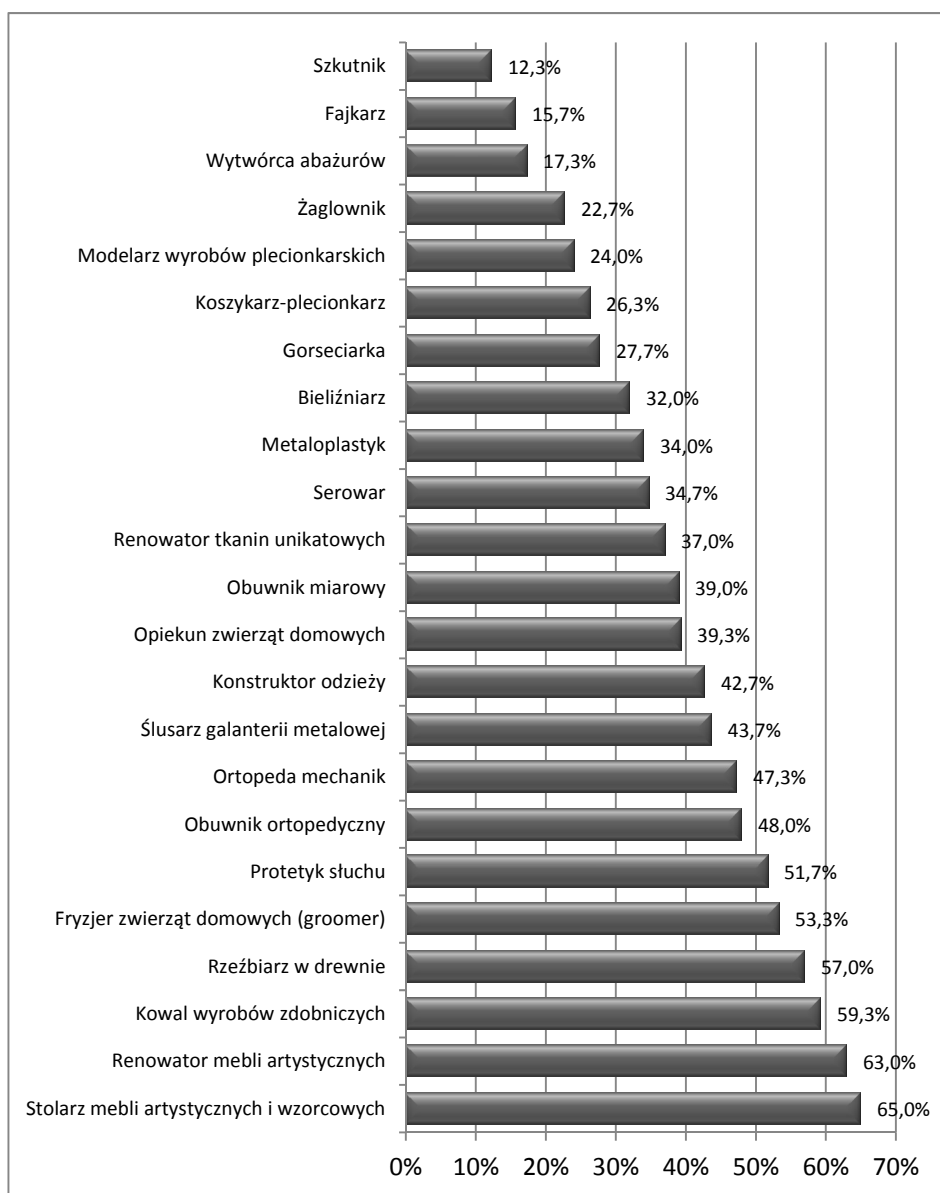
9.1. Zawody niszowe mające szanse rozwoju w województwie podlaskim

W innej części wywiadu skierowanego do przedsiębiorców podjęto próbę zidentyfikowania szans wzrostu zatrudnienia w zawodach niszowych. Celem właściwej realizacji badania, na początku zdefiniowano pojęcie zawodu niszowego, które było przedstawiane respondentom w trakcie realizacji wywiadu. Zostało przyjęte, że: zawody niszowe są to zawody, w przypadku których wykonawca ma unikalną, nieprzemysłową wiedzę, która pozwala zaspokajać indywidualne, często wyszukane potrzeby klientów, np. buty robione na miarę.

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, które z 23 zawodów przedstawionych na liście mają szanse rozwoju, w szczególności w kontekście rzemiosła. Badani mieli do wyboru następujące odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „zdecydowanie nie”, „raczej nie”, „trudno powiedzieć”.

Najwięcej wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak” dotyczyło zawodu stolarza mebli artystycznych i wzorcowych (wykres 9.1). Odpowiedzi takie stanowiły 65% wszystkich wskazań respondentów. Drugim zawodem w kolejności był renowator mebli artystycznych. W tym przypadku udział odpowiedzi pozytywnych wyniósł 63%. Na trzecim miejscu znalazł się zawód kowala wyrobów zdobniczych (59,3%), zaś na czwartym rzeźbiarz w drewnie (57%). Oznacza to, że na pierwszych miejscach znalazły się przede wszystkim zawody związane z obróbką drewna. Taka struktura odpowiedzi na pierwszych miejscach wydaje się wynikać z faktu, iż respondenci uznają branżę drzewną za mającą istotne znaczenie w gospodarce województwa podlaskiego.

Badani dostrzegają również trendy światowe. Przejawem takiego stwierdzenia jest chociażby fakt, iż dość znaczny procent badanych – 53,3%, uznał, że zawodem mającym potencjalne szanse rozwoju jest fryzjer zwierząt domowych (groomer). Ponadto na trzech następnych miejscach znalazły się zawody: protezyk słuchu (51,7%), obuwnik ortopedyczny (48%) oraz ortopeda mechanik (47,3%). Ich dość wysoka ocena, w kontekście szansy na rozwój zawodów niszowych, wskazuje na fakt, iż respondenci dostrzegają, że w związku z postępowaniem cywilizacyjnym oraz starzeniem się społeczeństwa, coraz większego znaczenia będą nabierać zawody mogące przyczynić się do poprawy komfortu życia ludzi dotkniętych również chorobami cywilizacyjnymi.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 9.1. ZAWODY NISZOWE, KTÓRE W OPINII BADANYCH MAJĄ BARDZO DUŻE I DUŻE SZANSE ROZWOJU

Natomiast wśród szczególnie nisko ocenionych zawodów znalazły się: szcutnik (12,3%), fajkarz (15,7%) czy wytwórca abażurów (17,3%).

Na pytanie o inne zawody niszowe, które w opinii respondentów mają szanse na rozwój w województwie podlaskim, zdecydowana większość nie potrafiła udzielić żadnej odpowiedzi. Ponad połowa badanych (51,3%) stwierdziła, że nie jest w stanie wskazać na tego rodzaju zawody lub po prostu nie wie, czy też trudno jej powiedzieć, o jakie zawody chodzi. Kolejne trzy osoby zaś uznały, że takich zawodów po prostu nie ma. Co piąty respondent (19,3%) stwierdził, że nie zna żadnych zawodów, które można byłoby zaklasyfikować do grupy zawodów niszowych.

Zawody wskazane przez badanych, związane z przetwórstwem żywności to piekarz, młynarz i masarz. Podobnie wymieniono kilka związanych z motoryzacją. Wśród nich znalazł się zawód blacharza (2 wskazania), lakiernika (1), mechanika samochodowego (2). W grupie zawodów związanych z obróbką drewna, które zostały wskazane przez respondentów, wyróżnić można renowatora mebli (3) i stolarza (1) oraz fajkarza. Jeden z respondentów wymienił także ogólnie pojęte wikliniarstwo. W branży budowlanej wskazać można zawód dekarza i murarza. Z obróbką metalu i materiałów pokrewnych związane są, w opinii badanych, zawody kowala, tokarza i jubilera.

Do branży, jaką jest mechanika maszyn i mechanika precyzyjna, zaklasyfikować można wyróżnione przez przedstawicieli badanych przedsiębiorstw, takie zawody jak: mechanik (1 odpowiedź), mechanik precyzyjny (1), ortopeda mechanik. Inne to zawody związane z branżą elektromechaniczną i elektryczną, w tym: diagnosta (1), elektronik (1).

W grupie zawodów związanych z branżą odzieżową i włókienniczą pojawiły się odpowiedzi związane z zawodami: gorseciarz (1), krawiec, w tym krawiec męski (2). Ponadto pięciu respondentów wskazało ogólnie na włókiennictwo i możliwości poszukiwania w tym obszarze różnych zawodów o charakterze niszowym. Rymarz, kaletnik, szewc/obuwnik (3) to zawody uznane przez badanych za niszowe, które można zaklasyfikować do przemysłu obróbki skór i futer.

Wśród innych zawodów pojawiły się następujące: fotograf, malarz, rzeźbiarz (2), pomnikarz, perfumiarz, opiekun ludzi, treser zwierząt domowych, tapicer oraz renowator tapicerki i skóry w samochodzie (2), wytwórca wyrobów szklonych (1), protetyk słuchu (1).

Poza tym kilku badanych wskazało na inne dziedziny, w których powinny rozwijać się zawody niszowe. Wśród nich znalazły się: [zawody] agroturystyczne, hotel dla zwierząt (3), mechanizacja rolnictwa, naprawa specjalistycznych urządzeń, zdobnictwo domów i ogrodów. Natomiast jeden z badanych stwierdził, że zawody niszowe to tak naprawdę „większość [zawodów] tylko trzeba je promować”.

Na pytanie o to, czy prowadzona przez badanych przedstawicieli przedsiębiorstw działalność gospodarcza wiąże się z wykonywaniem zawodów niszowych,

wych, ponad połowa ankietowanych (52,7%) odpowiedziała negatywnie. Wskazali oni, że prowadzona przez nich działalność nie ma charakteru działalności niszowej. Natomiast 5% badanych nie potrafiło stwierdzić, czy można ją w ten sposób zaklasyfikować i odpowiedziało „nie wiem”. Inni uznali, że ich zawody jak najbardziej można zaklasyfikować do zawodów niszowych.

Jeśli chodzi o zawody związane z przetwórstwem żywności, to wyróżnić można szczególnie licznie wskazywany zawód kucharza (16 odpowiedzi – 5,3% wskazań respondentów) – tabela 9.1. Zwrócono przy tym uwagę na znaczenie wiedzy związanej z tzw. kuchnią staropolską i umiejętność przygotowywania tego typu potraw. Ponadto pojawiły się odpowiedzi wskazujące na zawody w dziedzinie piekarnictwa, ciastkarstwa i cukiernictwa.

W przypadku obróbki metali zostało wskazanych dziesięć różnych zawodów i dziedzin oraz form prowadzenia działalności. Szczególnie istotny jest zawód ślusarza oraz prowadzenie prac z zakresu metaloplastyki. W tym jeden z badanych wskazał, że produkowane przez niego elementy metalowe o charakterze religijnym mają swego rodzaju formę niszy rynkowej. Jako działalność niszową wymieniano ponadto jubilerstwo i zawód złotnika.

W dziedzinie elektroniki specyficzną formą niszy wskazaną przez badanych jest naprawa różnego rodzaju sprzętu elektrycznego. Natomiast jeśli chodzi o obróbkę drewna, dostrzega się stolarzy jako rodzaj zawodu niszowego. Przy tym pojawiało się również wskazanie na wikliniarstwo. W branży budowlanej wskazano cztery zawody, w tym na: murarza (1 odpowiedź), tynkarza (1), dekarza (1), posadzkarza (1) oraz szklarza (1).

W przypadku produkcji odzieży, w opinii badanych, zawodami, które coraz częściej stają się niszowymi, okazują się zawody: bieliźniarza, gorseciarza czy po prostu krawca. Dwóch badanych wskazało na dziedzinę działalności, jaką jest krawiectwo.

W obszarze pielęgnacji ciała wskazano na zawód fryzjera i kosmetyczki. Natomiast jeśli chodzi o motoryzację, poza wymienionymi przez badanych zawodami blacharza i lakiernika, pojawiło się stwierdzenie o istotnym znaczeniu pracy w formie prowadzenia napraw maszyn rolniczych, a także ciągników. Badani wskazywali na naprawę motocykli jako specyficzny rodzaj naprawianych pojazdów. Pojawił się ponadto zawód diagnosty. Poza tym wskazano na „regenerację różnego rodzaju elementów samochodów” i galwanizację.

W zakresie mechaniki w uzyskanych odpowiedziach znalazł się zawód mechanika i elektromechanika oraz mechanika samochodowego. Wymienić tu należy także zawód zegarmistrza. Wśród zawodów dotyczących wyprawiania skór wskazano na szewca. Jeden z badanych podał naprawę obuwia ortopedycznego. W zakresie branży określonej na potrzeby badań jako ceramika i obróbka szkła wymieniono zawód garncarza i wytwórcy szklonej ceramiki.

W grupie zawodów należących do innych, często trudnych do zaklasyfikowania zawodów czy dziedzin, zostały wskazane między innymi zawody: tapicera, florysty, fotografa, fryzjera zwierząt domowych czy renowatora oraz konstruktora. Wymieniono ponadto takie dziedziny jak kamieniarstwo czy „prace polegające na przystrajaniu różnych rzeczy kwiatami”.

TABELA 9.1. ZAWODY NISZOWE W OPINII BADANYCH, W KTÓRYCH JEST PROWADZONA PRZEZ NICH DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

Branża	Zawód	Dziedzina
Przetwórstwo żywności	cukiernik (6 wskazań) ciastkarz (3 wskazania) piekarz (5 wskazań), kucharz, w tym kucharz kuchni staropolskiej (16 wskazań) masarz	piekarnictwo, ciastkarstwo i cukiernictwo, gastronomia
Motoryzacja	blacharz (3 wskazania) lakiernik (3 wskazania)	naprawa ciągników i maszyn rolniczych regeneracja różnego rodzaju elementów samochodów naprawa samochodów motoryzacja, w tym mechanika – naprawa motocykli (4 wskazania) galwanizacja
Obróbka drewna	stolarz (8 wskazań)	obróbka drewna stolarstwo wikliniarstwo
Budownictwo	murarz tynkarz dekarz posadzkarz szklarz	
Obróbka metalu i materiałów pokrewnych	ślusarz (3 wskazania) ślusarz galanterii metalowej tokarz złotnik	ślusarstwo jubilerstwo metaloplastyka produkcja metalowych elementów religijnych
Mechanika maszyn i mechanika precyzyjna	mechanik (2 wskazania) elektromechanik (2 wskazania) mechanik (2 wskazania) mechanik samochodowy (6 wskazań) zegarmistrz	mechanika

Elektromechanika i elektronika	diagnosta	naprawa sprzętu elektrycznego i naprawa wiązek elektrycznych (2 wskazania)
Pielęgnacja ciała	kosmetyczka (2 wskazania) fryzjer (10 wskazań)	
Odzieżowa i włókiennicza	bieliźniarz gorseciarz krawcowa (3 wskazania)	krawiectwo (2 wskazania)
Obróbka skór i futer	szewc (2 wskazania)	
Ceramika i obróbka szkła	wytwórca szklwionej ceramiki garncarz	
Inne	florysta fotograf (4 wskazania) fryzjer zwierząt domowych renowator konstruktor tapicer	kamieniarstwo przystrajanie rzeczy kwiatami naprawa obuwia – ortopedia

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

Na podstawie uzyskanych odpowiedzi można stwierdzić, że respondentom w większości przypadków nie tyle chodziło o zawody niszowe, co o braki pracowników z odpowiednim doświadczeniem na rynku pracy. Przy czym tendencja ta będzie się pogłębiać z uwagi na pogarszanie się sytuacji w zakresie kształcenia w szkołach zawodowych i technikach. Nie od dziś wiadomo, że postępuje zmniejszanie liczby tego rodzaju podmiotów w województwie, jak i w kraju. Podobne tendencje mają miejsce w rzemieślnictwie, co znajduje odzwierciedlenie w uzyskanych odpowiedziach respondentów.

Istotne znaczenie dla rozwoju zawodów niszowych ma poszukiwanie potencjalnych miejsc, w których takie nisze mogłyby się znajdować. Celem ich identyfikacji poproszono respondentów o wskazanie przykładów działalności gospodarczej, które są bardzo słabo rozwinięte na podlaskim rynku, lub których nie ma jeszcze na tym rynku, a które są, czy też mogą być, związane z ich kierunkiem działalności gospodarczej. Zasadniczo i w tym przypadku badani bardzo często wskazywali na zawody, które tak naprawdę w województwie podlaskim występują, przy czym można domniemywać, że w danej lokalizacji dostęp do nich może być rzeczywiście ograniczony (tabela 9.2).

Jeśli chodzi o przetwórstwo żywności, wśród tego rodzaju zawodów, obok zawodu ciastkarza, młynarza, piekarza, znalazł się zawód kucharza kuchni staropolskiej czy serowara. Ponadto zwrócono uwagę na niszę, która w opinii badanych występuje, w postaci specyficznej formy ciastkarstwa, jaką jest produkcja wypieków domowych.

TABELA 9.2. RODZAJE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ, KTÓRE W OPINII BADANYCH SĄ BARDZO SŁABO ROZWINIĘTE NA RYNKU PODLASKIM

Branża	Zawód	Dziedzina
Przetwórstwo żywności	ciastkarz młynarz (2 wskazania) piekarz (3 wskazania) kucharz kuchni staropolskiej serowar	cukiernictwo wypieki domowe ubojnia zwierząt
Motoryzacja		tuning samochodowy naprawa automatycznych skrzyń biegowych do samochodów prostowanie felg (2 wskazania) regeneracja opon (2 wskazania)
Obróbka drewna	stolarz mebli artystycznych (2 wskazania)	wikliniarstwo (2 wskazania)
Budownictwo	murarz sztukator	
Obróbka metalu i materiałów pokrewnych	tokarz (2 wskazania) metaloplastyk (4 wskazania) ślusarz pozlotnik	kowalstwo obróbka metali
Mechanika maszyn i mechanika precyzyjna	mechanik precyzyjny ortopeda mechanik zegarmistrz	galwanizacja serwis ciągników i maszyn rolniczych
Elektromechanika i elektronika	elektromechanik nietypowych rzeczy	naprawa sprzętu starego z początków techniki
Pielęgnacja ciała	perukarz	depilacja ciała
Odzieżowa i włókiennicza		krawiectwo i krawiectwo męskie (2 wskazania) produkcja włókiennicza włókiennictwo (5 wskazań)
Obróbka skór i futer		
Ceramika i obróbka szkła	garncarz	garncarstwo
Inne	fajkarz łyżkarz żagłownik wytwórca abażurów szlifierz kamieni szlachetnych renowator tkanin unikatowych (3 wskazania) treser zwierząt domowych	rękodzieło artystyczne (2 wskazania)

	opiekun zwierząt domowych (4 wskazania) fryzjer zwierząt domowych (5 wskazań) protetyk słuchu konstruktor profesjonalnych pieców do wypalania gliny renowator tapicerki i skóry w samochodzie obuwnik miarowy obuwnik ortopedyczny	
--	--	--

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

W przypadku motoryzacji wśród brakujących umiejętności czy dziedzin wskazano na tuning samochodowy oraz naprawę automatycznych skrzyń biegów w samochodach. Poza tym zwrócono uwagę na takie usługi, jak: prostowanie felg czy regeneracja opon oraz galwanizacja, naprawa ciągników i maszyn rolniczych.

W branży odzieżowej respondenci wskazywali na niedobór usług w zakresie krawiectwa, w tym również krawiectwa męskiego, jak i produkcji włókienniczej.

Jak zauważają badani, w przypadku obróbki metali dostrzegany jest niedobór pracowników w zawodzie tokarza i ślusarza. Brakuje ponadto metaloplastyków czy osób w innych zawodach związanych z obróbką metali, w tym z kowalstwem.

W budownictwie wskazano na trudności ze znalezieniem osób w zawodzie murarza i sztukatora. W branży elektrycznej wymieniano elektromechaników umiających naprawiać różne nietypowe urządzenia oraz osoby naprawiające „sprzęt stary z początków techniki”. W przypadku obróbki drewna brakuje osób zajmujących się stolarstwem artystycznym oraz wikliniarstwem.

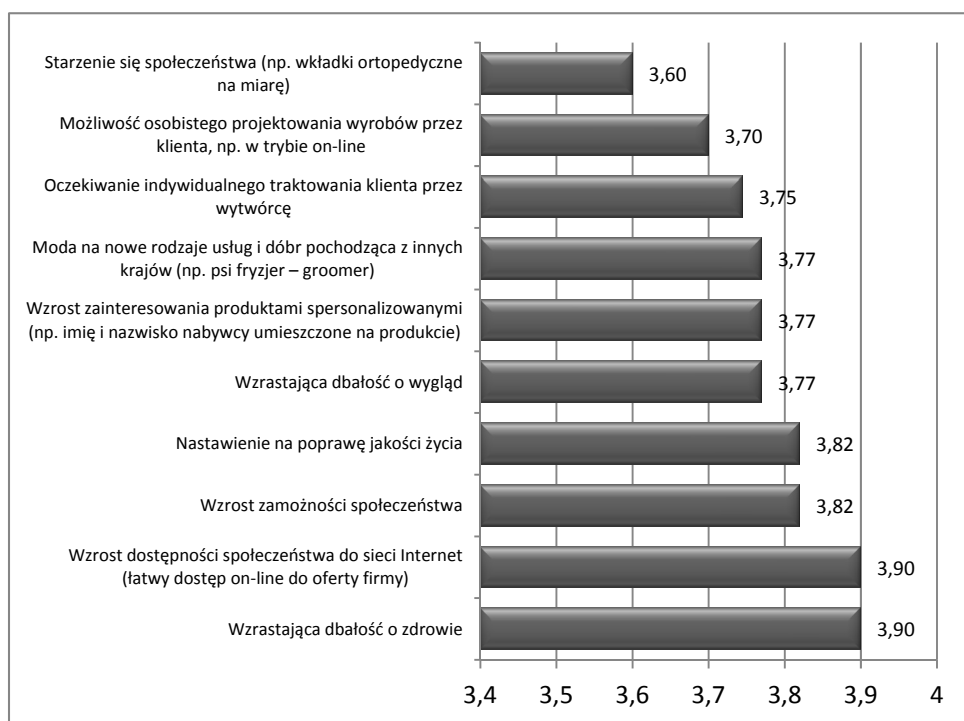
W branży pielęgnacji ciała wskazano na niedobór osób zajmujących się zabiegami związanymi z pełną depilacją ciała. W dziedzinie mechaniki wymieniono dwa zawody, w tym mechanika precyzyjnego i ortopedę mechanika.

Badani wśród innych zawodów niezaklasyfikowanych do żadnej z analizowanych rodzajów branż wskazali 19 różnych zawodów, w tym np. obok fryzjera czy opiekuna, także tresera zwierząt domowych. Innym takim zawodem jest renowator tapicerki w samochodach. Ponadto zwrócono uwagę na takie dziedziny jak rękodzieło artystyczne. Wśród odpowiedzi pojawiło się również wskazanie na dziedzinę, jaką jest turystyka, aczkolwiek żadne konkretne zawody nie zostały przez badanych wyróżnione. Wskazano też na dziedzinę, jaką jest recycling. A jeden z przedstawicieli przedsiębiorstw wskazał na istotne zapotrzebowanie na hotele dla psów.

Warto zwrócić uwagę, że wśród zawodów wymienianych przez badanych pojawiły się i takie, jak np. szlifierz kamieni szlachetnych, renowator tkanin unikatowych. Znalazły się tutaj również zawody takie jak: perukarz, protetyk słuchu, obuwnik miarowy, obuwnik ortopedyczny.

9.2. Czynniki kształtujące popyt na usługi i dobra niszowe

Kolejne pytanie dotyczyło czynników, jakie w opinii przedstawicieli przedsiębiorstw mają wpływ na popyt na usługi i dobra wytwarzane przez osoby pracujące w zawodach niszowych. Badani zostali poproszeni o ocenę tych czynników w skali od 1 do 5, gdzie 1 – bardzo mały wpływ, do 5 – bardzo duży wpływ.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

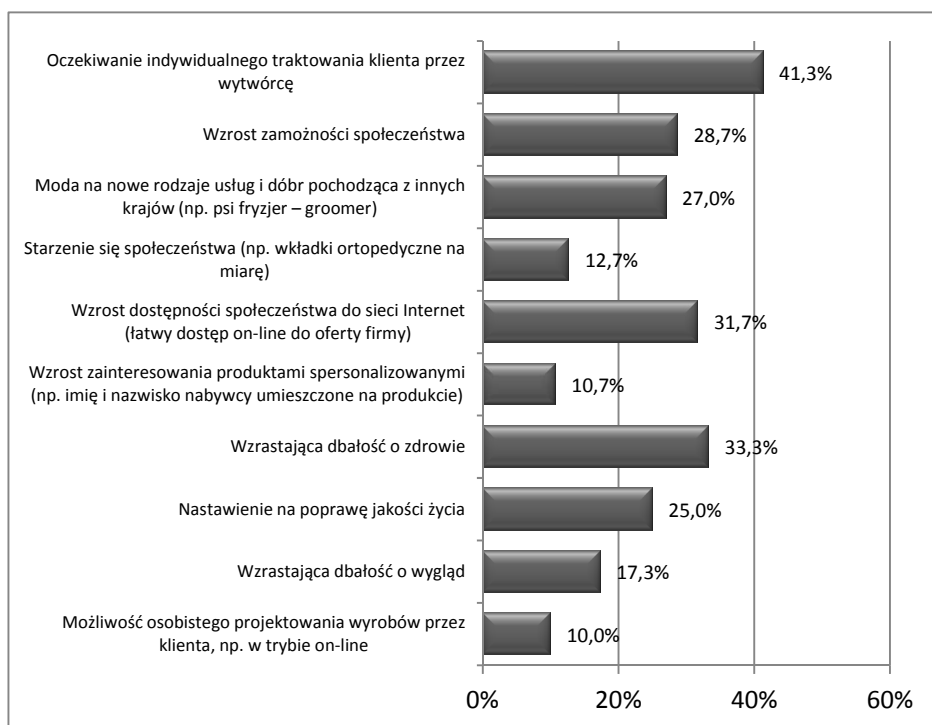
WYKRES 9.2. ŚREDNIA Z OCEN CZYNNIKÓW, KTÓRE MAJĄ WPLYW NA POPYT NA USŁUGI I DOBRA WYPRODUKOWANE PRZEZ OSOBY WYKONUJĄCE ZAWODY NISZOWE

Zasadniczo, spośród 10 wymienionych czynników wszystkie zostały ocenione jako mające dość duży bądź duży wpływ na wytwarzanie tych wyrobów czy świadczenie usług niszowych (wykres 9.2). Co więcej, dla wszystkich ana-

lizowanych czynników średnia ocena była bardzo podobna. Przy czym relatywnie najwyższą średnią ocenę uzyskał wzrost dostępności do internetu oraz wzrost dbałości społeczeństw o zdrowie (średnia ocena w obu przypadkach wyniosła 3,9). Najniżej oceniony został czynnik, jakim jest starzenie się społeczeństwa (średnia ocena 3,6).

Bardzo wysoki wpływ na popyt na produkty i usługi uzyskiwane przez osoby działające w zawodach niszowych, czyli ocenę 5 (bardzo duży wpływ) 123 badanych przypisało wzrastającej dbałości o zdrowie. Na czynnik ten wskazało więc 41% badanych. Ponadto 39,7% respondentów uznało, że bardzo duży wpływ ma wzrost zamożności społeczeństwa. Natomiast 37% badanych za istotne uznało nastawienie na poprawę jakości życia.

Najmniej odpowiedzi, w przypadku oceny „bardzo duży wpływ” uzyskał czynnik, jakim jest możliwość osobistego projektowania wyrobów przez klienta (29%) oraz starzenie się społeczeństwa (28%).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 9.3. GŁÓWNE CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA POPYT NA USŁUGI I DOBRA WYPRODUKOWANE PRZEZ OSOBY WYKONUJĄCE ZAWODY NISZOWE (WYMNIENIONE NA 1., 2. I 3. MIEJSCU PRZEZ RESPONDENTÓW)

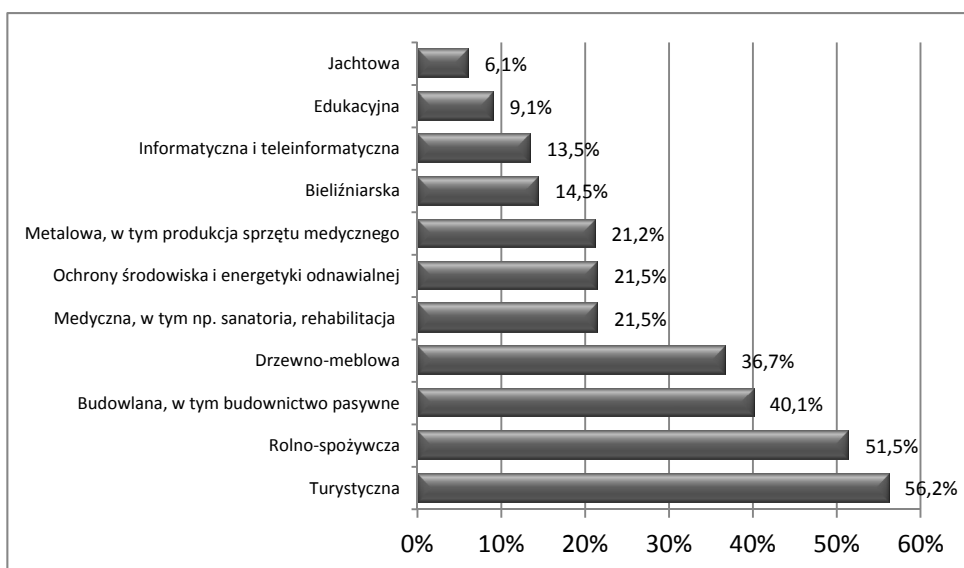
Celem poszerzenia wiedzy na temat opinii respondentów co do głównych czynników wpływających na popyt na usługi i dobra w zawodach niszowych, poproszono ich o wskazanie trzech głównych czynników – wymienionych jako najważniejszy, ważny w drugiej i trzeciej kolejności (wykres 9.3). Najwięcej wskazań wśród szczególnie ważnych powodów wzrostu popytu na usługi i dobra niszowe miały oczekiwania związane z indywidualnym traktowaniem klienta przez wytwórcę. Łącznie na pierwszym, drugim lub trzecim miejscu odpowiedź ta została wskazana przez 41,3% respondentów. Co trzeci badany uznał, że takim czynnikiem jest wzrastająca dbałość o zdrowie (33,3%). Wśród bardzo ważnych czynników wyróżnić można także wzrost dostępności społeczeństwa do sieci Internet i związany z tym łatwy dostęp on-line do ofert firm (31,7%).

Nisko ocenione zostało również, jako czynnik wpływający na popyt na dobra i usługi niszowe, starzenie się społeczeństwa (12,7% badanych). Najmniej wskazań jako najważniejsze czynniki uzyskała możliwość osobistego projektowania wyrobów przez klienta, np. w trybie on-line (10% badanych) oraz wzrost zainteresowania produktami spersonalizowanymi (np. imię i nazwisko nabywcy umieszczone na produkcie) – 10,7% badanych.

9.3. Kluczowe branże i sektory rozwoju województwa podlaskiego

Ostatnie pytanie dotyczące zawodów niszowych, zadane przedstawicielom przedsiębiorstw, miało na celu uzyskanie opinii badanych na temat branż i sektorów, które są szczególnie ważnymi i przyszłościowymi kierunkami rozwoju województwa podlaskiego. Uzyskanie odpowiedzi na to pytanie było próbą szukania sektorów i branż, w których mogłyby rozwijać się zawody niszowe w województwie podlaskim.

Z listy zaproponowanych branż i sektorów największa liczba respondentów wskazała na branżę turystyczną. Odpowiedziała tak ponad połowa badanych (56,2%) – wykres 9.4. Na drugim miejscu był przemysł rolno-spożywczy (51,5%). Na kolejnych zostały wyróżnione natomiast branże budowlana (40,1%) oraz drzewno-meblowa (36,7%). Co piąty badany wskazał na branżę metalową (21,2%), ochronę środowiska i energetykę odnawialną (21,5%) oraz medycyną (21,5%). Najmniej wskazań dotyczyło branż jachtowej i edukacyjnej. Było to odpowiednio 6,1% i 9,1% odpowiedzi respondentów.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 9.4. NAJBARDZIEJ WAŻNE I PRZYSZŁOŚCIOWE KIERUNKI ROZWOJU WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Wydaje się, że to właśnie w tych najczęściej wskazywanych branżach należałoby poszukiwać zarówno ważnych i przyszłościowych kierunków rozwoju województwa podlaskiego, jak i miejsc, w których mogłyby być identyfikowane niszowe rynkowe. Ponieważ ich potencjał jest już dostrzegany, należy liczyć się z tym, iż to właśnie w nich obecni, jak i potencjalni przedsiębiorcy, poszukiwać będą swojego miejsca na rynku. To zaś sprzyjać może rozwojowi zawodów niszowych jako przejawu dostosowania się społeczeństwa do oczekiwań rynku pracy oraz zapotrzebowania zgłaszanego przez społeczeństwo na różne, coraz bardziej zindywidualizowane dobra i usługi.

ROZDZIAŁ 10. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH GINĄCYCH W OPINII PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

10.1. Zawody ginące mające szanse rozwoju w województwie podlaskim

W tej części badania podjęto próbę zidentyfikowania rzemieślniczych zawodów ginących, które w opinii przedsiębiorców mają perspektywę rozwoju w województwie podlaskim.

Respondenci wskazywali spośród 46 zawodów rzemieślniczych przedstawionych na liście te, które mają perspektywę rozwoju w województwie podlaskim (wykres 10.1).

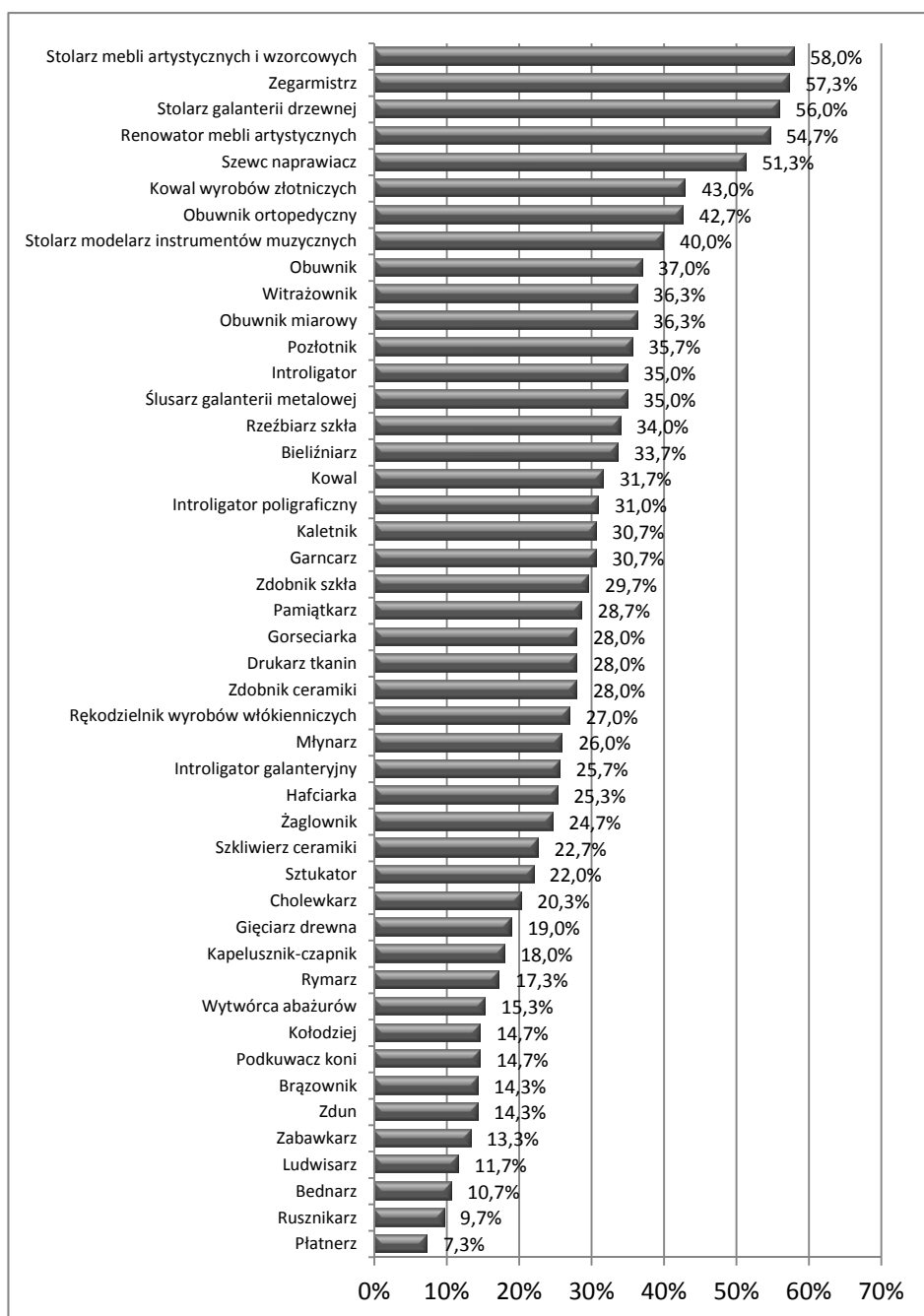
Najwięcej wskazań „zdecydowanie tak” i „raczej tak” dotyczyło zawodów:

- stolarza mebli artystycznych i wzorcowych (58%);
- zegarmistrza (57,3%);
- stolarza galanterii drzewnej (56%);
- renowatora mebli artystycznych (54,7%);
- szewca naprawiacza (51,3%).

Od 40 do 43% wskazań padło na takie zawody ginące, jak: kowal wyrobów zdobniczych (43%), obuwnik ortopedyczny (42,7%) oraz stolarz modelarz instrumentów muzycznych (40%).

Co trzeci badany przedsiębiorca wskazał również, że na Podlasiu duże szanse rozwoju mają takie zawody, jak: obuwnik (37% wskazań), witrażownik (36,3%), obuwnik miarowy (36,3%), pozłotnik (35,7%), introligator (35%), ślusarz galanterii metalowej (35%), rzeźbiarz szkła (34%), bieliźniarz (33,7%), kowal (31,7%), introligator poligraficzny (31%), a także zawód kaletnika i garncarza (po 30,7% wskazań).

Najmniejsze szanse rozwoju, w opinii badanych, ma zawód płatnerza, rusznikarza i bednarza.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 10.1. ZAWODY GINĄCE, KTÓRE W OPINII BADANYCH MAJĄ BARDZO DUŻE I DUŻE PERSPEKTYWY ROZWOJU W WOJEWÓDZTWIE PODLASKIM

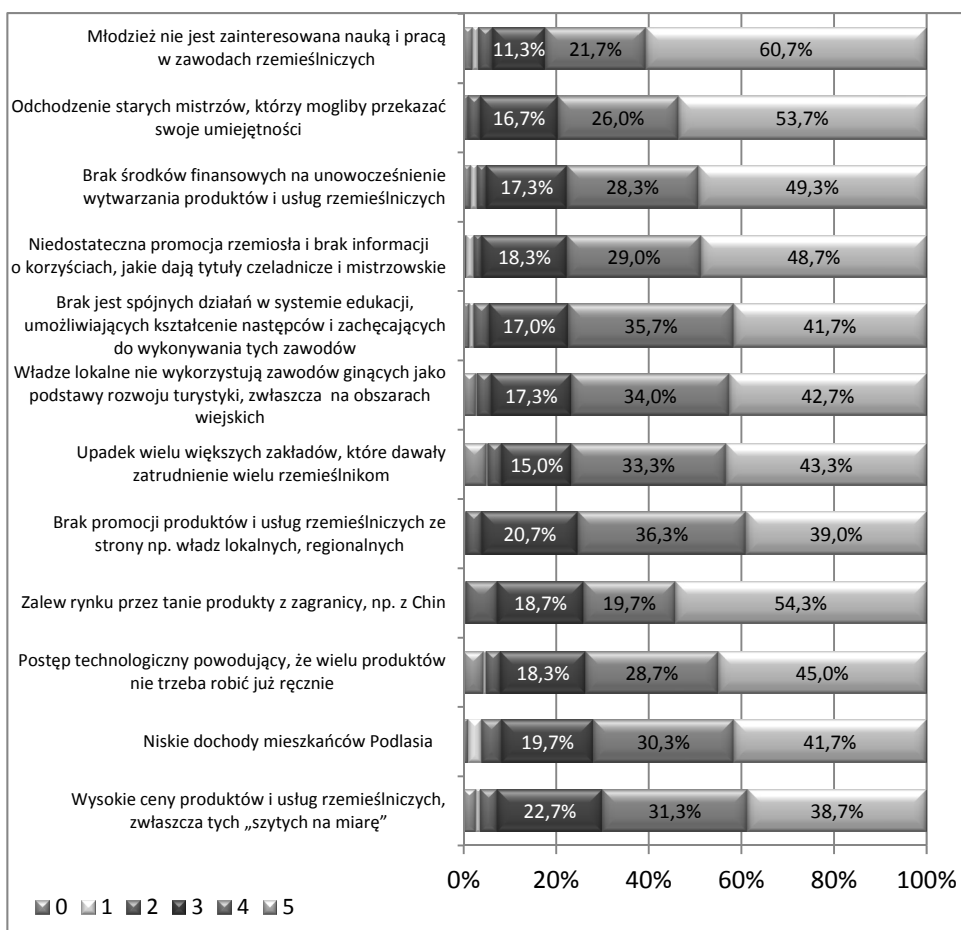
10.2. Przyczyny zaniku zawodów rzemieślniczych

Z punktu widzenia promocji zawodów ginących istotne jest ustalenie przyczyn zaniku niektórych zawodów rzemieślniczych, zwłaszcza tych tradycyjnych.

Na pytanie o przyczyny zaniku zawodów rzemieślniczych gros respondentów wskazało na (wykresy 10.2-10.3):

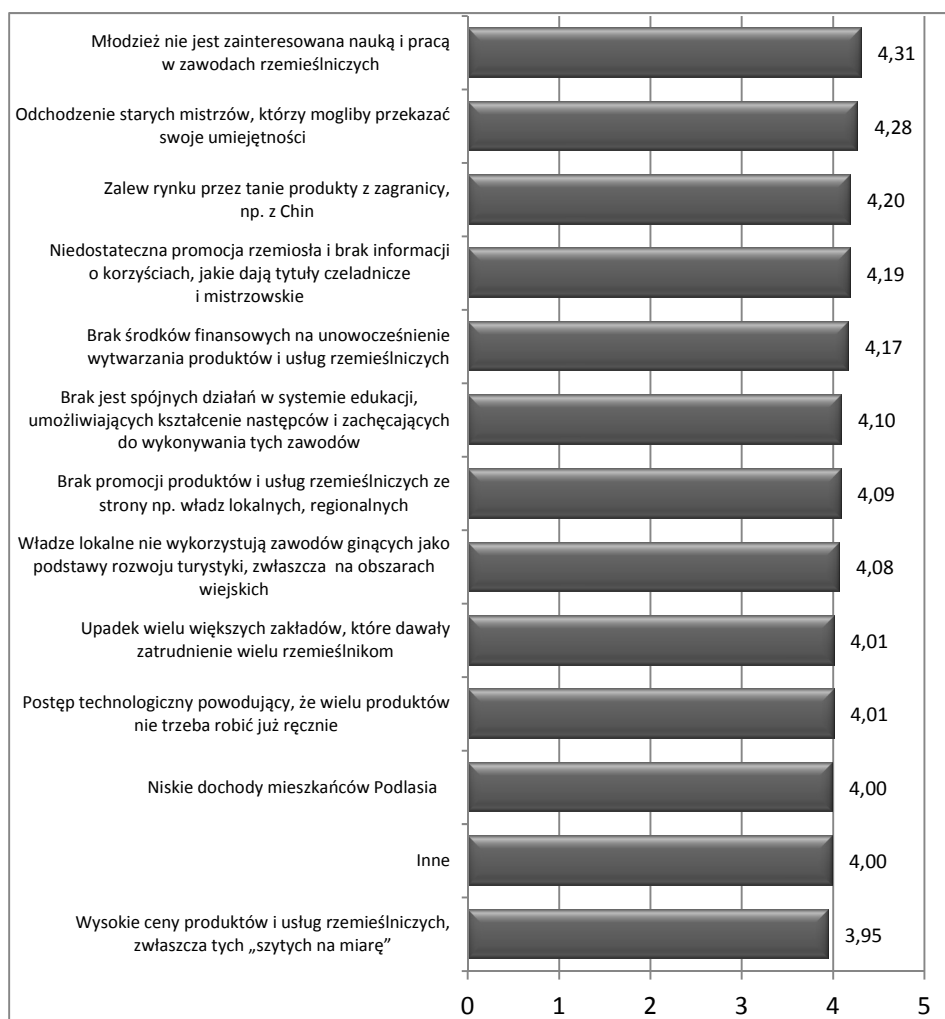
- brak zainteresowania nauką i pracą w zawodach rzemieślniczych (82,4% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,3);
- odchodzenie starych mistrzów, którzy mogliby przekazać swoje umiejętności (79,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,3);
- niedostateczną promocję rzemiosła i brak informacji o korzyściach, jakie dają tytuły czeladnicze i mistrzowskie (77,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,2);
- brak środków finansowych na unowocześnienie wytwarzania produktów i usług rzemieślniczych (77,6% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,2);
- brak spójnych działań w systemie edukacji, umożliwiających kształcenie następców i zachęcających do wykonywania tych zawodów (77,4% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,1);
- niewykorzystywanie przez władze lokalne zawodów ginących jako podstawy rozwoju turystyki, zwłaszcza na obszarach wiejskich (76,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,1);
- upadek wielu większych zakładów, które dawały zatrudnienie wielu rzemieślnikom (76,6% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,0);
- zalew rynku przez tanie produkty z zagranicy, np. z Chin (74% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,2).

Zwrócenie uwagi na tak dużą liczbę czynników determinujących zanikanie wielu zawodów rzemieślniczych świadczy o tym, jak jest to złożony problem i jak trudno będzie promować zatrudnienie w zawodach ginących.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 10.2. OCENA CZYNNIKÓW, KTÓRE MAJĄ WPLYW NA POPYT NA USŁUGI I DOBRA WYPRODUKOWANE PRZEZ OSOBY WYKONUJĄCE ZAWODY GINĄCE – OCENA W SKALI OD 0 DO 5, GDZIE 0 – BRAK WPLYWU, 1 – BARDZO MAŁY WPLYW, DO 5 – BARDZO DUŻY WPLYW



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 10.3. ŚREDNIA Z OCEN CZYNNIKÓW, KTÓRE MAJĄ WPŁYW NA POPYT NA USŁUGI I DOBRA WYPRODUKOWANE PRZEZ OSOBY WYKONUJĄCE ZAWODY GINĄCE

10.3. Czynniki kształtujące popyt na produkty i usługi rzemieślnicze w zawodach ginących

Kolejne pytanie dotyczyło czynników, jakie w opinii przedstawicieli przedsiębiorstw mają wpływ na popyt na usługi i dobra wytwarzane przez osoby pracujące w zawodach ginących. Badani zostali poproszeni o ocenę tych czynni-

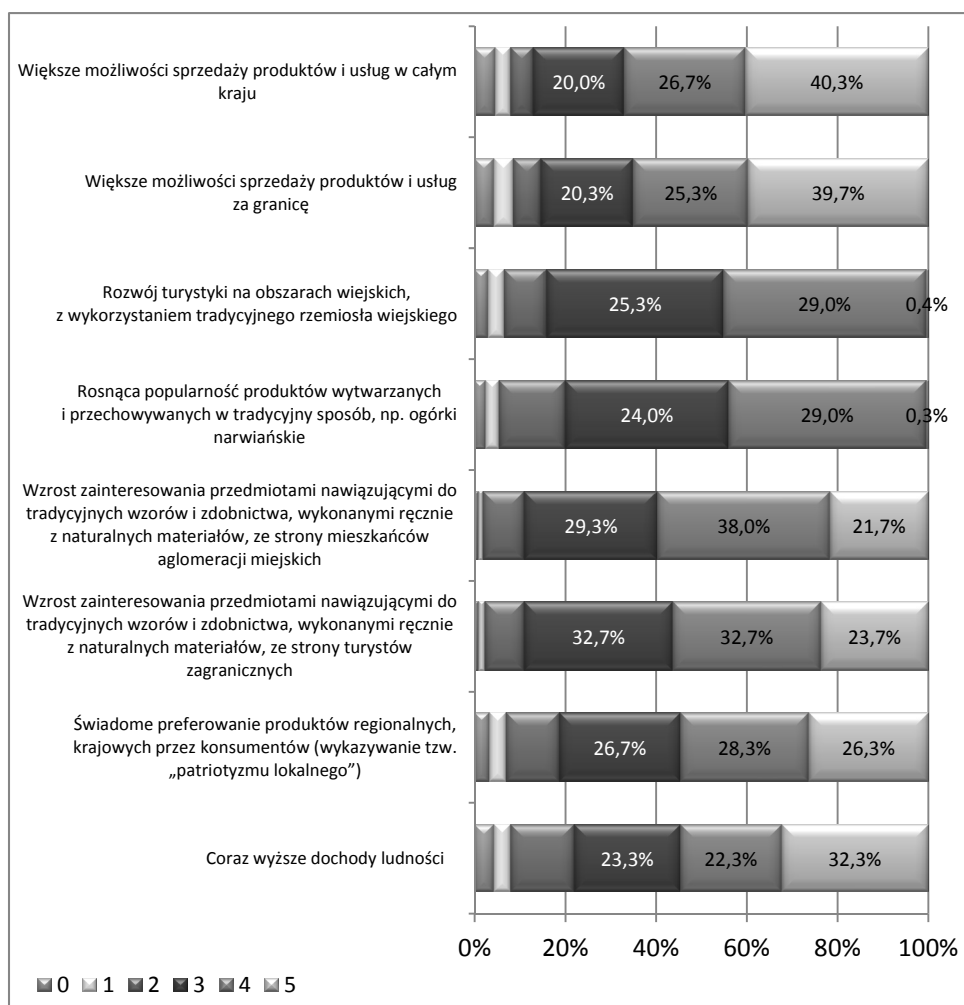
ków w skali od 0 do 5, gdzie 0 – brak wpływu, 1 – bardzo mały wpływ, 5 – bardzo duży wpływ.

Na wykresach 10.4 i 10.5 przedstawiono wyniki prowadzonych badań w kwestii czynników determinujących rozwój zawodów ginących, związany z istnieniem realnego popytu na produkty i usługi rzemieślnicze.

Badani przedsiębiorcy wskazali na szereg determinant popytu o tym samym stopniu ważności, takich jak:

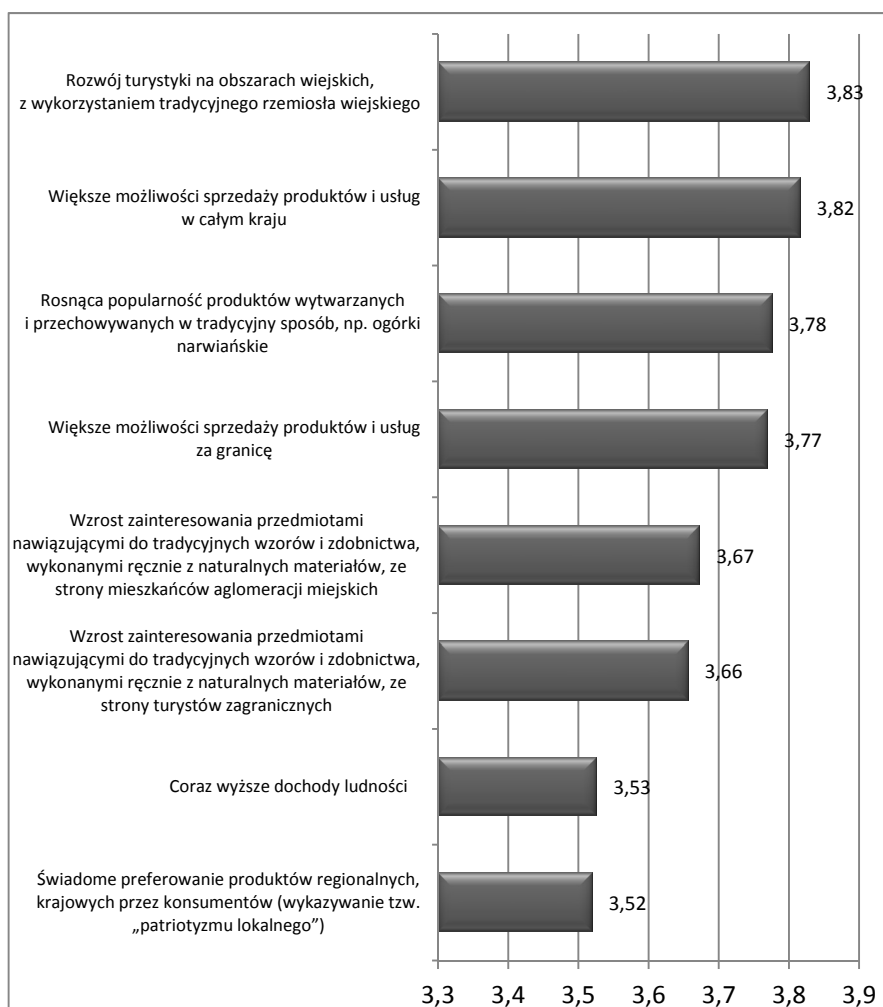
- większe możliwości sprzedaży produktów w całym kraju (67% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- większe możliwości sprzedaży produktów i usług za granicę (65% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- rozwój turystyki na obszarach wiejskich, z wykorzystaniem tradycyjnego rzemiosła wiejskiego (64,3% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- rosnąca popularność produktów wytwarzanych i przechowywanych w tradycyjny sposób, np. ogórki narwiańskie (62,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- wzrost zainteresowania przedmiotami nawiązującymi do tradycyjnych wzorów i zdobnictwa, wykonanymi ręcznie z naturalnych materiałów, ze strony mieszkańców aglomeracji miejskich (59,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,7);
- wzrost zainteresowania przedmiotami nawiązującymi do tradycyjnych wzorów i zdobnictwa, wykonanymi ręcznie z naturalnych materiałów, ze strony turystów zagranicznych (56,4% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,7);
- coraz wyższe dochody ludności (54,6% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,5);
- świadome preferowanie produktów regionalnych, krajowych przez konsumentów; wykazywanie tzw. „patriotyzmu lokalnego” (54,6% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,5).

Wskazanie tak wielu czynników determinujących popyt na produkty i usługi zawodów ginących może świadczyć, że zawody te należy podtrzymywać, stąd wpływa wniosek o konieczności podjęcia działań promocyjnych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 10.4. CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA POPYT NA USŁUGI W ZAWODACH GINĄCYCH – OCENA W SKALI OD 0 DO 5, GDZIE 0 – BRAK WPŁYWU, 1 – BARDZO MAŁY WPŁYW, DO 5 – BARDZO DUŻY WPŁYW



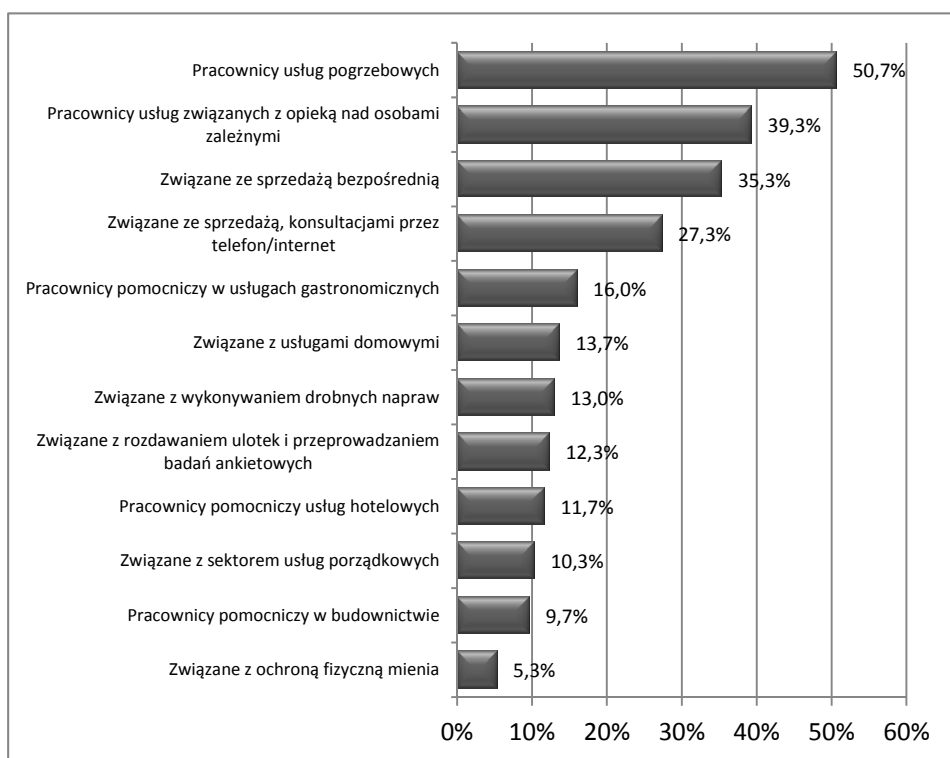
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 10.5. ŚREDNIA Z OCEN CZYNNIKÓW, KTÓRE MAJĄ WPLYW NA POPYT NA USŁUGI I DOBRA WYPRODUKOWANE PRZEZ OSOBY WYKONUJĄCE ZAWODY GINĄCE

ROZDZIAŁ 11. PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH W OPINII PRZEDSTAWICIELI RZEMIOSŁA/MŚP

11.1. Trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników w zawodach mało popularnych

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, w których z przedstawionych na liście grup zawodów, uchodzących za mało popularne, istnieją trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników. Badani mieli do wyboru następujące odpowiedzi: „zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „zdecydowanie nie”, „raczej nie”, „trudno powiedzieć”.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

**WYKRES 11.1. TRUDNOŚCI ZE ZNALEZIENIEM ODPOWIEDNIH PRACOWNIKÓW
W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH (% WSKAZAŃ NA „ZDECYDOWANIE TAK”
I „RACZEJ TAK”)**

Z analizy danych przedstawionych na wykresie 11.1 wynika, że największe trudności dotyczą pracowników:

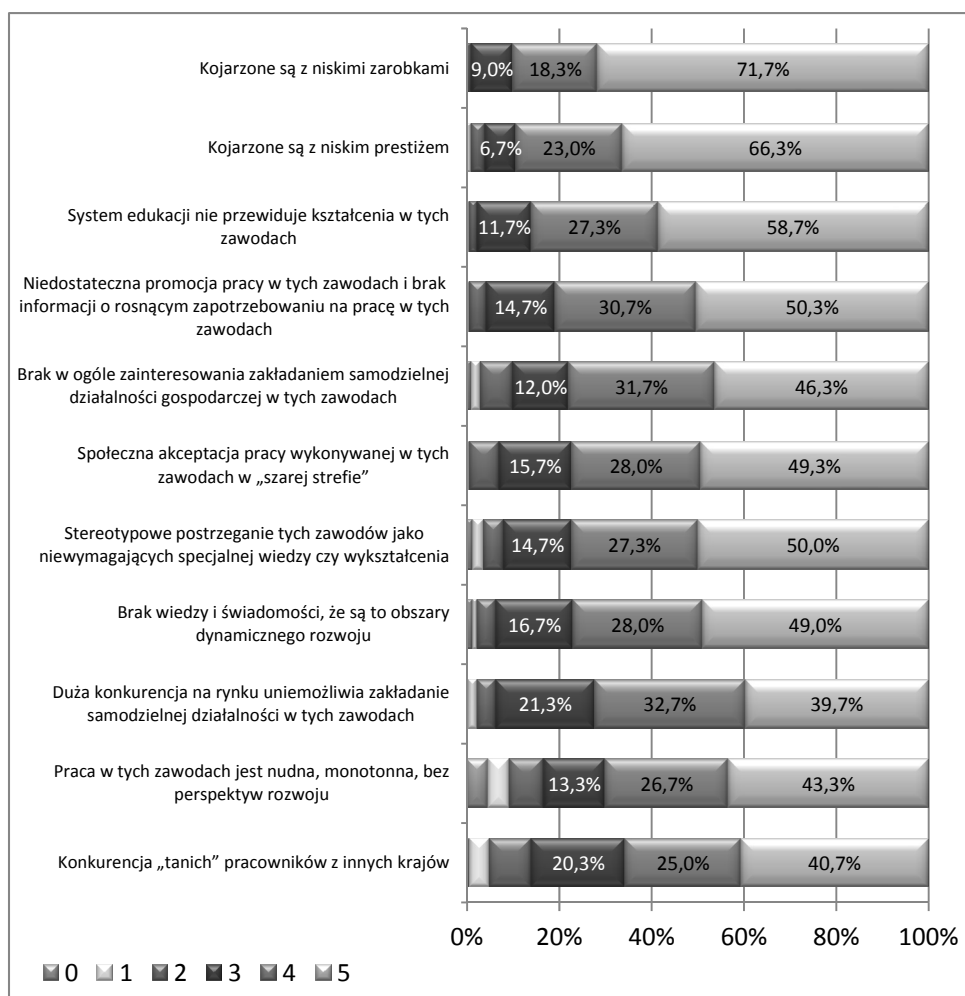
- usług pogrzebowych (50,7% wskazań na „zdecydowanie tak” i „raczej tak”);
- usług związanych z opieką nad osobami zależnymi (39,3% wskazań na „zdecydowanie tak” i „raczej tak”);
- związanych ze sprzedażą bezpośrednią (35,3% wskazań na „zdecydowanie tak” i „raczej tak”);
- związanych ze sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet (27,3% wskazań na „zdecydowanie tak” i „raczej tak”).

11.2. Powody niskiej popularności wybranych zawodów

W opinii badanych przedsiębiorców, do głównych przyczyn niskiej popularności wybranych grup zawodów należy zaliczyć (wykresy 11.2 i 11.3):

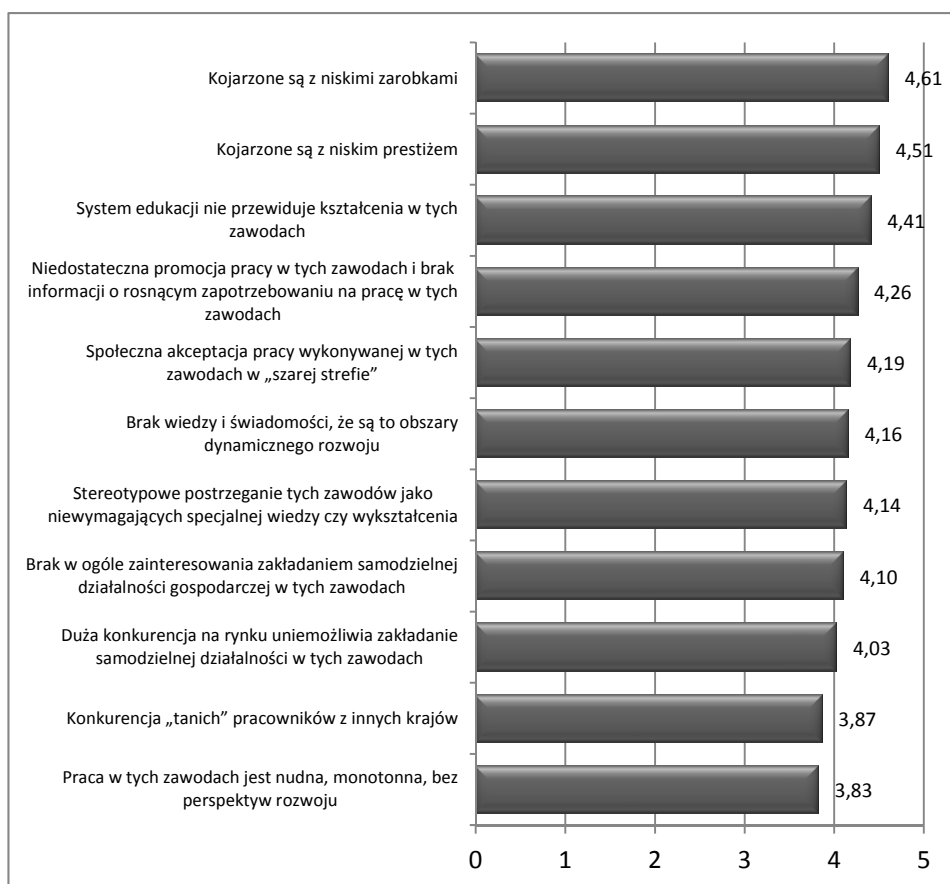
- kojarzenie ich z niskimi zarobkami (90% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,6);
- kojarzenie z niskim prestiżem pracy w tych zawodach (89,3% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,5);
- brak kształcenia w tych zawodach (86% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,4);
- niedostateczną promocję pracy i brak informacji o rosnącym popycie na pracę w tych zawodach (81% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,3);
- społeczną akceptację pracy wykonywanej w tych zawodach w „szarej strefie” (77,3% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,2);
- brak wiedzy i świadomości, że są to obszary dynamicznego rozwoju (77% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,2);
- stereotypowe postrzeganie tych zawodów jako niewymagających specjalnej wiedzy i wykształcenia (77,3% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,1);
- brak zainteresowania zakładaniem samodzielnej działalności gospodarczej w tych zawodach (78% ocen 4 i 5, średnia z ocen 4,1).

Pozostałe czynniki również wpływają na małą popularność niektórych grup zawodów, jednak z nieco mniejszą siłą.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 11.2. PRZYZCZYNY NISKIEJ POPULARNOŚCI WYBRANYCH GRUP ZAWODÓW – OCENA W SKALI OD 0 DO 5, GDZIE 0 – BRAK WPŁYWU, 1 – BARDZO MAŁY WPŁYW, DO 5 – BARDZO DUŻY WPŁYW



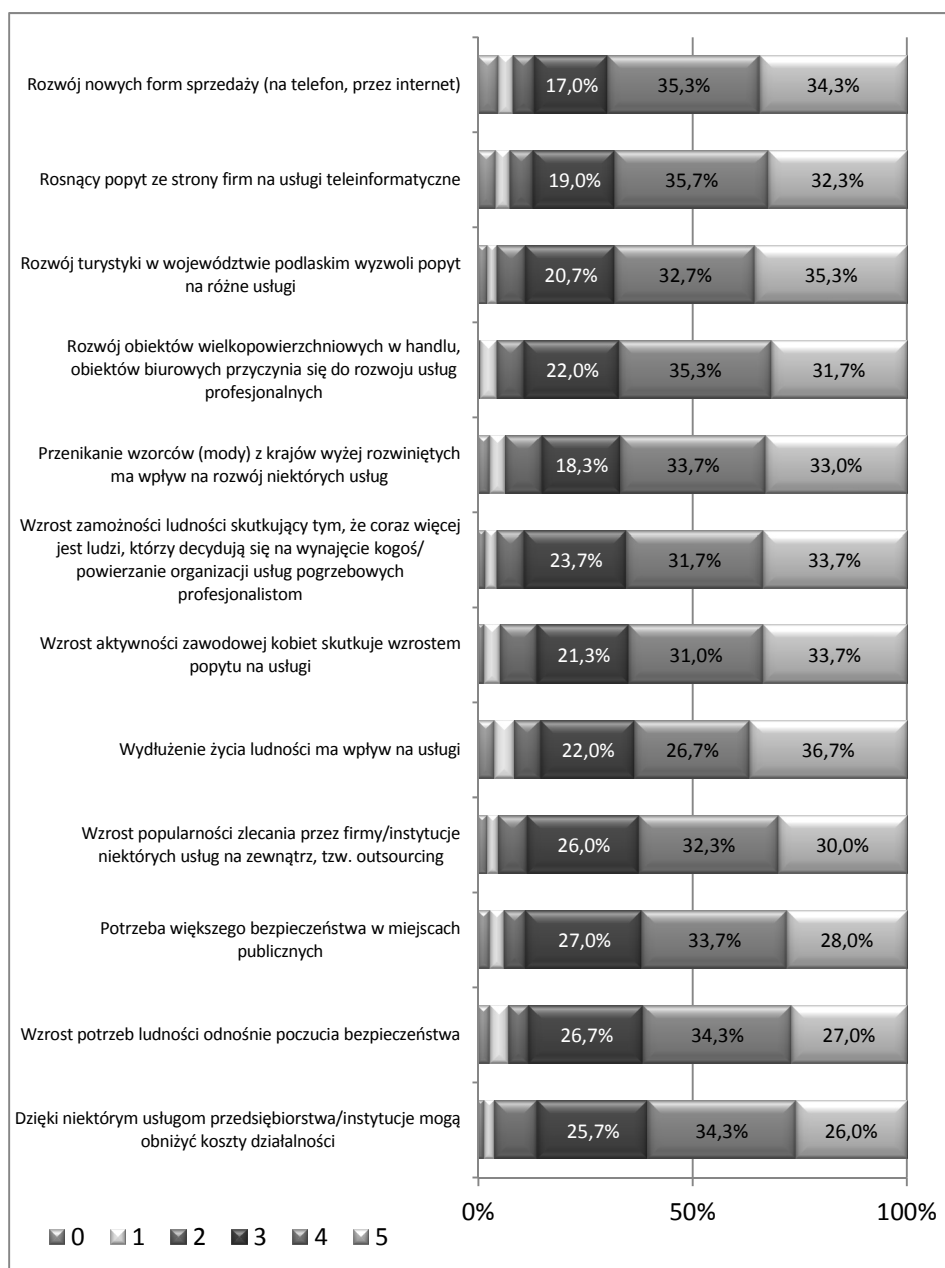
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 11.3. ŚREDNIA Z OCEN PRZYCZYN NISKIEJ POPULARNOŚCI WYBRANYCH GRUP ZAWODÓW

11.3. Czynniki kształtujące popyt na pracę w zawodach mało popularnych

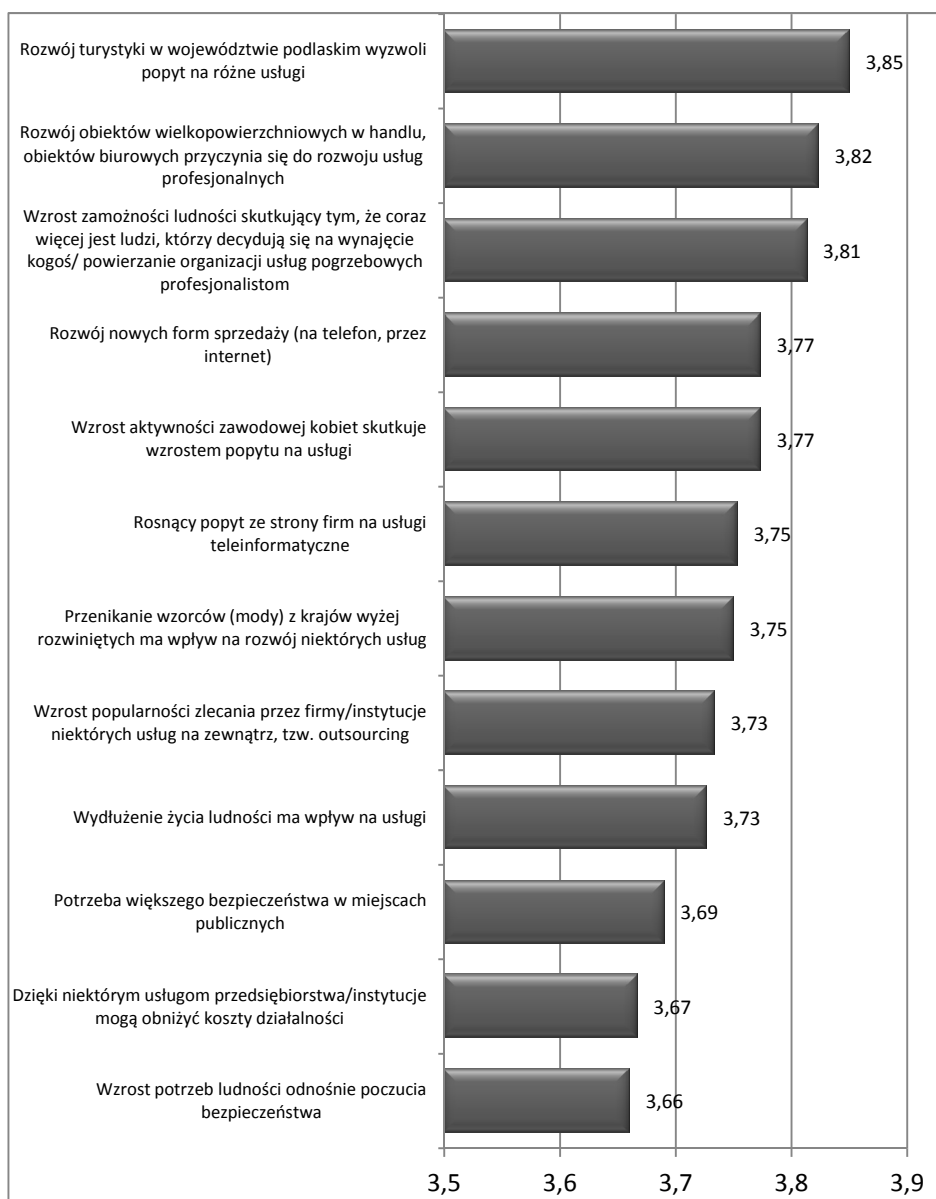
Promowanie zatrudnienia w zawodach mało popularnych zdeterminowane jest zapotrzebowaniem na usługi w nich świadczone.

Dlatego też badanych przedsiębiorców zapytaliśmy o czynniki, które mają wpływ na popyt na usługi w zawodach mało popularnych. Respondenci dokonywali oceny w skali od 0 do 5, gdzie 0 – brak wpływu, 1 – bardzo mały wpływ, do 5 – bardzo duży wpływ. Wyniki badań zostały przedstawione na wykresach 11.4-11.5.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 11.4. CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA POPYT NA USŁUGI W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH – OCENA W SKALI OD 0 DO 5, GDZIE 0 – BRAK WPLYWU, 1 – BARDZO MAŁY WPLYW, DO 5 – BARDZO DUŻY WPLYW



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

WYKRES 11.5. ŚREDNIA Z OCEN CZYNNIKÓW WPLYWAJĄCCH NA POPYT NA USŁUGI W ZAWODACH MAŁO POPULARNYCH

W opinii badanych przedsiębiorców, największy wpływ na kształtowanie się popytu na pracę w zawodach mało popularnych będzie miał:

- rozwój turystyki w województwie podlaskim, który wyzwoli popyt na różne usługi, np. gastronomiczne, hotelowe (68% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,9);
- rozwój nowych form sprzedaży, np. na telefon, przez internet (69,6% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- rosnący popyt ze strony firm na usługi teleinformatyczne (68% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- rozwój obiektów wielkopowierzchniowych w handlu, obiektów biurowych, który przyczyni się do rozwoju usług profesjonalnych (67% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- przenikanie wzorców (mody) z krajów wyżej rozwiniętych, co wpłynie na rozwój niektórych usług (66,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- wzrost zamożności ludności skutkujący tym, że np. coraz więcej jest ludzi, którzy decydują się na wynajęcie kogoś, powierzanie organizacji usług pogrzebowych profesjonalistom (65,4% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8);
- wzrost aktywności zawodowej kobiet skutkujący wzrostem popytu na usługi (64,7% ocen 4 i 5, średnia z ocen 3,8).

CZĘŚĆ IV

PERSPEKTYWY WZROSTU ZATRUDNIENIA W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH W ŚWIECIE BADAŃ JAKOŚCIOWYCH

ROZDZIAŁ 12. OBSZAR „ZAWODY NISZOWE”

12.1. Założenia badawcze

W ramach badania przeprowadzono trzy zogniskowane wywiady grupowe w obszarze „zawody niszowe”:

- pierwszy – z udziałem pozostających bez zatrudnienia absolwentów szkół wyższych. Próba badawcza liczyła 16 osób, w tym 11 kobiet i 5 mężczyzn;
- drugi – z udziałem przedstawicieli rzemiosła. Próba badawcza liczyła 7 osób, w tym 7 mężczyzn;
- trzeci – z udziałem przedstawicieli instytucji rynku pracy: Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku, powiatowych urzędów pracy, a także przedstawicieli organizacji biznesowych, uczelni wyższych oraz jednostek samorządu terytorialnego. Próba badawcza liczyła 11 osób, w tym 7 kobiet i 4 mężczyzn.

Każde badanie przeprowadzono na podstawie scenariusza rozmowy. Zaproponowane obszary tematyczne uznano za szczególnie istotne z punktu widzenia identyfikacji barier i czynników wzrostu zatrudnienia osób z grup defaworyzowanych na rynku pracy w zawodach niszowych.

W badaniach FGI w obszarze „zawody niszowe” poruszono w szczególności obszary problemowe odnoszące się do:

- rzemiosła jako miejsca nauki i pracy dla pozostających bez zatrudnienia absolwentów szkół wyższych;
- oceny umiejętności zdobytych podczas kształcenia na poziomie szkoły wyższej, zwłaszcza w kontekście zakładania własnej działalności gospodarczej;
- kwestii związanych z poradnictwem biznesowym i zawodowym, skierowanym do absolwentów szkół wyższych;
- możliwości współpracy różnych instytucji na rzecz monitorowania i promowania zatrudnienia w zawodach niszowych.

Zogniskowane wywiady grupowe zostały zrealizowane zgodnie ze standardami przeprowadzania zogniskowanych wywiadów grupowych, w terminach dogodnych dla respondentów. Każdy z wywiadów został zarejestrowany w formie cyfrowego zapisu audio.

Badania jakościowe metodą zogniskowanych wywiadów grupowych zrealizowane zostały w grudniu 2011 roku, po przeprowadzeniu badań ilościowych, w następujących terminach:

- 1) 5.12.2011 o godz. 15.30 w siedzibie Fundacji BFKK (z udziałem pozostałych bez zatrudnienia absolwentów szkół wyższych);
- 2) 15.12.2011 o godz. 13.30 w siedzibie Fundacji BFKK (z udziałem przedstawicieli instytucji rynku pracy);
- 3) 20.12.2011 o godz. 11.30 w siedzibie Izby Rzemieślniczej i Przedsiębiorczości w Białymstoku (z udziałem przedstawicieli rzemiosła).

12.2. FGI – pozostający bez zatrudnienia absolwenci szkół wyższych (do 27. roku życia)

Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy dla absolwentów szkół wyższych

Respondenci wyrazili przekonanie, że po skończeniu studiów znaleźli się w bardzo trudnej sytuacji na rynku pracy. Gdyby ich wiedza i świadomość, którą teraz mają, była przed wyborem ścieżki kształcenia, podjęliby raczej decyzję o kształceniu w konkretnych zawodach, a nie szliby w kierunku kształcenia ogólnego. Dlatego też propozycję kształcenia, a także pracy w zawodach rzemieślniczych, szczególnie w zawodach niszowych, uznają za ciekawy pomysł, zwłaszcza że nabrali przekonania, iż obecnie na rynku pracy liczą się konkretne, praktyczne umiejętności, których niestety nie nabyli podczas nauki na uczelniach.

...bardzo dobrym, bo na rynku jest za dużo osób, które mają wykształcenie wyższe, a za mało posad państwowych albo jakichś innych, gdzie można się zrealizować, albo co do których ma się oczekiwania. Skoro człowiek poszedł na uczelnię, uczy się 5 lat, a potem nie ma tej pracy, bo jest za dużo studentów w tej chwili na tych kierunkach, to trzeba zainwestować w konkretną rzecz. Jedną, a konkretnie. Niż brnąć w coś, na co nie ma zapotrzebowania.

Istotną kwestią było ustalenie, co może motywować młodych ludzi do pracy w rzemiośle. Respondenci wskazali, że największym motywatorem jest przekonanie, iż w rzemiośle można osiągać w miarę wysokie dochody.

...raczej największym motywem to są właśnie pieniądze. Także jeżeli bierzemy pod uwagę rzemiosło jako wytwarzanie przedmiotów bądź usług, które są wyspecjalizowane i drogie, to to się wiąże ze zdobywaniem dużej ilości pieniędzy. Tak naprawdę największym motywatorem myślę, że dla nas jako dla osób młodych, to są w tej chwili pieniądze.

Jednak dla części respondentów brak pracy jest już doskonałą motywacją do nauki i pracy w rzemiośle.

Tak, to przede wszystkim, bo nawet jak dostaniesz niższą pensję, potem się bardziej wyrobisz w tym zawodzie i dostajesz większe pieniądze. Potem możesz założyć własną działalność, gdzie dostajesz jeszcze większe. Więc tą całą motywacją powinien być brak pracy, który zmotywuje nas do tego, że pójdziemy na

ten kurs, czy na to szkolenie, do tego przedsiębiorstwa i zdobędziemy konkretne umiejętności.

Tym, co może szczególnie przekonać młodych ludzi do nauki i pracy w rzemiośle, jest prezentacja firm – dobrych praktyk, które odniosły sukces w rzemiośle.

Najlepsza motywacja, z tego co zauważyłam wśród znajomych, to jeżeli ktoś ze znajomych sprawdził to i naprawdę zarabia na tym pieniądze. To się ludzie zaciekawiają.

Jeśli chodzi o cechy rzemiosła, młodych ludzi może przekonać fakt, iż jest to praca twórcza, wymagająca szczególnych predyspozycji.

Głównie praca twórcza, bo rzemiosło w prawie każdej formie jest twórcze. Bo tam dajmy na to jakiś fryzjer zwierząt domowych już niekoniecznie, ale ładną fryzurkę też może zrobić zwierzątkowi. Inaczej opiekun, wtedy to nie jest bardzo twórcze, chyba że do opiekuna doda się tresowanie. No to wtedy to może i tak.

Barierą w promocji zawodów rzemieślniczych jest sama nazwa „rzemiosło”, która, w opinii respondentów, źle się kojarzy.

...sama nazwa rzemiosło w chwili obecnej najczęściej źle się kojarzy. Można to inaczej ująć, jeżeli chce się coś promować.

Konieczne jest kreowanie nowego wizerunku rzemiosła jako sektora nowoczesnego, kojarzonego z bogactwem, perfekcjonizmem, z małą firmą, z czymś droгим i z czymś dobrze wykonanym. Nowe oblicze będzie przyciągać młodych ludzi do nauki i pracy w rzemiośle.

Respondenci wyrazili również opinię, iż brakuje im wiedzy odnośnie możliwości kształcenia w rzemiośle, a dokładnie nie wiedzą, jak i gdzie mogą uczyć się nowych zawodów. Poza tym mają też obawy, czy faktycznie rzemieślnicy zechcą przekazywać unikatową wiedzę, którą mają. Najczęściej praca w zawodach rzemieślniczych jest dziedziczna.

...najgorzej jest zdobyć tę wiedzę praktyczną. [...] Zwykle jest tak, że jest to przekazywane jakoś z pokolenia na pokolenie, bądź jeżeli ktoś się zatrudni w takiej dziedzinie, no to wtedy zdobywa wiedzę i być może zakłada własną firmę, w której będzie się tym zajmował. I jest właśnie ten pierwszy problem, czyli wiedza, bo tak naprawdę każdy z tych zawodów niszowych ma jakieś swoje tajemnice, których w teorii nie da się odkryć. Tylko trzeba właśnie w praktyce je zdobyć.

...rzemieślnicy właśnie nie chcą kształcić. Mój teść jest stolarzem i naprawdę ma wzięcie i ilu miał właśnie pracowników to wszyscy tylko przychodzili, uczyli się i odchodzili. Więc nie chcą kształcić, ponieważ przychodzą się tylko nauczyć i później odchodzą, konkurencję robią.

Edukacja

W opinii respondentów, podczas studiów zdobyli oni raczej wiedzę teoretyczną, która jest niewystarczająca we współczesnych realiach do znalezienia pracy. Bowiem pracodawcy oczekują praktycznych umiejętności. Absolwenci szkół wyższych słabo są też przygotowani do zakładania własnej działalności gospodarczej. Teoretycznie mieli takie możliwości, bo słyszeli o funkcjonujących inkubatorach przedsiębiorczości akademickiej, ale najczęściej z nich nie korzystali.

W trakcie studiów część studentów realizowała taki przedmiot, jak przedsiębiorczość, ale zajęcia miały charakter wybitnie teoretyczny.

To było na zasadzie – proszę wymyślić sobie firmę, proszę wymyślić sobie branżę i proszę teoretycznie sobie rynek stworzyć. Albo wziąć firmę i na jej przykładzie wymyślić sobie, co ona teoretycznie ma robić. W ogóle zero przełożenia na rynek. (...)

Zajęcia z przedsiębiorczości, a także z innych przedmiotów pokrewnych nie były inspirujące, jeśli chodzi o pomysł na własną działalność gospodarczą. Trudno było o zdobycie umiejętności identyfikacji nisz rynkowych. Studentom brakowało kontaktów z przedsiębiorcami, którzy odnieśli sukces rynkowy, a którzy podzieliliby się swoją wiedzą praktyczną.

...zawsze był problem, żeby spotkać się z jakimś przedsiębiorcą, który przekazałby tę swoją wiedzę, jak on zaczynał. Chociaż nawet natchnął tych studentów do tego, aby sami próbowali zdobyć jakąś wiedzę, jakieś myślenie nad tym, jak ten swój pomysł zrealizować, tą swoją pasją.

Poradnictwo zawodowe i biznesowe

Na pytanie o korzystanie z poradnictwa zawodowego oraz biznesowego w trakcie, jak i po studiach, respondenci stwierdzili, że nie korzystali z takich usług, a część osób nawet o nich nie słyszała.

Bardzo złe skojarzenia mają z porad zawodowych z wcześniejszego etapu edukacji, a więc jeszcze z gimnazjów i szkół średnich. Głównie poradnictwo sprowadzane było do promowania przez uczniów/studentów kształcenia w szkołach/uczelniach, z których się wywodzili, a które często nie miały nic wspólnego z potrzebami rynku pracy. Były to raczej działania marketingowe związane z pozyskaniem uczniów/studentów, niż faktycznie z doradzaniem, w jakich kierunkach dalej mają się kształcić.

Jedynymi poradami to było coś takiego, że przychodzili jeszcze w gimnazjum. Przychodzili uczniowie technikum, liceum – przyjdźcie do nas, przyjdźcie do nas. Już w liceum przychodzili studenci i/lub inni pracownicy uczelni – przyjdźcie do nas. No i na tym polegało poradnictwo zawodowe.

Brak dostępu do poradnictwa zawodowego, rzetelnej informacji o potrzebach rynku pracy, decydował o tym, że badani przy wyborze szkoły lub uczelni kierowali się raczej modą panującą wśród młodzieży, sugestiami rodziców i orientowali się na kształcenie ogólne, niedające żadnego zawodu.

To bardzo istotne jest, bo gdyby było takie poradnictwo zawodowe, ja bym nie poszła do liceum ogólnokształcącego, bo to był mój najgorszy błąd. I bym na pewno poszła do jakiejś szkoły zawodowej, a potem i tak mogę iść na studia.

Respondenci stwierdzili, że faktycznie poradnictwo jest dostępne np. w urzędach pracy, ale brakuje wiedzy na jego temat. Pracownicy urzędów pracy rzadko informują o możliwości skorzystania z usług poradnictwa zawodowego.

W pewnym sensie poradnictwo jest dostępne, ale niepopularne. Można to tak nazwać. Można powiedzieć, że ktoś, kto nie ma pracy, przyjdzie do urzędu i jest taki zrezygnowany, i nawet nie myśli o tym...

Idziesz do urzędu pracy, rejestrujesz się jako osoba bezrobotna, pokazujesz cały bieg kariery i na tym się kończy. Potem przychodzisz na podpis i tyle.

Monitoring zawodów niszowych

W opinii respondentów, podstawą promowania zawodów niszowych jest przede wszystkim dostarczenie odpowiedniej wiedzy o nich. Nazwy takich zawodów, jak np. serowar, skutnik, renowator, brzmią na obecnym etapie dość abstrakcyjnie.

Taką wiedzą o zawodach niszowych winni dysponować pracownicy instytucji rynku pracy, a przede wszystkim urzędów pracy, którzy mogliby doradzać w kwestii możliwości nauki, pracy, a zwłaszcza zakładania własnej działalności gospodarczej.

Jeżeli ktoś się już zgłasza jako bezrobotny np. do urzędu pracy, to urząd nie powinien wpisywać na listę osób bezrobotnych i proponować ewentualnie oferty pracy zgodne z wykształceniem, których najczęściej brakuje, ale także poinformować, jakie są inne możliwości, szerzej zająć się informacją. Może ktoś się konkretnie zainteresuje danymi zawodami, które nie są popularne.

Poza monitorowaniem zawodów niszowych respondenci wskazali także na potrzeby informacyjne odnośnie do trendów konsumenckich. Bowiem wiele zawodów tradycyjnych, np. zawód kowala, odradza się w warunkach współczesnej gospodarki, ale świadcząc usługi nowego typu, np. w zakresie kowalstwa artystycznego.

Umiejętności moim zdaniem tylko też nie wystarczą, choćby nie wiem jakie były unikatowe. Chodzi myślę też o to, żeby umieć znajdować trendy czy też zastosowanie tych umiejętności, które będą pasowały do dzisiejszego świata.

Weźmy np. kowala. Zawód kowala był kiedyś bardzo praktycznym zawodem. A dzisiaj jest już znacznie mniejsze zapotrzebowanie.

Respondenci wyrazili przekonanie, że dobrze byłoby, gdyby istniała wspólpraca pomiędzy uczelniami a rzemiosłem. W tej chwili te dwie sfery funkcjonują zupełnie w oderwaniu od siebie.

Jest podział i tutaj nie ma tak jakby komunikacji między uczelniami a rzemieślnikami. Bo jednak firmy coraz bardziej się otwierają, natomiast rzemieślnicy, oni są zamknięci w swoich zakładach.

12.3. FGI – rzemieślnicy

Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy dla absolwentów szkół wyższych

Obecnie rzemiosło zorientowane jest na pozyskanie uczniów w wieku szkolnym, natomiast dotychczas nie współpracowało z uczelniami wyższymi. Nie podejmowane były też szkolenia absolwentów szkół wyższych.

Jeśli chodzi o kształcenie studentów i absolwentów szkół wyższych w rzemiośle, to respondenci wyrazili z jednej strony zainteresowanie tym kierunkiem działań, z drugiej wskazali na szereg barier, które mogą utrudnić skuteczną realizację tego typu przedsięwzięcia.

Rzemieślnicy mają przede wszystkim obawy, czy studenci lub absolwenci faktycznie zechcą w trakcie lub po studiach pracować w rzemiośle.

Młody człowiek, który poszedł na studia, to nie wróci do rzemiosła, a jak wróci, to będzie chciał być kimś od razu. Taki młody człowiek powinien od ukończenia szkoły gimnazjalnej już w wakacje pracować w rzemiośle, żeby on się w to wciągnął, żeby on się tego nauczył. Studia powinny być dla takiego młodego człowieka. Nie dzienne, a zaoczne, w dzień on pracuje, zarabia pieniądze i on się uczy. Wtedy będzie z niego i szef dobry, i pracownik dobry. I on się wciągnie i będzie rzemieślnikiem.

Respondenci wskazali także na inne poważne bariery w potencjalnym kształceniu absolwentów szkół wyższych. Bowiem, o ile na kształcenie młodzieży otrzymują dofinansowanie, to w przypadku osób dorosłych (pełnoletnich) takiej możliwości nie ma. Osoba dorosła przyjmowana do zakładu, nawet na przyuczenie do zawodu, traktowana jest jak pracownik, któremu przysługuje wynagrodzenie na poziomie co najmniej płacy minimalnej. Owszem, takie koszty może zrekompensować starostwo powiatowe, ale z praktyki wynika, że są z tym poważne problemy. Starostwa powiatowe odsyłają przeważnie do urzędów pracy, które to ze względu na ograniczone budżety odmawiają często takiej formy wsparcia.

Wymaga to zmian systemowych, żeby zakłady rzemieślnicze mogły kształcić osoby pełnoletnie, bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów, a co najmniej zmiany postawy i świadomości pracowników urzędów pracy w kwestii korzyści z kształcenia lub przekwalifikowywania się osób dorosłych w zakładach rzemieślniczych, w tym bezrobotnych absolwentów szkół wyższych.

Jak chce się iść na studia, to nie ma barier wiekowych, a w rzemiośle już są.

Barierą może też być nastawienie absolwentów szkół wyższych w kwestii poziomu wynagrodzeń. Pomimo że kończąc studia nie mają umiejętności praktycznych, dużo muszą się jeszcze uczyć, to ich żądania płacowe są dość wygórowane. Negatywnie są też nastawieni do wykonywania prac fizycznych, jeśli takie trzeba byłoby wykonać w trakcie pracy.

Student przychodzi i mówi: <<Proszę Pana, ja przyszedłem pracować nie za takie pieniądze jak mi proponujecie>>, i nie chce tu rąk zabrudzić, tylko chciałby papierki przewracać.

Należy również liczyć się z tym, że rzemieślnicy też nie zawsze są zainteresowani kształceniem uczniów, co wynika m.in. z dotychczasowych przykrych doświadczeń, kiedy to do rzemiosła trafiały głównie osoby z OHP.

Ale dlaczego jest problem? Bo trafiają do nas uczniowie przeważnie z OHP, a to są wszystko „odrzuć” – jak nie chory, to on nie chodzi, albo kombinator...

Ponadto, w związku z tym, że istnieje w Polsce możliwość otwierania firm bez uprawnień, część rzemieślników nie jest zainteresowana kształceniem innych osób, żeby nie robić sobie konkurencji.

Dlatego też w rzeczywistości wiele zawodów rzemieślniczych jest dziedzicznych, zwłaszcza tych wymagających unikatowej wiedzy, np. witrażownik, złotnik.

Poradnictwo zawodowe

W opinii respondentów potrzebne jest poradnictwo zawodowe, zwłaszcza w kontekście identyfikacji predyspozycji do wykonywania określonych zawodów. Obecnie o kierunkach kształcenia młodzieży decydują rodzice, którzy z jednej strony mają ograniczoną wiedzę o potrzebach rynku pracy, z drugiej ambicje, żeby ich dzieci zdobywały wyższe wykształcenie, czasami nieważne w jakim zawodzie.

Otoczenie. Monitoring zawodów niszowych.

Respondenci zgodnie uznali, że potrzebny jest monitoring popytu na określone zawody, po to żeby dopasować kierunki kształcenia do potrzeb rynku pracy. Są otwarci na udostępnianie informacji, natomiast dostrzegają potrzebę odgórnej koordynacji takich działań.

12.4. FGI – instytucje rynku pracy

Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy dla absolwentów szkół wyższych

W opinii respondentów, rzemiosło może być szansą na naukę zawodu, zatrudnienie czy też samozatrudnienie w przypadku absolwentów uczelni wyższych. Przy czym w społeczeństwie wizerunek rzemiosła, zwłaszcza wśród ludzi młodych, jest raczej negatywny. Mamy do czynienia ze stereotypowym postrzeganiem zawodów rzemieślniczych jako przestarzałych, obecnie wymierających, które nie mają nic wspólnego z nowoczesnością, innowacyjnością. Chociaż gdyby przyjrzeć się bliżej temu, czym się zajmują małe firmy, to najczęściej ich działalność nosi znamiona rzemiosła, ponieważ właściciele ...oferują swoje umiejętności w postaci pracy i robią rzemiosło.

Bo jeśli ktoś robi strony internetowe, no to możemy go nazwać właśnie takim rzemieślnikiem. Jeśli ktoś nawet jest handlowcem, ma zdolności do sprzedaży, w pewnym zakresie też jest rzemieślnikiem, bo wykorzystuje swoje predyspozycje. Więc może w ten sposób powinniśmy to słowo tłumaczyć i ja nie wiem, czy w ogóle powinniśmy go używać, bo będzie bardzo trudno z tym stereotypem wygrać. Jeśli powiemy komuś, że on jest rzemieślnikiem, to on się będzie bronił. Jeśli powiemy, że jest projekt dla rzemieślników, a on projektuje strony, to powie, że to nie jest projekt dla mnie. W ogóle nie będzie zainteresowany. Więc może zapomnijmy o tym słowie, a spróbujmy ten temat inaczej nazywać.

Wiele zawodów rzemieślniczych nosi znamiona zawodów artystycznych, co należałoby wykorzystać przy promowaniu zatrudnienia w zawodach niszowych. Wtedy lepiej mówić o reorientacji absolwentów w kierunku zawodów artystycznych niż o rzemiosle.

W opinii respondentów istnieje pilna potrzeba reorientacji zawodowej absolwentów uczelni wyższych, ponieważ mamy do czynienia z liczną populacją absolwentów w ogóle, w tym po kierunkach, na których istnieje wręcz „masowe” kształcenie. Absolwenci ci mają małe szanse na znalezienie pracy w ich wyuczonych zawodach.

Jest dużo absolwentów. [...] są osoby, które idą, wybierają kierunki na oślep, albo ktoś za nich decyduje. To są osoby, które się świadomie decydują na odpowiednie kierunki, a później kończąc studia okazuje się, że na rynku pracy nie ma na nich takiego zapotrzebowania, więc po prostu muszą szukać planu B, gdzie mogą robić coś innego. I właśnie wtedy warto wejść w ich zainteresowania, bo jeżeli ktoś ma jakiś talent w rękę, no to wtedy możemy mu zaproponować zawód artystyczny, a nie rzemiosło.

Może bardziej chodzi o to, aby zmienić nazewnictwo, może chodzi bardziej o to, aby popracować na promocję dobrego rzemiosła, pięknych artystycznie wy-

konanych prac, z dużym połotem, takich które zachęcą być może tych, którzy będą mieli problemy na rynku pracy.

Respondenci zwrócili uwagę, że okres potrzebny na przeorientowanie się zawodowe absolwentów w rzemiośle może być znacznie krótszy, niż np. 2 lata w przypadku kursów kwalifikacyjnych, przy czym pozostaje kwestia zainteresowania rzemieślników kształceniem absolwentów szkół wyższych oraz źródeł finansowania tego typu kształcenia.

W rzemiośle funkcjonuje forma przyuczenia do zawodu. Czyli wtedy czas przygotowania do wykonywania pewnych zawodów będzie krótszy niż te 2 lata, krótszy może niż kurs kwalifikacyjny w danym zawodzie, ale na pewno potrzeba będzie miejsca pracy, a to jak słyszeliśmy przedwczoraj jest jedno na 5 lat, jedno miejsce w przypadku niektórych rzemieślników. No i oczywiście pytanie, czy taki staż będzie stażem np. płatnym, kto będzie go finansował, skąd materiały.

Poradnictwo zawodowe i biznesowe

Respondenci zwrócili uwagę, że w Polsce od początku lat 90. mamy do czynienia z wysokimi aspiracjami edukacyjnymi młodzieży. Gros osób młodych, często inspirowanych przez rodziców, dąży do zdobycia wykształcenia wyższego.

O wyborze kierunku kształcenia bardzo często decydują rodzice, moda, w efekcie są to wybory dość na „oślep”, które nie mają wiele wspólnego z potrzebami rynku pracy.

Respondenci zwrócili uwagę na niedostateczny poziom rozwoju poradnictwa zawodowego w szkołach, jak też niską świadomość odnośnie roli poradnictwa zawodowego przy wyborze ścieżki kształcenia, w szczególności na poziomie gimnazjum.

Jako absolwenci uczelni wyższych również nie wiedzą, gdzie szukać informacji, jakie są możliwości, jakie to są zawody. Nie do końca może są rozpoznane ich potrzeby, jakieś predyspozycje zawodowe, zainteresowania.

Poza tym doradcy zawodowi także nie mają odpowiednich narzędzi i wiedzy odnośnie np. zawodów niszowych.

...w sumie to tak naprawdę, gdyby nie te spotkania, to ja też nie do końca bym wiedziała, pomimo tego, że jestem doradcą zawodowym, że jednak gdzieś tam trzeba szukać dalej, trzeba dopytywać bardziej.

Rola poradnictwa zawodowego jest również ograniczona ze względów systemowych. W Polsce na jednego doradcę zawodowego przypada kilka tysięcy bezrobotnych. Przykładowo w Wielkiej Brytanii jest to 8-9 osób, tam proces poradnictwa zawodowego może trwać nawet 2 lata. Generalnie trwa do momentu, aż zakończy się sukcesem.

Respondenci wskazali również na bardzo ograniczoną dostępność studentów, a tym bardziej absolwentów, do poradnictwa biznesowego, a nawet jego brak, pomimo rosnącego zainteresowania zakładaniem własnej działalności gospodarczej.

Właśnie chciałem powiedzieć, że jestem po takim ciekawym doświadczeniu. Ponieważ dwa ostatnie dni pod rząd siedziałem w komisji oceniającej pomysły na biznes studentów z różnych uczelni. To jest projekt realizowany w całym regionie. Analizowane to było pod kątem motywacji, że oni rzeczywiście będą to robić, a nie tylko, żeby kolejny certyfikat zrobić i chcą rzeczywiście podejmować takiego typu działalność. Swoją działalność, a nie tam u kogoś, która mieści się, a nawet obejmuje niektóre z tych tu zawodów. Także oni na studiach, na tych różnych bardzo kierunkach, nawet humanistycznych, są gotowi robić takie rzeczy, aczkolwiek oczekują właśnie doradztwa. Ten projekt cieszy się dużym zainteresowaniem. Nie matam żadnych twardych działań, nie ma dofinansowania, jak to czasami w tych projektach bywa. Po prostu proste doradztwo w zakresie kwestii związanych z działalnością gospodarczą, prawne, ekonomiczne, finansowe aspekty i widać, że oczekują tego. Także jeżeli by było to promowane, te zawody w takim kontekście nawet przedsiębiorczości bardziej może niż właśnie zawodów, które tam pomogą im zdobyć pracę, to myślę, że byłby odzew. Myślę, że są już świadomi na 2-3 roku studiów, zdają sobie sprawę z tego, o czym tu państwo mówicie, że ta praca w biurze to wcale nie jest taka pewna po skończeniu studiów. Oni to rozumieją. Nie da się uniknąć słowa rzemiosło, ale gdyby było to w kontekście przedsiębiorczości promowane, to myślę, że byłaby szansa.

W zakresie doradztwa zawodowego, w tym w promocji zawodów niszowych, większą rolę winny odgrywać biura karier funkcjonujące na uczelniach.

Tutaj mnie się wydaje, że jest duża rola biur karier. [...] Jest to takie miejsce, gdzie faktycznie można promować te zawody [niszowe].

Dużą rolę mogą też odegrać doradcy zawodowi z urzędów pracy, którzy mogą udzielać porad w kwestii zawodów niszowych, pod warunkiem ich przygotowania merytorycznego, a do tego potrzebne są badania na temat zawodów niszowych.

Jeśli chodzi o absolwentów, to duża rola w tym momencie może spoczywać na urzędach pracy, gdzie my możemy pokazywać kierunki, w które mogą rzeczywiście te osoby się zagłębiać. Wskazywać te nisze, jeżeli są prowadzone takie badania. To jest to nawet lepsze niż danie kolejnej oferty pracy kobiecie np. na sprzedawcę. Tak naprawdę ani się w tym nie zrealizuje, ani też nie zarobi takich pieniędzy, jakich oczekuje, bo większość absolwentów kończy studia wyższe, żeby zarabiać więcej, niż gdyby tych studiów nie ukończyła.

Edukacja

Respondenci zwrócili uwagę, że tak naprawdę będzie trudno organizować szkolenia w konkretnych zawodach niszowych. Bo czy można takie zawody identyfikować? Czy zawody niszowe nie są kwestią wtórną? Generalnie powinniśmy w szkoleniach skupić uwagę raczej na sposobach generowania pomysłów na biznes, w tym w niszach rynkowych. Zachęcanie młodych ludzi, do których należą absolwenci szkół wyższych, do zakładania własnej działalności dla wielu osób, szczególnie absolwentów kierunków humanistycznych, może być przerażające. Już na wstępie mogą przyjąć postawę, że w biznesie to sobie raczej nie poradzą.

Bo też często jest stereotyp, że jeśli mówimy komuś, młodym ludziom „załóż biznes, wymyśl pomysł na biznes”, to on jest trochę przerażony: Ja mam być przedsiębiorcą? Strasznie trudna rzecz. Ale jeśli będziemy zachęcać młodych ludzi na zasadzie znajdź sobie niszę, w której chciałbyś pracować, bo to umiesz, bo to lubisz, bo to czujesz. Dobrze byłoby, gdybyśmy zachęcali tych młodych ludzi, żeby szukali pomysłów na niszę. [...] Być może te nisze oni sami muszą sobie wygenerować. Więc niech będą pomysłowi, niech szukają pomysłu na niszę, co będzie ich pomysłem na życie.

W przypadku szkoleń absolwentów uczelni wyższych należy dużą wagę przywiązywać do dostarczenia wiedzy ogólnej z zakresu prowadzenia biznesu, zwracając uwagę szczególnie na aspekt praktyczny. Gros zajęć winno być prowadzonych przez praktyków, właścicieli firm odnoszących sukcesy rynkowe.

Trochę gorszą sprawą, którą można uczelniom przypisać jako efekt niedociągnięcia, jest kwestia takiej przedsiębiorczości życiowej, żeby umieli sobie z tym pomysłem [na niszę rynkową] poradzić. [...] Tylko jak go rozwinąć, i tego należałoby wymagać, żeby uczelnie rzeczywiście dawały takie podstawy zrozumienia podstaw biznesu, funkcjonowania tego biznesu, żeby były możliwości poczuć ten biznes na żywo, zasymulować.

Respondenci zwrócili także uwagę, że bezrobotni absolwenci szkół wyższych bardzo rzadko uczestniczą w kształceniu ustawicznym, zwłaszcza związanym z przeorientowaniem się zawodowym. Jeśli już, to kształcą się w kierunkach związanych ze zdobytym zawodem.

Generalnie dane wskazują na to, że absolwenci po ukończeniu studiów wyższych rzadko uczestniczą dalej w kształceniu ustawicznym, a jeśli już, to najczęściej są to szkolenia związane z wykonywanym zawodem. Mają obowiązkowe, czyli typu bhp.

To może stanowić barierę w rekrutacji na szkolenia związane z przedsiębiorczością w zawodach niszowych.

Otoczenie. Monitoring zawodów niszowych.

Respondenci zgodnie wyrazili opinię odnośnie konieczności prowadzenia monitoringu różnych zawodów, w tym zwracając uwagę na zawody niszowe, o których wiedza i świadomość w odbiorze społecznym jest bardzo niska. Monitorowanie to powinno dotyczyć potrzeb bieżących, a także perspektywicznych. Ważna jest też późniejsza promocja wyników prowadzonego monitoringu, która pozwoli na uświadomienie, jakie są rzeczywiste potrzeby rynku pracy, gospodarki.

Na pewno dobrze jest, aby taka oferta funkcjonowała w świadomości społecznej. Myślę, że będę wyrazić wiele osób tu obecnych, że to, czego żeśmy się dowiedzieli na spotkaniu, ponieważ otworzyło oczy na niektóre obszary, bo my po prostu normalnie o wszystkim nie wiemy. Na ile jest dostęp do pewnych informacji, to jest jeden obszar, a drugi na ile ktoś poszukuje tych informacji. I dobrze jest, jeżeli się spotka informacja z oczekiwaniem, i wtedy ludzie mają dobrą propozycję. Myślę, że też dobrym efektem właśnie tego projektu mogłoby być upowszechnienie w świadomości społecznej, w mediach zwłaszcza, szacunku dla zawodu rzemiosła jako takiego, które trzeba chronić. Pokazania bardzo dobrych przykładów rzemieślników artystów i oczywiście kandydatów na artystów.

...monitorowanie zawodów i kwalifikacji, kompetencji po prostu dzisiaj jest bardzo potrzebne, ale samo monitorowanie potrzeb bieżących też jest niewystarczające i musimy się uczyć monitorować tę przyszłość z drugiej strony. Wiem, że jest to niezwykle trudne i czasami nawet ryzykowne. Bo jest jeszcze taki jeden problem, że my o jakimkolwiek zapotrzebowaniu byśmy nie mówili, to właśnie tutaj te zawody niszowe są dobrym tego przykładem, że w pewnym momencie będziemy musieli wszystko przewrócić na ilość. Ile mamy tych szkoleń zorganizować, ilu pracowników wykształcić i tu się pojawiają największe problemy, bo ta ilość jest bardzo trudna do określenia.

Bardzo ważna jest identyfikacja różnych zawodów niszowych, ich charakterystyka, co pozwoliłoby na ciągłą aktualizację wykazu zawodów.

...konieczna jest troska o te zawody niszowe. One zmieniają swoje nazwy, bo nie ma [w aktualnej klasyfikacji zawodów w edukacji] np. obuwnika ortopedycznego i nie ma obuwnika miarowego, jest tylko obuwnik pod innym numerem. Czyli oznacza to, że te dwie specjalizacje, jeżeli nie będą oszlifowane nawet na poziomie rzemiosła, one po prostu zginą. Istnieje pilna potrzeba monitorowania zawodów niszowych, co umożliwi aktualizację klasyfikacji zawodów. Bo jak nie ma zawodu w klasyfikacji, to po prostu zawód nie funkcjonuje.

Z punktu widzenia promocji zawodów niszowych kluczową kwestią jest też wypracowanie nowych nazw zawodów. Bo w praktyce okazuje się, że sama nazwa staje się barierą w kształceniu i pracy w niektórych zawodach. Przykładowo, zawód bieliźniarza łatwiej jest promować pod nazwą projektant bielizny. Należy

szybciej reagować na potrzeby rynku pracy i dostosowywać nazewnictwo funkcjonujące w klasyfikacji zawodów do tych powstających w gospodarce. Należy do nazewnictwa podchodzić bardziej marketingowo.

Respondenci uznali, iż z punktu widzenia monitorowania rynku pracy bardzo ważna jest współpraca różnych podmiotów, w tym z udziałem przedstawicieli sektora rzemiosła, urzędów pracy, dyrektorów szkół, instytucji otoczenia biznesu, uczelni wyższych.

Promocja zawodów niszowych mogłaby odbywać się poprzez prezentację dobrych praktyk, w sensie absolwentów, którzy przeorientowali się zawodowo, a także organizację konkursów wśród studentów oraz absolwentów uczelni wyższych na biznes w zidentyfikowanej niszy rynkowej.

A może po prostu promować tych, którzy się przekwalifikowali? Bo to by był dobry przykład, że to jest realne, pójdźcie moją drogą, ja wybrałem. Dobre praktyki.

A może [...] zrobić konkurs na tę niszę. Niech ludzie szukają... I tego powinniśmy szukać i taki konkurs zorganizować. Konkurs pomysł na biznes, a tutaj pomysł na niszę. Albo niech może będzie taki system, który pozwoli mu zrealizować ten pomysł.

12.5. Wnioski i rekomendacje

Badania potwierdziły aktualnie bardzo trudną sytuację absolwentów szkół wyższych na rynku pracy. Brak dostępu do poradnictwa zawodowego, rzetelnej informacji o potrzebach rynku pracy decydował o tym, że przy wyborze szkoły lub uczelni kierowali się raczej modą panującą wśród młodzieży, sugestiami rodziców i orientowali się na kształcenie ogólne, niedające żadnego zawodu. Dlatego też istnieje pilna potrzeba reorientacji zawodowej absolwentów uczelni wyższych, ponieważ mamy do czynienia z liczną populacją absolwentów w ogóle, w tym po kierunkach, na których istnieje wręcz „masowe” kształcenie. Absolwenci ci mają małe szanse na znalezienie pracy w ich wyuczonych zawodach.

Jednym ze sposobów na zmianę tej sytuacji jest zachęcanie osób młodych do wchodzenia na rynek pracy poprzez samozatrudnienie w nowoczesnych, często niszowych specjalnościach. Takie zainteresowanie wyrazili przedstawiciele grupy docelowej, jakimi są absolwenci szkół wyższych. Idea spotkała się także z aprobatą ze strony przedstawicieli rzemiosła, jak i instytucji rynku pracy, uczelni, jednostek samorządu terytorialnego.

Niestety, w opinii respondentów reprezentujących różne instytucje, rzemieślników, jak i z grupy docelowej, obecny wizerunek rzemiosła w społeczeństwie,

a w szczególności wśród młodzieży nie jest korzystny, a już na pewno nie kojarzy się ono z takimi określeniami jak „nowoczesne” czy „innovacyjne”, przynoszące wysokie dochody, o wysokim prestiżu. Przy promocji rzemieślniczych zawodów niszowych, zdaniem uczestników badań FGI, nie należy posługiwać się terminem „rzemiosło”.

Konieczne jest kreowanie nowego wizerunku rzemiosła jako sektora nowoczesnego, kojarzonego z wytwarzaniem dóbr lub świadczeniem usług na indywidualne zamówienia, czasami wręcz dóbr luksusowych, w którym można generować relatywnie wysokie dochody. Nowe oblicze rzemiosła będzie przyciągać młodych ludzi do nauki i pracy w tym sektorze.

Wiele zawodów rzemieślniczych nosi znamiona zawodów artystycznych, co należałoby wykorzystać przy promowaniu zatrudnienia w zawodach niszowych. Wtedy lepiej mówić o reorientacji absolwentów w kierunku zawodów artystycznych niż o rzemiośle.

Jednym ze sposobów na promocję rzemiosła, na co zwracali uwagę przedstawiciele grupy docelowej, jest także prezentacja firm – dobrych praktyk, które odniosły sukces, prowadząc działalność rzemieślniczą.

Z badań wynika, że bezrobotnym absolwentom szkół wyższych brakuje wiedzy odnośnie możliwości kształcenia w rzemiośle, a dokładnie nie wiedzą, jak i gdzie mogą uczyć się nowych zawodów. Poza tym mają też obawy, czy faktycznie rzemieślnicy zechcą przekazywać unikatową wiedzę, którą mają. Najczęściej praca w zawodach rzemieślniczych jest dziedziczna. Stąd istnieje pilna potrzeba organizacji regularnych spotkań przedstawicieli Izby Rzemieślniczej i Przedsiębiorczości w Białymstoku z młodzieżą akademicką.

Badanie potwierdziło, iż faktycznie rzemieślnicy nie zawsze są zainteresowani kształceniem uczniów, co wynika m.in. z dotychczasowych przykrych doświadczeń, kiedy to do rzemiosła trafiały głównie osoby z OHP. Ponadto w związku z tym, że istnieje w Polsce możliwość otwierania firm bez uprawnień, część rzemieślników nie jest zainteresowana kształceniem innych osób, żeby nie robić sobie konkurencji. Dlatego też w rzeczywistości wiele zawodów rzemieślniczych jest dziedzicznych, zwłaszcza tych wymagających unikatowej wiedzy, np. witrażownik, złotnik.

Kształcenie bezrobotnych absolwentów szkół wyższych w rzemiośle może napotkać także na barierę finansową. Bowiem, o ile na kształcenie młodzieży rzemieślnicy otrzymują dofinansowanie, to w przypadku osób dorosłych (pełnoletnich) takiej możliwości nie ma. Osoba dorosła przyjmowana do zakładu, nawet na przyuczenie do zawodu, traktowana jest jak pracownik, któremu przysługuje wynagrodzenie na poziomie co najmniej płacy minimalnej. Owszem, takie koszty może zrekompensować starostwo powiatowe, ale z praktyki wynika, że są z tym poważne problemy. Przeważnie starostwa powiatowe odsyłają do

urzędów pracy, które to ze względu na ograniczone budżety odmawiają często takiej formy wsparcia. Dlatego bardzo ważna jest zmiana świadomości i postaw samorządów powiatowych w kwestii finansowania tego typu kształcenia, które w stosunku do innych form wsparcia osób bezrobotnych może okazać się znacznie skuteczniejsze.

W opinii respondentów, podczas studiów zdobyli oni raczej wiedzę teoretyczną, która jest niewystarczająca we współczesnych realiach do znalezienia pracy. Bowiem pracodawcy oczekują praktycznych umiejętności. Absolwenci szkół wyższych są też słabo przygotowani do zakładania własnej działalności gospodarczej. Teoretycznie mieli takie możliwości, bo słyszeli o funkcjonujących inkubatorach przedsiębiorczości akademickiej, ale najczęściej z nich nie korzystali. W trakcie studiów część studentów realizowała taki przedmiot, jak przedsiębiorczość, ale zajęcia miały charakter wybitnie teoretyczny. Zajęcia z przedsiębiorczości, a także z innych przedmiotów pokrewnych nie były też inspirujące, jeśli chodzi o pomysł na własną działalność gospodarczą. Trudno było o zdobycie umiejętności identyfikacji nisz rynkowych. Studentom brakowało kontaktów z przedsiębiorcami, którzy odnieśli sukces rynkowy, a którzy podzieliliby się swoją wiedzą praktyczną.

Czynnikiem determinującym obecną sytuację absolwentów szkół wyższych na rynku pracy jest dostępność poradnictwa zawodowego oraz biznesowego, zwłaszcza w kontekście zakładania własnej działalności. Badania potwierdziły, że absolwenci bardzo rzadko korzystają z usług doradców zawodowych, co wynika z przeświadczenia o niskiej ich skuteczności. Zdecydowanie gorzej sprawa wygląda w kwestii poradnictwa biznesowego, do którego, w opinii absolwentów szkół wyższych, nie mają raczej dostępu. Podczas badań FGI przedstawiciele instytucji rynku pracy, w tym doradcy zawodowi, bezrobotni, pracodawcy, wskazywali na luki w tym względzie, na brak wyspecjalizowanych doradców odnośnie poradnictwa biznesowego.

Tak więc kluczowym elementem działań projektowych winno być wypracowanie z jednej strony narzędzi z zakresu doradztwa biznesowego, uwzględniającego specyfikę zawodów rzemieślniczych, z drugiej odpowiedniego programu szkoleniowego w zakresie świadczenia nowoczesnych, wysokiej jakości usług. Program taki winien zawierać także moduły, w ramach których absolwenci uczelni wyższych zdobędą ogólną wiedzę z zakresu prowadzenia biznesu, zwracając uwagę szczególnie na aspekt praktyczny. Gros zajęć winno być prowadzonych przez praktyków, właścicieli firm odnoszących sukcesy rynkowe.

W przyszłości dużą rolę mogą odegrać doradcy zawodowi z urzędów pracy, którzy mogą udzielać porad w kwestii zawodów niszowych, pod warunkiem ich przygotowania merytorycznego, a do tego potrzebne są badania na temat zawodów niszowych.

Generalnie, w czasie szkoleń należy skupić uwagę raczej na sposobach generowania pomysłów na biznes, w tym w niszach rynkowych. Zachęcanie młodych ludzi, do których należą absolwenci szkół wyższych, do zakładania własnej działalności dla wielu osób, szczególnie absolwentów kierunków humanistycznych, może być przerażające. Już na wstępie mogą przyjąć postawę, że w biznesie to sobie raczej nie poradzą. Dlatego należy zachęcać młodych ludzi na zasadzie *znajdź sobie niszę, w której chciałbyś pracować, bo to umiesz, bo to lubisz, bo to czujesz*.

Istnieje pilna potrzeba prowadzenia monitoringu różnych zawodów, w tym zwracając uwagę na zawody niszowe, o których wiedza i świadomość w odbiorze społecznym jest bardzo niska. Monitorowanie to powinno dotyczyć potrzeb bieżących, a także perspektywicznych. Ważna jest też późniejsza promocja wyników prowadzonego monitoringu, która pozwoli na uświadomienie, jakie są rzeczywiste potrzeby rynku pracy, gospodarki.

W zakresie promocji zawodów niszowych kluczową kwestią jest także wypracowanie nowych nazw zawodów. Bo w praktyce okazuje się, że sama nazwa staje się barierą w kształceniu i pracy w niektórych zawodach. Należy szybciej reagować na potrzeby rynku pracy i dostosowywać nazewnictwo funkcjonujące w klasyfikacji zawodów do tych powstających w gospodarce. Należy do nazewnictwa podchodzić bardziej marketingowo.

Z punktu widzenia monitorowania rynku pracy bardzo ważna jest współpraca izb/cechów rzemieślniczych z uczelniami wyższymi, urzędami pracy, innymi instytucjami rynku pracy czy też władzami samorządowymi. Promocja winna dotyczyć m.in. korzyści, jakie dają uprawnienia czeladnicze i mistrzowskie, dobrych praktyk – firm, które odniosły sukces rynkowy, na temat nowych trendów w konsumpcji kształtujących popyt na usługi i dobra niszowe.

ROZDZIAŁ 13. OBSZAR „ZAWODY GINĄCE”

13.1. Założenia badawcze

W ramach badania przeprowadzono również jeden wywiad FGI w obszarze „zawody ginące”.

Wzięli w nim udział przedstawiciele grup docelowych projektu, a więc pozostające bez zatrudnienia osoby po 50. roku życia, a także przedstawiciele zakładów rzemieślniczych, instytucji rynku pracy – Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku, powiatowych urzędów pracy, instytucji szkoleniowych, jak też jednostek samorządu terytorialnego oraz jednostek naukowych – uczelni, które będą korzystać z rezultatów projektu. Próba badawcza liczyła 18 osób, w tym 5 mężczyzn i 13 kobiet.

Badanie przeprowadzono na podstawie scenariusza rozmowy, w ramach którego poruszono w szczególności obszary problemowe odnoszące się do:

- rzemiosła jako miejsca nauki i pracy dla osób po 50. roku życia;
- kwestii związanych z poradnictwem zawodowym skierowanym do bezrobotnych osób w wieku 50+;
- możliwości współpracy różnych instytucji na rzecz monitorowania i promowania zatrudnienia w zawodach ginących.

Badanie jakościowe metodą zogniskowanego wywiadu grupowego w obszarze „zawody ginące” zrealizowane zostało w grudniu 2011 roku, po przeprowadzeniu badań ilościowych. Wywiad został zarejestrowany w formie cyfrowego zapisu audio.

13.2. Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy dla osób po 50. roku życia

Respondenci reprezentujący grupy docelowe wyrazili przekonanie, że są otwarci na kształcenie przynajmniej w części zawodów, a później mogliby uczyć innych, być mentorem. Wyrazili jednak obawy, czy faktycznie po projekcie da to im realne szanse na zatrudnienie. Potrzebna jest informacja o zapotrzebowaniu na pracę w zawodach ginących.

...tak jak tu zostało już stwierdzone, rzemiosło miało się bardzo dobrze, na rzemiosło właściwie opierała się w znacznej części gospodarka i ona będzie się opierała. Natomiast pytanie o perspektywy, bo dzisiaj zwróćmy uwagę na to, że jeżeli się proponuje edukację, to nigdzie się nie gwarantuje zatrudnienia.

W nowej klasyfikacji zawodów odnośnie szkolnictwa zawodowego, przygotowanej przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, która obowiązuje od 1 września 2012 roku, nie przewiduje się kształcenia w większości zawodów ginących, co daje szansę na edukację w nich osób starszych. Szczególnie jest to uzasadnione, że aktualnie młodzi ludzie niechętnie chcą kształcić się w rzemiośle, a tym bardziej w zawodach ginących. Osoby starsze mogą być bardziej zmotywowane do kształcenia w rzemiośle, bo mają inne podejście do rzemiosła: *...rzemiosło to jest coś. Rzemiosło było ważne i jest ważne*. W ten sposób można byłoby *pielęgnować pewne po prostu tradycje, pewne zawody również ginące*.

Należy też brać pod uwagę okres przekwalifikowania się i zdobycia kwalifikacji zawodowych do wykonywania konkretnego zawodu przez osoby 50+. Czy będzie zainteresowanie, jeśli ktoś miałby kształcić się przez okres 2-3 lat, a nawet 1 rok.

Z wypowiedzi respondentów wynika, że część osób po 50. roku życia będzie chciała uczyć się i być aktywna zawodowo.

Ja powiem, że dla części osób emerytura jest wybawieniem, a dla części osób może niekoniecznie. W związku z tym, że rzeczywiście sporo osób chce być wciąż aktywnymi i jedno drugiemu nie przeszkadza, ponieważ chce funkcjonować w społeczeństwie.

Do przygotowania osób 50+ do pełnienia funkcji mentora raczej należałoby kierować osoby, które posiadają już umiejętności w zawodach ginących.

Kształcenie przez osoby 50+ mające odpowiednie kwalifikacje jest jak najbardziej uzasadnione. Jedynie należałoby podjąć działania umożliwiające potwierdzenie ich kwalifikacji. To są znakomici fachowcy, o których warto się za troszczyć.

Poza tym kształcenie w zawodach ginących ma swoje szczególne uzasadnienie. Osoby przeszkolone mogą zakładać własną działalność gospodarczą, na co mogą uzyskać dofinansowanie z powiatowych urzędów pracy.

Jeśli na tym projekcie będziemy szkolić osoby, które będą jakby te zawody ginące... szkolić się w tych zawodach ginących, to takie osoby po pewnym przeszkoleniu będą mogły zatrudniać nowe osoby. A zawodem, który zdobędziecie Państwo czy poprzez ten projekt to będzie możliwość podjęcia działalności gospodarczej ze względu na to, że powiatowe urzędy pracy mają dotacje, na które Państwo możecie liczyć. I jeśli Państwo wyszkolicie się w tym kierunku w zawodach ginących. Wyszkolicie się w taki sposób, że będziecie mogli wykonywać ten zawód.

Przedstawiciele rzemiosła zwrócili uwagę, iż rzemieślnicy niechętnie przyjmują osoby na doksztalcenie, ponieważ z tego tytułu nie mają żadnych korzyści,

a wręcz generuje to koszty. Stąd postulują o wprowadzanie różnych zachęt, np. w postaci ulg podatkowych, ale to wymaga zmian systemowych.

Dlaczego teraz rzemieślnicy niechętnie uczą? Dlatego, że nie ma z tego korzyści. Żeby mieć korzyść, to musi państwo jakoś wspomóc, czyli jakieś preferencje za te szkolenia powinny być znaczne, jakieś ulgi. Ja patrzę na to, żeby zarobić pieniądze, a nie po to, żeby szkolić, bo w ucznia najpierw trzeba doinwestować.

Poza tym osoby przyuczone szybko otwierają własne firmy, często w „szarej strefie”, a więc tworzy się taka „dzika konkurencja”.

Powinno być tak, jak właśnie w Niemczech, żeby otworzyć i prowadzić działalność gospodarczą trzeba mieć uprawnienia mistrza i wtedy jest gwarancja, że rzemieślnik jest prawdziwym rzemieślnikiem z kwalifikacjami, zna swój zawód, umie odpowiednio go wykonać, klient jest zadowolony.

Z punktu widzenia skutecznej promocji zawodów ginących należałoby rozważyć utworzenie, np. przy istniejącym Centrum Kształcenia Praktycznego, Centrum Kształcenia Zawodów Ginących, w którym to mogłyby znaleźć zatrudnienie osoby bezrobotne po 50. roku życia, które posiadają odpowiednie umiejętności powiązane z zawodami ginącymi. Mogliby to być w pierwszej kolejności beneficjenci projektu, którzy będą odpowiednio przygotowani do funkcji mentora.

13.3. Poradnictwo zawodowe

Respondenci, którzy w pracy zawodowej zajmują się poradnictwem zawodowym, uznali, iż na dzień dzisiejszy brakuje odpowiednich narzędzi doradczych dopasowanych do specyficznych potrzeb osób po 50. roku życia. Dotychczas kształcenie w zakresie poradnictwa zawodowego nie przewiduje specjalizacji, a więc zdobycia umiejętności pracy ze specyficznymi grupami na rynku pracy, jak np. osoby starsze.

Rolą doradcy jest takie towarzyszenie, wsparcie z zastosowaniem odpowiednich narzędzi. I tutaj rodzi się pytanie, czy mamy takie narzędzia, czy my jesteśmy jako doradcy, po takim ogólnym kształceniu w zakresie doradztwa zawodowego, przygotowani do tego, żeby pracować z takimi osobami?

W trakcie dyskusji zwrócono uwagę na pilną potrzebę wypracowania nowych, dopasowanych do osób starszych narzędzi doradczych. Stosowanie standardowych narzędzi zniechęca osoby bezrobotne do korzystania z usług doradcy zawodowego.

Są stosowane zupełnie inne narzędzia, trzeba diagnozować inne potencjały, a być może ja będę doradcą zawodowym, będę się specjalizowała w doradztwie

dla osób, które już kiedyś pracowały lub obecnie pracują i chcą zmienić zawód, zmienić branżę. Uważam, że są to zupełnie inne narzędzia. Bo jeżeli zaczniemy, np. nie wiem od Testu Holanda i od diagnozowania predyspozycji zawodowych, to wcale się nie dziwię, że ta osoba na następne spotkanie albo nie przychodzi, albo się urywa, albo kombinuje, bo to nie jest ten obszar. Powinniśmy tam pracować na umiejętnościach, na kompetencjach, a niestety rynek narzędziowy jest w tym obszarze jeszcze dosyć ubogi. Więc rzeczywiście to dobry pomysł, żeby podjąć się opracowywania czy przetestowania, jeżeli jest taka możliwość w tym projekcie, narzędzi dla osób 50+.

Tym bardziej jest to ważne, że osoby 50+ niechętnie korzystają z usług poradnictwa. Trudno takie osoby zmotywować i zaktywizować, co może wynikać z braku odpowiedniego przygotowania merytorycznego osób doradzających.

...my jako doradcy tak może nie do końca jesteśmy gotowi, żeby pracować z takimi ludźmi, czyli trochę stereotypowo. Mam jakichś 5 kwestionariuszy... ja może już generalizuję, ale no takie mam doświadczenie, sama jestem doradcą i pracuję z kilkudziesięcioma osobami z różnych powiatów.

13.4. Otoczenie. Monitoring zawodów ginących.

Respondenci uznali, że taki monitoring zawodów ginących jest niezbędny. Musi być on prowadzony w sposób ciągły i to nie tylko w skali województwa podlaskiego, ale w całej Polsce.

Koordinacją prowadzenia działań monitoringowych zawodów ginących mogłyby zająć się w przyszłości Wojewódzki Urząd Pracy w ramach prowadzonego Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych. Poza monitorowaniem samych zawodów ginących, bardzo ważne są także badania odnośnie do czynników kształtujących popyt na te zawody.

Uznano, że warto promować te zawody wśród młodzieży, pokazując je od strony praktycznej. Dodatkowym elementem promocji winna być też informacja o zarobkach w poszczególnych zawodach, gdyż młodzi ludzie kojarzą raczej te zawody z bardzo niskimi dochodami.

Trzeba przede wszystkim pokazać, że jeśli ktoś wykonuje pracę jako rzemieślnik, nie oznacza to, że jest kimś gorszym, a na pewno, że nie jest głupszy od osoby, która pracuje w banku i za biurkiem sobie siedzi.

Do udziału w pracach nad monitoringiem winni być zaproszeni przedstawiciele wszystkich instytucji, które współpracują na rzecz kształcenia ustawicznego – pracodawców, izb i cechów rzemieślniczych, instytucji skupiających pracodawców, np. Podlaskiego Forum Gospodarczego, uczelni wyższych, jednostek samorządu terytorialnego – prezydenta lub starostw powiatowych.

Do prac nad monitoringiem zawodów ginących muszą być także włączone rady zatrudnienia funkcjonujące na poziomie powiatu, jak i Wojewódzka Rada Zatrudnienia, które to opiniują listy zawodów do kształcenia.

13.5. Wnioski i rekomendacje

Bezrobotne osoby w wieku 50+ zainteresowane są kształceniem, pracą, a także pełnieniem funkcji mentora w zawodach ginących. Taka inicjatywa spotkała się również z aprobatą ze strony instytucji rynku pracy, zwłaszcza urzędów pracy. Należy jednak przewidzieć możliwości zatrudnienia osób przeszkolonych po projekcie.

W nowej klasyfikacji zawodów odnośnie szkolnictwa zawodowego, przygotowanej przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, która obowiązuje od 1 września 2012 roku, nie przewiduje się kształcenia w większości zawodów ginących, co daje szansę na edukację w nich osób starszych. Szczególnie jest to uzasadnione wobec faktu niechęci do nauki i pracy w rzemieślniczych zawodach ginących ze strony ludzi młodych.

Przy kształceniu osób starszych w zawodach ginących do pełnienia funkcji mentora należy brać pod uwagę okres przekwalifikowania się i zdobycia kwalifikacji zawodowych do wykonywania konkretnego zawodu przez osoby 50+. Często jest to minimum jeden rok, a w przypadku wielu zawodów nawet okres 2-3 lat. Dlatego też do przygotowania osób 50+ do pełnienia funkcji mentora należałoby raczej kierować osoby, które posiadają już umiejętności w zawodach ginących.

Część osób przeszkolonych w zawodach ginących mogłaby założyć własną działalność gospodarczą, na co mogłaby uzyskać dofinansowanie z powiatowych urzędów pracy.

Z badań wynika, iż zakłady rzemieślnicze niechętnie przyjmują osoby dorosłe na doksztalcenie, ponieważ z tego tytułu nie mają żadnych korzyści, a wręcz generuje to koszty. Stąd istnieje pilna potrzeba wprowadzenia różnych instrumentów zachęcających w postaci np. ulg podatkowych, ale to wymaga zmian systemowych.

Z punktu widzenia skutecznej promocji zawodów ginących należałoby rozważyć utworzenie, np. przy istniejących centrach kształcenia praktycznego w województwie podlaskim, Centrum Kształcenia Zawodów Ginących, w którym to mogłoby znaleźć zatrudnienie osoby bezrobotne po 50. roku życia, które posiadają odpowiednie umiejętności powiązane z zawodami ginącymi. Mogłoby to być w pierwszej kolejności beneficjenci projektu, którzy będą odpowiednio przygotowani do funkcji mentora.

Respondenci, którzy w pracy zawodowej zajmują się poradnictwem zawodowym, uznali, iż na dzień dzisiejszy brakuje odpowiednich narzędzi doradczych dopasowanych do specyficznych potrzeb osób po 50. roku życia. Dotychczas kształcenie w zakresie poradnictwa zawodowego nie przewiduje specjalizacji, a więc zdobycia umiejętności pracy ze specyficznymi grupami na rynku pracy, jak np. osoby starsze. Dlatego też istnieje pilna potrzeba wypracowania nowych, dopasowanych do osób starszych narzędzi doradczych. Stosowanie standardowych narzędzi zniechęca osoby bezrobotne do korzystania z usług doradcy zawodowego.

Z punktu widzenia promocji zatrudnienia w zawodach ginących konieczne staje się prowadzenie monitoringu zawodów ginących, w sposób ciągły, w skali co najmniej województwa podlaskiego, a najlepiej w całej Polsce. Koordynacją prowadzenia działań monitoringowych zawodów ginących mógłby zająć się w przyszłości Wojewódzki Urząd Pracy w ramach prowadzonego Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych.

Poza monitorowaniem samych zawodów ginących bardzo ważne są także badania odnośnie do czynników kształtujących popyt na te zawody.

Uznano, że warto promować te zawody wśród młodzieży, pokazując je od strony praktycznej. Dodatkowym elementem promocji winna być też informacja o zarobkach w poszczególnych zawodach, gdyż młodzi ludzie kojarzą raczej te zawody z bardzo niskimi dochodami.

Do udziału w pracach nad monitoringiem winni być zaproszeni przedstawiciele wszystkich instytucji, które współpracują na rzecz kształcenia ustawicznego – pracodawców, izb i cechów rzemieślniczych, instytucji skupiających pracodawców, np. Podlaskiego Forum Gospodarczego, uczelni wyższych, jednostek samorządu terytorialnego – prezydenta lub starostw powiatowych.

Do prac nad monitoringiem zawodów ginących muszą być także włączone rady zatrudnienia funkcjonujące na poziomie powiatu, jak i Wojewódzka Rada Zatrudnienia, które to opiniują listy zawodów do kształcenia.

ROZDZIAŁ 14. OBSZAR „ZAWODY MAŁO POPULARNE”

14.1. Założenia badawcze

W ramach badania przeprowadzono jeden zogniskowany wywiad grupowy w obszarze „zawody mało popularne”.

Wyboru respondentów do badań dokonano w oparciu o zapisy wniosku projektowego oraz doświadczenie realizatorów projektu.

W badaniu fokusowym w obszarze „zawody mało popularne” wzięli udział przedstawiciele grupy docelowej – osoby pozostające bez zatrudnienia z grupy mniej dyspozycyjnych z powodu niepełnosprawności, a także przedstawiciele podmiotów, które będą korzystać z rezultatów projektu: Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku, powiatowych urzędów pracy, jednostek samorządu terytorialnego, jednostek naukowych, rzemieślników, instytucji szkoleniowych. Próba badawcza liczyła 18 osób, w tym 6 mężczyzn i 12 kobiet.

FGI został przeprowadzony w oparciu o scenariusz rozmowy, w którym przewidziano obszary tematyczne, szczególnie ważne z punktu widzenia identyfikacji barier i czynników wzrostu zatrudnienia osób mniej dyspozycyjnych w grupie zawodów mało popularnych, w tym odnoszące się do:

- rzemiosła jako miejsca nauki i pracy dla osób mniej dyspozycyjnych w zawodach mało popularnych;
- kwestii związanych z poradnictwem zawodowym skierowanym do bezrobotnych osób mniej dyspozycyjnych;
- możliwości współpracy różnych instytucji na rzecz monitorowania i promowania zatrudnienia w zawodach mało popularnych.

Zogniskowane wywiady grupowe zostały zrealizowane zgodnie ze standardami przeprowadzania zogniskowanych wywiadów grupowych, w terminie dogodnym dla respondentów, w grudniu 2011 roku. Wywiad został zarejestrowany w formie cyfrowego zapisu audio.

14.2. Rzemiosło jako miejsce nauki i pracy

Respondenci wyrazili opinie, że faktycznie istnieją zawody, w których mamy do czynienia z jednej strony z dużym popytem na pracę, z drugiej niechęcią ze strony kandydatów do pracy do jej wykonywania. Zawody te znajdują się na czele listy zawodów najbardziej poszukiwanych jako zawody deficytowe, choć w niektórych może być wysokie bezrobocie ze względu na panującą wysoką płynność w zatrudnieniu. Do pracy wykonywanej w tych zawodach przyjmo-

wane są osoby bez kwalifikacji zawodowych, co przekłada się później na niski poziom wynagrodzeń pracowników, a w efekcie prestiż tych zawodów. Przykładowo, firmy zajmujące się ochroną osób i mienia, przyjmując status zakładu pracy chronionej, zatrudniają osoby o uprawnieniach rentowych, bez żadnych kwalifikacji zawodowych.

Dlatego też, żeby podnieść prestiż społeczny, należałoby w wielu zawodach, w tym mało popularnych, wprowadzić zmiany systemowe skłaniające do zatrudniania osób z potwierdzonymi kwalifikacjami zawodowymi, co przyczyniłoby się do wzrostu płac, poprawy warunków pracy, a także pozytywnie wpływałoby na jakość wykonywanej pracy.

Z wypowiedzi uczestników wywiadu, w tym osób bezrobotnych, wynika, że wśród osób niepełnosprawnych być może problem jest znacznie szerszy, brakuje wiedzy o takich możliwościach potwierdzania kwalifikacji.

...pracując w tych zawodach spotkałem cudownych ludzi, którzy nie mają swoich tzw. papierów. Są mistrzami. Spotkałem mistrza budowlanego, który jest moim sąsiadem zresztą, od którego się wiele nauczyłem – od posadzek powiedzmy, ale ostatnio np. nie dostał dofinansowania na urządzenia, na maszyny, bo nie ma jakby świadectwa udokumentowanego i w związku z tym wyjechał do Niemiec i tam jest rozchwytywany.

Potwierdzenie kwalifikacji zawodowych aktualnie odbywa się w Izbie Rzemieślniczej i Przedsiębiorczości w Białymstoku, natomiast mogłoby się odbywać także w Centrum Kształcenia Ustawicznego w Białymstoku, które we współpracy z rzemiosłem mogłoby prowadzić doskonalenie zawodowe mające na celu przygotowanie do egzaminu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe. Można byłoby nawet pomyśleć o utworzeniu Centrum Aktywności Rzemieślniczej.

W opinii respondentów, a w szczególności przedstawicieli rzemiosła, należy podjąć działania na rzecz rozwoju kształcenia w zawodach mało popularnych, zwłaszcza w tych, w których potocznie zakłada się, że każdy może je wykonywać bez przygotowania zawodowego, np. w zawodach związanych z usługami porządkowymi. Popyt na kwalifikowane kadry rośnie i dotyczy to zarówno firm, jak i osób prywatnych.

...lepiej przyjąć profesjonalistkę, która wie jakimi środkami, jakimi odkurzacami i jakich środków nie wolno mieszać, żeby strat nie było. I żeby klient był zadowolony w dobrej firmie.

14.3. Zakładanie e-biznesu

Respondenci uznali, iż zakładanie własnej działalności gospodarczej, w tym w formie e-biznesu, przez osoby mniej dyspozycyjne, do których należą osoby

niepełnosprawne, w zawodach mało popularnych to dobry pomysł na zwiększenie aktywności zawodowej.

Jednak zachęcanie osób niepełnosprawnych do zakładania własnej działalności gospodarczej może napotkać na pewne bariery. Mianowicie część osób niepełnosprawnych obawia się utraty świadczeń rentowych w momencie ich aktywizacji zawodowej.

...mam kontakt z wieloma rencistami i inwalidami, którzy po prostu zwyczajnie się boją utraty pieniędzy. Czyli tego minimum, które jakoś tam państwo gwarantuje. Każda forma aktywizacji zawodowej to duże zagrożenie.

Respondenci uznali, że z punktu widzenia kształcenia zarówno młodych, jak i osób dorosłych, w aspekcie założenia później własnej działalności kluczową rolę mogą odegrać rzemieślnicy, którzy żeby przetrwać na rynku, dysponują wszechstronną, praktyczną wiedzą nie tylko z zakresu wiedzy fachowej, ale także związanej z funkcjonowaniem w biznesie.

...obawa przed wejściem samemu na rynek jest mniejsza, z tego względu, że ten szef oprócz tego, co pokaże, to pokaże jak załatwić ZUS, jak pójść do urzędu i załatwić te sprawy urzędowe, jak prowadzić księgowość i jak z pieniędzmi. Po prostu tu w dobrej rzemieślniczej firmie ta osoba nauczy się wszystkiego i nie ma tego stresu, jak wchodzi na rynek.

Aktywizowanie osób niepełnosprawnych poprzez zachęcanie ich do zakładania własnych firm będzie wymagało działań na rzecz zmiany ich postaw i świadomości. Bowiem mamy do czynienia z ludźmi, którzy *...przyzwyczajani są, wręcz przywiązani, do otrzymywanych świadczeń. Szalenie wielką barierą dla nich jest uwolnienie się od myśli, że to czymś grozi.*

Dotychczasowe formy wsparcia osób niepełnosprawnych w formie Warsztatów Terapii Zajęciowej, pomimo że z założenia miały przygotowywać do wejścia na otwarty rynek pracy, nie spełniają oczekiwań, a na pewno nie przygotowują do zakładania własnej działalności.

Respondenci zwrócili też uwagę na liczne bariery natury administracyjnej związanej z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej. Dostarczenie wiedzy odnośnie pokonania takich barier winno być kluczową częścią szkoleń z zakresu przedsiębiorczości w zawodach mało popularnych. Bowiem działając w rzemiośle, trzeba być:

...multidyscyplinarnym, trzeba wiedzieć jak się rozliczyć, trzeba odpowiednio stworzyć swój biznesplan. Tak naprawdę założenie działalności gospodarczej poza tymi wszystkimi kwestiami jest jeszcze, można po prostu powiedzieć, obwarowane przez wszystkie te składki, które są do zapłacenia obowiązkowo. Jeśli to jest osoba młoda, świeżo po studiach, to oczywiście przez jakiś czas są to zniżki, jakieś tam zmniejszone o połowę, o 300 zł. (...) Jest to nawet przez jakiś czas ograniczone. Pozostaje pytanie czy te osoby, które wchodzi na rynek z własną firmą przez te 3 lata, przy tych obniżonych składkach w jakiś sposób będą w sta-

nie się ulokować na tyle szybko, żeby zarobić na życie i żeby jeszcze były w stanie opłacić te dodatkowe składki.

14.4. Poradnictwo zawodowe

Doradcy zawodowi stwierdzili, iż należałoby podnieść wiedzę i świadomość odnośnie poradnictwa zawodowego wśród pracodawców, którzy kierują oferty pracy bez sprecyzowania konkretnych wymagań.

Respondenci zwrócili uwagę na konieczność poprawy oferty doradczej kierowanej do bezrobotnych osób niepełnosprawnych, zwłaszcza w urzędach pracy.

Do Powiatowego Urzędu Pracy w Białymstoku chodziłem, bo miałem się pojawiać. Trafiałem właśnie do pokoiku dla osób niepełnosprawnych. Dzień dobry, dzień dobry, pieczęć, do widzenia. Żadnych ofert, zero. Tak to wygląda, powiedzmy sobie szczerze, poradnictwo. Mimo że byłem osobą, która miała magistra z socjologii. Mogłem zajmować się masą różnych rzeczy. Socjolog może sporo rzeczy zrobić, bardzo specyficzne studia, ale ciekawe i rozwijające. Ale byłem postrzegany jedynie przez pryzmat bycia osobą niepełnosprawną. Nie interesowało nikogo tak naprawdę to coś poza tą niepełnosprawnością, tylko automatycznie ta niepełnosprawność tych ludzi stygmatyzuje.

Dużym problemem w poradnictwie zawodowym jest brak wypracowanych narzędzi doradczych, dopasowanych do potrzeb osób mniej dyspozycyjnych. Podkreślano, jak przy pozostałych badaniach fokusowych, konieczność wprowadzenia specjalizacji w kształceniu doradców zawodowych.

Niewątpliwie ułatwieniem w korzystaniu z porad doradcy zawodowego byłoby świadczenie takiej usługi zdalnie, z wykorzystaniem komputera, internetu, nie wychodząc z domu.

14.5. Otoczenie. Monitoring zawodów mało popularnych.

Z punktu widzenia promocji zawodów mało popularnych bardzo ważny jest monitoring różnych zawodów, aby zidentyfikować te zawody, w przypadku których mamy do czynienia z jednej strony z dużą skalą zapotrzebowania, z drugiej brakiem chętnych do ich wykonywania. Tego typu działania promocyjne, informacyjne mogłyby przyczynić się do zwiększenia zatrudnienia w takich zawodach.

Takie dobre rozpoznanie potrzeb rynkowych niezbędne jest też z punktu widzenia kształtowania oferty edukacyjnej w szkołach ponadgimnazjalnych, jak i oferty szkoleniowej różnych instytucji rynku pracy.

Ważne jest rozpoznawanie pewnych trendów, nawet sięgając do wzorców krajów wysoko rozwiniętych, które mogą mieć wpływ na poziom i strukturę popytu na pracę na regionalnym rynku pracy. Zawody mało popularne należy promować w społeczeństwie jako zawody przyszłościowe, dające duże szanse na zatrudnienie.

Monitoring winien być prowadzony w sposób ciągły. Wymaga to zaangażowania różnych instytucji, podmiotów, takich jak: urzędy pracy, uczelnie wyższe, związki pracodawców, izby i cechy rzemieślnicze, inne instytucje rynku pracy.

14.6. Wnioski i rekomendacje

Badanie potwierdziło istnienie zawodów, w których mamy do czynienia z jednej strony z dużym popytem na pracę, z drugiej niechęcią ze strony kandydatów do pracy do jej wykonywania. Aktualnie gros ofert pracy trafiających do urzędów pracy, akademickich biur karier dotyczy zawodów mało popularnych. Najczęściej do pracy wykonywanej w tych zawodach przyjmowane są osoby bez kwalifikacji zawodowych, co przekłada się później na niski poziom wynagrodzeń pracowników, a w efekcie prestiż tych zawodów.

Aby podnieść prestiż społeczny zawodów, które aktualnie uchodzą za mało popularne, należałoby wprowadzić zmiany systemowe, skłaniające do zatrudniania osób z potwierdzonymi kwalifikacjami zawodowymi, co przyczyniłoby się do wzrostu płac, poprawy warunków pracy, a także pozytywnie wpływałoby na jakość wykonywanej pracy.

Ze względu na niedostateczne poinformowanie należy podjąć także działania promocyjne, poszerzające wiedzę wśród m.in. osób niepełnosprawnych o już istniejących możliwościach potwierdzania kwalifikacji zawodowych, np. w Izbie Rzemieślniczej i Przedsiębiorczości w Białymstoku.

Należy rozważyć utworzenie Centrum Aktywności Rzemieślniczej, np. przy Centrum Kształcenia Ustawicznego w Białymstoku, które we współpracy z rzemiosłem mogłoby prowadzić doskonalenie zawodowe mające na celu przygotowanie do egzaminu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe.

Wobec rosnącego popytu na pracę wykwalifikowaną, istnieje pilna potrzeba podjęcia działań na rzecz rozwoju kształcenia w zawodach mało popularnych, zwłaszcza w tych, w których potocznie zakłada się, że każdy może je wykonywać, bez przygotowania zawodowego, np. w zawodach związanych z usługami porządkowymi.

Aktywizowanie osób mniej dyspozycyjnych, w tym bezrobotnych osób niepełnosprawnych, poprzez zachęty do zakładania e-biznesów w zawodach mało popularnych, z jednej strony może być skutecznym sposobem na popularyzację tej grupy zawodów, z drugiej może napotkać na liczne bariery, w szczególności

odnoszące się do obaw o utratę posiadanych świadczeń rentowych w momencie ich aktywizacji zawodowej. Dlatego też istnieje konieczność podjęcia działań na rzecz zmiany postaw i świadomości osób niepełnosprawnych.

Gros osób niepełnosprawnych nie jest przygotowanych do założenia własnej działalności, stąd w programie szkoleń należy uwzględnić z jednej strony podstawowe informacje odnośnie prowadzenia firmy, z drugiej jak najwięcej elementów praktycznych.

Generalnie kształcenie zarówno młodych, jak i osób dorosłych, w aspekcie założenia później własnej działalności w zawodach mało popularnych, winno odbywać się z kluczowym udziałem rzemieślników, którzy żeby przetrwać na rynku dysponują taką wszechstronną, praktyczną wiedzą nie tylko z zakresu wiedzy fachowej, ale także związanej z funkcjonowaniem w biznesie.

Doradcy zawodowi zwrócili uwagę, iż należałoby podnieść wiedzę i świadomość odnośnie roli i znaczenia poradnictwa zawodowego zarówno wśród osób mniej dyspozycyjnych, jak i pracodawców.

Badanie ujawniło, że doradcy zawodowi obecnie nie dysponują narzędziami doradczymi, które byłyby dopasowane do potrzeb osób mniej dyspozycyjnych, a więc nie są odpowiednio przygotowani do obsługi klientów z poszczególnych grup osób bezrobotnych będących w szczególnej sytuacji na rynku pracy. Zatem konieczne staje się wypracowanie i wdrożenie do praktyki społecznej nowych narzędzi doradczych. Ułatwieniem w korzystaniu z porad doradcy zawodowego byłoby świadczenie takiej usługi zdalnie, z wykorzystaniem komputera, internetu, nie wychodząc z domu.

Z punktu widzenia promocji zawodów mało popularnych bardzo ważny jest monitoring różnych zawodów, aby zidentyfikować te zawody, w przypadku których mamy do czynienia z jednej strony z dużą skalą zapotrzebowania, z drugiej brakiem chętnych do ich wykonywania. Tego typu działania promocyjne, informacyjne mogłyby przyczynić się do zwiększenia zatrudnienia w takich zawodach. Monitoring niezbędny jest też z punktu widzenia kształtowania oferty edukacyjnej w szkołach ponadgimnazjalnych, jak i oferty szkoleniowej różnych instytucji rynku pracy.

Monitoring winien być prowadzony w sposób ciągły. Wymaga to zaangażowania różnych instytucji, podmiotów, takich jak: urzędy pracy, uczelnie wyższe, związki pracodawców, izby i cechy rzemieślnicze, inne instytucje rynku pracy.

Bardzo ważne jest promowanie wiedzy w społeczeństwie o zawodach mało popularnych jako zawodach przyszłościowych.

CZĘŚĆ V

ZATRUDNIENIE W ZAWODACH NISZOWYCH, GINĄCYCH I MAŁO POPULARNYCH – DOBRE PRAKTYKI

ROZDZIAŁ 15. DOBRE PRAKTYKI – PRZYKŁADY KRAJOWE

15.1. Loft37.pl – obuwie na miarę

Ogólne informacje o firmie

Polki są coraz bardziej odważne. Zwracają uwagę na modę i chcą mieć rzeczy, które będą je wyróżniać. Niestety, chociaż na rynku jest bardzo duży wybór butów, głównie wyprodukowanych w Chinach, to często są one bardzo do siebie podobne. Mają podobne wzory, wykonane są z tych samych materiałów i komponentów. Niełatwe jest znalezienie ładnych, wygodnych, a co więcej oryginalnych i niedrogich butów. Z takiego założenia wyszły właścicielki firmy Loft37.pl, która zajmuje się produkcją butów na zamówienie. Powstała ona w 2011 roku. Zainteresowanie produktami jest tak duże, że w ciągu dwóch miesięcy sprzedano ponad 300 par. Produkty, mimo krótkiej historii działania firmy, znajdują już swoich zwolenników nie tylko w kraju, ale i poza jego granicami. Buty trafiają chociażby do Niemiec, Kanady, Szwecji, Włoch czy Wielkiej Brytanii (Śmigiel 2011).

Projektant obuwia czy prawnik?

Żalozycielki nie mają wykształcenia związanego z kierunkiem działalności firmy. Joanna Trepka jest prawnikiem. Druga ze współwłaścicielek Paulina Ada Kalińska z wykształcenia jest malarką, pracuje zaś zawodowo jako stylistka i architekt wnętrz. Niewątpliwie w podjęciu decyzji o rozpoczęciu tego rodzaju działalności pomógł fakt, że rodzice pierwszej z nich prowadzą od lat fabrykę butów. Tam są obecnie wytwarzane produkty dla firmy Loft37.pl. Nie było więc konieczności poszukiwania pracowników, którzy wykonują opracowane wzory.

Tu sam projektujesz swoje obuwie – personalizacja

Wszystkie buty robione są ręcznie, przy wykorzystaniu wysokogatunkowych skór. Każde kopyto – odlew, na którym produkowany jest but, jest testowane, co pozwala sprawdzić, czy jego tęgosc i parametry wystarczają, aby zapewnić kobiecie komfort noszenia. Po weryfikacji podeszwy nowego modelu, buty są starannie formowane, a następnie każdy element jest do nich dodawany ręcznie. W powstanie każdej pojedynczej pary jest zaangażowanych około 10 osób. Taka procedura gwarantuje ich niezwykłą wygodę, a także niepowtarzalny charakter. Ich ceny wynoszą od 380 do 450 zł w zależności od modelu (*Loft37 – zaprojektuj własne buty...* 2011).

Szczególnie ważną cechą butów Loft37.pl jest ich personalizowanie. To daje zaś uczucie oryginalności i luksusu nabywcom. Poprzez zindywidualizowany

wybór zarówno kolorystyki, jak i faktury materiału, każda klientka może poczuć się wyjątkowo, gdyż pozwala to jej uzewnętrznić swój styl, charakter oraz podkreślić zamiłowanie do mody i oryginalności (*Buty z twoim podpisem od Loft37.pl...*).

Wykorzystując modele oferowane przez firmę, klientka może dobrać sznurówki, nici, fakturę skóry, a także dodać monogram, np. inicjały, imię. Pierwsza kolekcja nosi nazwę „Just for fun”. Jest to sześć modeli. Hitem są intensywne kolory obuwia, takie jak pomarańcz z różem, szarość z zielonożółtym.

Buty można zaprojektować na dwa sposoby. Pierwszy, bardziej ogólnodostępny, to strona internetowa. Drugi to spotkanie na konsultacjach z projektantkami. Cena projektowania przez internet wynosi 30 zł, zaś w ramach spotkania 100 zł.

Specyficzny produkt – specyficzne sposoby promocji

Nie tylko produkcja, ale i sprzedaż tego obuwia typu hand made wymaga innych niż tradycyjne form działania. Otóż właścicielki wzięły udział w imprezie, na której można zaprezentować buty. Był to festiwal Mustache Warsaw Yard Sale w klubie 1500 m². Wówczas zostały pokazane pierwsze buty, które powstały w kwietniu 2011 roku (Śmigiel 2011). Buty bardzo się spodobały osobom tam obecnym. Wiele z wystawionych par znalazło swoich nabywców, a właścicielki firmy zdobyły wiele zamówień na kolejne pary obuwia. Firma ma swoją stronę internetową loft37.pl prezentującą jej ofertę oraz dającą możliwość zaprojektowania własnej pary butów. Jak wspominają same założycielki, z powodu olbrzymiego zainteresowania w pewnym momencie zawiesiła się nawet ich strona internetowa. Co ciekawe, znajdują się na niej bezpośrednie kontakty telefoniczne i email do obu właścicielek firmy. Poza tym założycielki pojawiły się w porannym programie telewizyjnym (*Pytanie na śniadanie...*). Otworzyły też własne konto na Facebooku. Jednocześnie oryginalne buty można kupić w dwóch butikach – Secret Life w Warszawie i Butik Spot/Frontrow w Poznaniu.

Podsumowanie

Sukces firmy to po pierwsze znalezienie niszy w tak dobrze rozwiniętej branży, jaką jest produkcja obuwia. Właścicielki dostrzegły istotną potrzebę bycia oryginalnym i rozpoznawalnym. Buty jako bardzo ważna część stroju świetnie wpasowują się w te trendy. Jednak możliwość spersonalizowania produktu to nie wszystko. Współczesny obuwnik musi dostrzegać nowoczesne kanały informowania o swoich produktach.

Prezentowany przykład pokazuje, że nie tylko fach w rękach, ale przede wszystkim kreatywność i umiejętnie wyczucie zachodzących na rynku trendów, mogą przyczynić się do rozwoju ciekawego zawodu bazującego na tradycyjnej produkcji obuwia. Projektowanie obuwia, oferta „na miarę” i podejmowanie

wszelkich działań by być jak najbliżej klienta sprawiło, że przyszłość produkcji obuwia wydaje się być wręcz świetlana.

15.2. Polpora

Ogólne informacje o firmie

Firma powstała w roku 2006 i oferuje wysokiej klasy limitowane zegarki mechaniczne. Jej założyciel Krzysztof Janczak po roku szkicowania projektów nowych zegarków podjął współpracę z zegarmistrzem Milanem Koneckim. Razem zarejestrowali firmę Polpora Manufaktura. Nazwa nawiązuje do zagranicznych marek zegarmistrzowskich, kraju pochodzenia – POL i upływającego czasu – PORA.

Jest to pierwsza firma produkująca zegarki w Polsce, która pojawiła się na rynku od połowy ubiegłego stulecia. Czasomierze tworzone są w oparciu o lokalne umiejętności, wieloletnie doświadczenie i pasję założycieli. Tej pierwszej polskiej marce zegarków przyświeca filozofia brzmiąca „Polska wizja & szwajcarska precyzja”. Dlatego podstawą każdego zaprojektowanego i wykonanego w kraju modelu jest precyzyjny, szwajcarski mechanizm. Firma oferuje zarówno pojedyncze egzemplarze, jak i kolekcje limitowane, ze ściśle ograniczoną liczbą sztuk (<http://www.e-zegarki.com/index.html>).

Firma współpracuje ze sklepami sprzedającymi jej zegarki w Warszawie, Katowicach, Krakowie i Poznaniu. Właściciele mają świadomość, że nie jest ona w stanie konkurować z dużymi markami. Jednak na rynku rodzimym jest to możliwe, gdyż zegarki firmy kierowane są do Polaków mieszkających w kraju, jak i na całym świecie. Zegarki wysyłane były do tej pory między innymi do Francji, Niemiec, Anglii, ale także do Korei Południowej czy Kanady (*Już nie psuję zegarków, ja je produkuję...* 2011).

Krzysztof Janczak jest z wykształcenia ekonomistą. Chociaż wiele lat pracował w finansach, to jednak w końcu wybrał zegarki. Postanowił stworzyć coś, czego w Polsce nie było, czyli pierwszy polski zegarek mechaniczny. Co więcej, Krzysztof Janczak studiował za granicą. Jego kierunkiem studiów była ekonomia z wiedzą informatyczną. Ale chyba najważniejszą kompetencją, jaką wyniósł z okresu studiów, jest doskonała znajomość języka niemieckiego. To dzięki temu nie było problemów w nawiązaniu kontaktów ze szwajcarskimi dostawcami części do zegarków (*Firmy z dołka...* 2010).

Właściciel sam rysuje, robi szkice, poprawia, konsultuje ze swoim zegarmistrzem, znajomymi, rodziną projekty zegarków. Potem sprowadza części. Wszystkie muszą idealnie pasować. Technicznymi sprawami w firmie zajmuje się doświadczony zegarmistrz. Za to odpowiedzialny jest zegarmistrz Milan Ko-

necki. Gdy Janczak zaproponował mu współpracę: „Zdziwił się. Nigdy nie wyobrażał sobie, że coś takiego w Polsce może się wydarzyć i w dodatku, że on będzie w tym uczestniczył. Zgodził się bez wahania”. Pojawienie się czasomierzy z Zielonej Góry było zaskoczeniem dla markowych salonów. Zegarki szybko znalazły nabywców, czego nie spodziewali się sami wytwórcy.

Zegarki z Polski – to dopiero niszowy produkt

Ludzie powoli zauważają, że zegarek to nie tylko przyrząd do mierzenia czasu. To również przedmiot posiadający duszę, niosący za sobą wartość sentymentalną, świadczący o jego właścicielu. Dostrzegają, że zegarki ekskluzywne mają w sobie to coś, czego nie mają inne tanie zegarki. Pomimo kryzysu sprzedaż produktów firmy z roku na rok rośnie (*Już nie psuję zegarków, ja je produkuje...*).

Co prawda trudno wymagać, by szwajcarscy producenci wykonywali specjalne warianty modeli dla naszego małego przecież rynku. Na szczęście dla naszych rodaków poszukujących zegarków z polskojęzycznym kalendarzem, na zaprojektowanie i wykonanie takich modeli mogła sobie pozwolić produkująca małe serie zegarków firma Polpora (*Polpora. Zegarek dnia trzynastego... w piątek...* 2011). Manufaktura to nie fabryka, gdzie robi się „masówkę” po najniższych kosztach.

W pełni polski jest pomysł, myśl i wykonanie. Zegarek powstaje w Polsce od podstaw. Jest tu wymyślany, projektowany i składany, również kapitał jest polski. W jednej kwestii jednak właściciele nie mogą sami sobie poradzić – produkcji podzespołów. W opinii Krzysztofa Janczaka, zegarmistrzostwo jako takie w Polsce zamarło. Brak jest cechów zegarmistrzowskich i co prawda obecnie powoli wraca się do idei szkolenia specjalistów, jednak czas kształcenia jest długi. Uczeń przychodzi do mistrza i po latach praktyki poznaje sekrety zawodu. Tradycje w tym zakresie nie są kultywowane, a co za tym idzie, chcąc produkować zegarki najwyższej klasy, firma Polpora musi opierać się na technice i wiedzy zegarmistrzów z innych krajów. Podzespoły pochodzą od producentów szwajcarskich, niemieckich czy rosyjskich. Te ośrodki zegarmistrzostwa zdominowały i zagospodarowały rynek zegarków (*Już nie psuję zegarków, ja je produkuje...*).

Zegarki produkowane są w niewielkich seriach. Najczęściej są one limitowane i wynoszą po 20-30 sztuk. To sprawia, że są tak wyjątkowe. Właściciele Polpory, zamawiając tak niewielkie ilości podzespołów u producentów, najczęściej nie dostają rabatów, a co więcej często muszą dopłacić nawet 25-30%, aby kupić taką małą ilość mechanizmów. Ważne jest jednak, że części są wyprodukowane specjalnie na zamówienie firmy.

Zegarki z pierwszej kolekcji Zielonogórskiej Manufaktury Zegarkowej Polpora zostały sprzedane w ciągu niespełna miesiąca. Co prawda, nie było ich też za wiele. Pierwszą serię stanowiły trzy modele po 10 sztuk. Nosiły one nazwy

Gnesna, Cracovia i Varsovia i pojawiły się w salonach w Warszawie, Poznaniu i Krakowie 1 grudnia 2007 roku. Dzień ten nie był przypadkowy, gdyż właśnie pierwszego dnia grudnia jest obchodzone święto św. Eligiusza, patrona złotników i zegarmistrzów. Każdy kosztował 2,1 tys. zł. Były to zegarki mechaniczne z naciągami automatycznym, czyli wahnikiem, który porusza się, gdy chodzimy i w ten sposób nakręca sprężynę w mechanizmie szwajcarskiej firmy ETA. Każdy zegarek u dołu, zamiast stalowego wieczka, ma szybkę, przez którą widać koła zębate, wahnik i inne elementy. Wszystkie mają kolejny numer i certyfikat jakości wypisany ręcznie przez właściciela manufaktury. Wyglądem nawiązują do klasyki z lat 50. XX w. (*Portal Zegarkowo...*). Stały się one od razu sensacją wśród znawców i amatorów porządnych zegarków. Odbiór był tak dobry, że podjęto się przygotowania kolejnych kolekcji.

Podsumowanie

W obecnych czasach, gdy można mówić o zmierzchu zawodu zegarmistrza, a części do zegarków pochodzą z innych części świata, gdyż nie ma możliwości ich zakupu w Polsce, wydawałoby się, że otworzenie własnej produkcji zegarków nie jest możliwe. Okazało się jednak, że zdolność negocjacji, znajomość języków obcych i pasja mogą być przepustką do podjęcia działalności w branży zegarmistrzowskiej.

Jak wspomina założyciel firmy Krzysztof Janczak – wszystko zaczęło się od zepsucia zegarka dziadka, gdy był jeszcze małym dzieckiem. Przekonanie o sukcesie produktu niszowego, jakim jest zegarek marki polskiej, przyniosło efekty. Być może dlatego, że jako ekonomista nie pracował w branży zegarmistrzowskiej umiał dojrzeć niszę, która dla zegarmistrzów nie była widoczna. Milan Konecki, z zawodu zegarmistrz, nie zauważył wcześniej takiej szansy, ale zawierzył młodemu człowiekowi i udało się. Połączenie kreatywności, wiedzy ekonomicznej i doświadczenia pozwoliło na stworzenie niewielkiej firmy, której produkty są ewenementem na skalę całego kraju. Wygląda na to, że wcale nie trzeba mieć wykształcenia zawodowego by stworzyć produkt, który jest dobrem, za które ludzie chcą zapłacić i to całkiem niemałe pieniądze.

15.3. Sławomir Piwowarczyk DESIGN

Ogólne informacje o firmie

Firma Sławomir Piwowarczyk DESIGN z siedzibą w Krakowie rozpoczęła swoją działalność w 1999 roku. Przedsiębiorstwo zajmuje się produkcją obuwia dla dzieci.

Obecnie produkty firmy można nabyć w Polsce oraz w kilkunastu krajach świata. Wśród nich wyróżnić można m.in. Austrię, Kanadę, Chorwację, Danię,

Francję, Niemcy, Wielką Brytanię, Holandię, Węgry, Rosję, Litwę, Singapur, Słowenię, Szwecję i Stany Zjednoczone. Dzięki kontaktom, jakie nawiązała z kilkudziesięcioma dystrybutorami bucików oraz współpracy z partnerami w Stanach Zjednoczonych udało się m.in. wykorzystać w działaniach promocyjnych butów firmy gwiazdy filmu – Gwyneth Paltrow oraz Brada Pitta i Angelinę Jolie.

Wygodne buty dla malucha

Produktem firmy są buty Guccio. Ponieważ stopa dziecka jest bardzo ruchliwa – dlatego też but powinien być giętki. Nie wolno przeszkadzać w prawidłowym rozwoju fizycznym stopy dziecka, czym grozi noszenie złego obuwia. Złe obuwie włożone na nieukształtowaną stopę dziecka zdeformuje ją. Buty Guccio są idealne właśnie dlatego, że mają dobrze usztywniony zapiętek na całej wysokości. Poza tym but jest wykonany z gładkiej i cienkiej skóry. Barwniki używane do farbowania skór są nietoksyczne i naniesione tylko na zewnątrz obuwia, nie mając bezpośrednio styczności ze stopą. Podeszwa buta wykonana jest z elastycznego, antypoślizgowego, łatwo zginającego się tworzywa. Wnętrze zupełnie gładkie, bez wyczuwalnych szwów i zgrubień, ze skórkową wyściółką oraz poduszeczką pod piętą dodatkowo podwyższającą komfort noszenia (Prześlakowski 2009, s. 317).

Podstawową cechą butów Guccio wyróżniającą je od innych jest opatentowany, samousztywniający się tylnik buta. Dopasowuje się on do indywidualnej szerokości pięty każdego dziecka. Podczas chodzenia zapiętek współpracuje razem ze stópką małego dziecka, pionując kość piętową do stawu skokowego. Jest to pierwsze tego typu rozwiązanie na świecie (*strona firmy Sławomir Piwowarczyk...*). Zastosowanie takiego samousztywniającego się zapiętka chroni stopę dziecka, a jednocześnie pozwala na jej prawidłowy rozwój. Zapiętek jest elastyczny, dopiero po założeniu na nóżkę owija się wokół piętki i usztywnia się. Można to porównać do kartki papieru, która po zwinięciu w rurkę i postawieniu na przekroju poprzecznym może już utrzymać jakiś ciężar (Gontarz 2011, s. 5).

Wynalazek rozwiązuje problem konstrukcji tylnej części buta o zwiększonym komforcie użytkowania, prawidłowych właściwościach ortopedycznych i dużej trwałości, nawet przy szybkim wzroście dziecka i zmiennych wymiarach stopy. Istotą rozwiązania buta z zapiętkiem jest to, że nakładka zapiętka ma co najmniej jedno wąskie pionowe wycięcie usytuowane w środkowej części wysokości cholewki. Pionowe wycięcie elastycznie się rozszerza, pozwalając na zwiększenie wymiaru podłużnego buta. Obuwie samoistnie dostosowuje się do różnych szerokości pięty. Inną zaletą jest to, że krawędzie szwu cholewki, wsuwając się w pionowe wycięcie w nakładce, nie uciskają pięty i ścięgna Achillesa, lecz zapewniają lepsze dopasowanie do indywidualnej anatomicznej budowy stopy w okolicy pięty. Jest to ważne, gdyż ucisk na tę część stopy jest szczególnie bolesny.

Ważnym rozwiązaniem stosowanym w butach jest specjalne łączenie szwów w zapiętku oraz użycie bawełnianych nici. To sprawia, że gdy noga dziecka staje się za duża do noszonego bucika, szwy Gucia pękają z tyłu, sygnalizując konieczność zmiany na kolejny, większy numer. Takie pęknięcie nie uniemożliwia dalszego noszenia obuwia, jest tylko sygnalizatorem. Niestety, producent zrezygnował z użycia nici bawełnianych na polskim rynku. Na rynek ten buciki Gucio są szyte miękkimi, ale niepękającymi nićmi. Rezygnacja ze standardowo używanych słabszych nici bawełnianych w szwie zapiętku wynikała z częstych reklamacji biorących się z niezrozumienia takiej formy sygnalizatora. Co więcej, można domyślać się, że niestety w polskich rodzinach buty w wielu przypadkach są dziedziczone. Nie jest to dobra praktyka, ponieważ każde dziecko chodzi inaczej, drugi i kolejny właściciel będą mieć buty o znacznie gorszych właściwościach korygujących postawę, a wręcz mogą zaszkodzić.

Godne uwagi jest, że istnieje możliwość wprowadzenia indywidualnych zmian w bucikach według potrzeb klienta i sugestii lekarza ortopedy. Mogą one polegać na zwężeniu cholewki i spodu, dodaniu dodatkowej podpodeszwy lub jej eliminacji dla rozmiarów powyżej 23 (*strona firmy Sławomir Piwowarczyk...*).

Buty Gucio są wykonywane w zasadzie jedynie w sposób ręczny. Ze względu na mały rozmiar przyszłego bucika, do łączenia delikatnych skórzanych elementów bezpieczniejsze jest stosowanie ręcznych maszyn do szycia. Są to maszyny będące unikatowymi urządzeniami sprzed drugiej wojny światowej, takie jak maszyny ramieniowe PFAFF czy SINGER.

Buty uzyskały znak „Zdrowa Stopa”. Jest to certyfikat przyznawany dobremu obuwiu, zabezpieczającemu prawidłowy rozwój oraz funkcjonowanie stopy dziecka. Prawo stosowania znaku „Zdrowa Stopa” przyznaje Komisja Specjalistów ds. Obuwia Dziecięcego działająca przy Centralnym Laboratorium Przemysłu Obuwniczego w Krakowie, potwierdzając swoją decyzję świadectwem. Oceny obuwia dokonują ortopeda, antropolog, konstruktor obuwia, technolog i materiałoznawca (*strona firmy Tenax PH...*).

Zakład rzemieślniczy – tędy droga do sukcesu

Jeszcze jako student właściciel firmy dorabiał w warsztacie swojego wuja, pracując jako ćwiekacz obuwia tekstylnego dla dzieci. Tę dodatkową pracę oraz studia na Akademii Sztuk Pięknych na Wydziale Wzornictwa Przemysłowego udało się połączyć. W ramach przygotowywania pracy dyplomowej Piwowarczyk opracował wstępny projekt butów. Zgłosił się z nim do Centralnego Laboratorium Przemysłu Obuwniczego w Krakowie, prosząc o obiektywną opinię. Jak się później okazało, oprócz niej otrzymał również propozycję zatrudnienia. W trakcie pracy w Centralnym Laboratorium Przemysłu Obuwniczego na początku 1997 roku wyjechał na kurs projektowania obuwia w Mediolanie w szkole ARS Sutoria. W ramach programu Tempus instytucja mogła wysłać

jedną osobę na szkolenie do Mediolanu, do guru włoskiego obuwnictwa Adriano Lunatego. Tam Piwowarczyk zdobył wiedzę o projektowaniu obuwia, zdał egzamin i uzyskał dyplom stylisty-modelisty obuwia. Ponieważ staż był bardzo drogi, Centralne Laboratorium Przemysłu Obuwniczego zobowiązało go do przeprowadzenia co najmniej pięciu lat w tej instytucji badawczej.

Dopiero po kilku latach, mając świadomość, że praca na stanowisku projektanta nie jest zbyt dochodowa, podjął decyzję o własnej działalności gospodarczej. Początkowo wykonał buty dla trójki własnych dzieci, później dla dzieci znajomych (*Wychodzony sukces...* 2011). Pierwsze, jeszcze studenckie projekty obuwia dziecięcego, kilka lat później stały się prototypem bucików Guccio. Ostateczną decyzję o samodzielnym uruchomieniu produkcji Sławomir Piwowarczyk podjął po zakończonych fiaskiem rozmowach z kilkoma producentami obuwia, którzy wdrożenie do produkcji obuwniczej nowości uznali za zbyt ryzykowne. W taki oto sposób zawodowy projektant wzornictwa przemysłowego stał się projektantem i producentem obuwia dziecięcego. Jego produkty zrobiły zaś prawdziwą światową karierę (Prześlakowski 2009, s. 316).

Mały zakład rzemieślniczy konkurencją dla wielkich korporacji? A jednak dobrze mieć patent.

Jednak nie tylko wiedza na temat projektowania butów przydała się w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej. Na Akademii Sztuk Pięknych uczono o stosowaniu prawa własności przemysłowej. Sam projekt obuwia dziecięcego już od 1998 roku był objęty patentem. Taki zabieg przydał się w przyszłości. Poza tym, ku zaskoczeniu producenta butów Guccio, włoski potentat GUCCI wszczął postępowanie w sprawie naśladownictwa znaku towarowego. Zaskakujące dla właściciela było przede wszystkim, że taką niszową chałupniczą produkcję uznano za zagrażającą światowej marce. Jednak 30 sierpnia 2010 roku Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w swoim orzeczeniu oddalił skargę firmy GUCCI na decyzję Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej w sprawie udzielenia Sławomirowi Piwowarczykowi prawa ochronnego na znak towarowy GUCIO. Włosi wskazywali na podobieństwo znaku towarowego GUCCI, przeznaczonego m.in. do oznaczania obuwia dziecięcego i chronionego w Polsce od maja 2004 roku. Sprawa trwała od 2009 roku.

Cała sytuacja pokazała właścicielowi, że przed laty podjął dobrą decyzję, składając zgłoszenie patentowe i wnosząc o ochronę znaku towarowego. Sam Piwowarczyk uważa, że gdyby nie zastosowanie tej książkowej wiedzy, którą wykładano na studiach, pewnie trudniej byłoby mu się wybronić. Ponieważ już wcześniej chronił własność przemysłową, pozostał na rynku i może śmiało rozwijać się dalej. Jednocześnie jednak stwierdza: „Dziwię się, że niektórzy przedsiębiorcy z niechęcią podchodzą do zagadnień związanych z własnością intelektualną. Jej ochrona to parasol dla firmy i może mieć strategiczne znaczenie nawet w działalności prowadzonej na małą skalę. Co prawda patent na konstruk-

cję zapiętką uzyskałem po trzech latach od zgłoszenia, natomiast kilka tygodni temu, po dziewięciu latach oczekiwania, dostałem informację o przyznaniu patentu na inne rozwiązanie – osiowe zginanie spodu, które mamy zamiar zastosować właśnie w Guciach” (Gontarz 2011, s. 5).

Sposób promocji

Ponad 60% produkcji butów Guccio jest sprzedawane za granicę. Nie prowadząc żadnej kampanii reklamowej firma pojawiła się na amerykańskim rynku. Marketing szeptany sprawił, że Guccio noszą dzieci hollywoodzkich gwiazd, takich jak Gwyneth Paltrow.

Kontrahenci oczekują kolejnych innowacji. Firma nie o wszystkich innowacjach informuje swoich klientów. Powodem jest fakt, że często są to pozorne drobniaczki, których nie widać, a tylko mali użytkownicy wyczuwają je. Na przykład zmieniono tworzywo, z którego wykonywana jest podeszwa. Wcześniej był to styrogum, obecnie zaś mikroguma zawierająca w swoim składzie czysty naturalny kauczuk. Spód wygląda tak samo, a jest trwalszy i mniej poślizgowy.

Ze względu na popularność buty zostały nawet podrobione przez jedną z polskich firm. Jednak szybko to wykryto, a po jednym upomnieniu pisemnym właściciel od razu wycofał całą partię produktów ze sprzedaży. Sukces rynkowy spowodował, że podjęto decyzję o utworzeniu sieci sklepów firmowych Sławomir Piwowarczyk DESIGN. Proces ten rozpoczęty został uruchomieniem w 2009 roku pierwszego sklepu firmowego w Poznaniu.

Podsumowanie

Szewe, obuwnik to przykładowe zawody, w których wykształcenie pozwala na zajmowanie się produkcją obuwia. Jak się jednak okazuje na przykładzie butów Guccio, to raczej wiedza na temat projektowania i pasja działania okazały się kluczowym elementem sukcesu marki. Nieodłącznym elementem była też wiedza pozyskana na studiach dotycząca ochrony własności intelektualnej. Przykład ten prowadzi do wniosku, że obecny szewc, aby sprostać nowym oczekiwaniom rynkowym, nie tylko musi umieć wykonać but, ale i być projektantem czy prawnikiem, i oczywiście menedżerem. O sukcesie firmy Sławomir Piwowarczyk DESIGN przesądziło również kompleksowe podejście do prowadzonej działalności gospodarczej. Założyciel nie tylko dokładnie zaplanował swoje działania, ale również starannie zaprojektował wszystkie elementy procesu produkcyjnego, uwzględniającego nie tylko nowatorskie rozwiązanie zapiętki, ale także wzornictwo butów czy też dobór materiałów i metod produkcji (*strona firmy Sławomir Piwowarczyk DESIGN...*).

Powyższy przykład pokazał, że nie tylko nauka na uczelni i zdobycie wiedzy na temat samego rzemiosła są bardzo ważne, ważny, a może i ważniejszy jest fakt, że wykłady na uczelni mogą przygotować do funkcjonowania w gospo-

darce, szczególnie jednak jeśli posiadamy umiejętność jej właściwego wykorzystania.

15.4. Manufaktura Czekolady

Ogólne informacje o firmie

Manufaktura Czekolady to firma założona w 2009 roku przez dwóch inżynierów Tomasza Sienkiewicza i Krzysztofa Stypułkowskiego. Zajmują się oni produkcją ekologicznej czekolady. Miesięczna produkcja sięga średnio około 5 tys. tabliczek, które trafiają do około 50 sklepów ekologicznych i sklepów z towarami luksusowymi w całym kraju. Ważnym dotychczasowym sukcesem firmy jest złoty medal za najlepszy produkt ekologiczny roku na Międzynarodowych Targach w Łodzi Natura Food 2010, za czekoladę posypaną prażonym ziarnem kakaowca z Ghany. Natomiast za czekoladę z dodatkiem chilli właściciele otrzymali pierwsze miejsce w konkursie Natura Super Produkt portalu Giełdy Spożywczej.

Informatyk też cukiernik?

Założyciele Manufaktury Czekolady nie są cukiernikami z zawodu. Pierwszy z nich Tomasz Sienkiewicz to absolwent informatyki na Uniwersytecie Warszawskim. Dostał się na ten kierunek studiów bez egzaminów, po olimpiadzie matematycznej. Jako osoba z natury aktywna, już na czwartym roku studiów zaczął pracę dla wielkich firm telekomunikacyjnych. Do momentu otwarcia własnej działalności pracował dla korporacji w sumie około pięciu lat. Nie dawało mu to jednak satysfakcji: „Czułem się trybikiem właściwie od początku. Mój dział zatrudniał 200 osób, pion – 1000, firma – ok. 10 tys. Nadzorowałem pracę mniejszych trybików” (Naszkowska 2011).

Drugi z założycieli to Krzysztof Stypułkowski. Studiował informatykę na Politechnice Wrocławskiej. Jego zainteresowania dotyczyły zarządzania projektami. Jeszcze przed końcem studiów dostał pracę w korporacji zatrudniającej ok. 2 tys. ludzi w całej Polsce. Firma ta miała specjalny program rozwoju menedżerów. Najpierw pracowało się po kolei w trzech różnych działach, co dawało pracownikowi możliwość lepszego poznania firmy, tego jak poszczególne działy wpływają na całość jej funkcjonowania, później zaś była możliwość awansowania na menedżera. Niestety, gdy ukończył 2,5-letni program, nadchodzący kryzys spowodował, że awanse zostały wstrzymane. Pan Krzysztof Stypułkowski dostał propozycję innego stanowiska niż to, które było mu obiecane. Ta nowa sytuacja bardzo zniechęciła go do pracy w korporacji (Naszkowska 2011).

Pomysł otwarcia Manufaktury Czekolady pojawił się w maju 2009 roku na jednym ze spotkań kolegów z liceum. Wówczas Sienkiewicz był liderem tech-

nicznym zespołu w przedsiębiorstwie telekomunikacyjnym, a Stypułkowski pracował w działach IT i finansów jednego z potentatów na rynku żywnościowym (Zalewska 2011). Po kilku spotkaniach podjęli decyzję o założeniu własnej firmy produkującej czekoladę.

Ekologiczna, ręcznie robiona, wyśmienita

Od samego początku właściciele firmy zakładali, że będą produkować czekoladę prawdziwą, wysokoprocentową. Na półkach sklepowych najczęściej znajdują się czekolady robione nie z czystego ziarna kakaowego, tylko z półproduktów. Wiedział o tym Krzysztof Stypułkowski, który pozyskał taką wiedzę w korporacji, w której pracował. Miał też świadomość, że rośnie popyt na czekolady z tzw. górnej półki, czyli drogie, naturalne, wysokoprocentowe.

Produkcja ruszyła w listopadzie 2009 roku, pierwsze tabliczki sprzedali w grudniu. Trafiły one do warszawskich winiarni i kawiarni. Jak wspomina Krzysztof Stypułkowski: „Pamiętam dzień, kiedy sprzedałem pierwszą tabliczkę. Pojechałem do Warszawy na rondo ONZ z kilkoma w teczce. Tam jest dużo kawiarni, chodziłem od lokalu do lokalu. Częstowałem, pytałem, czy smakuje i czy byliby skłonni tę czekoladę dystrybuować. Jedni odsyłali do innych, ktoś miał inny pomysł na sprzedaż. Cena wydawała im się zabójcza. Aż wreszcie trafiłem do sklepu z winami. Powiedzieli: Możemy spróbować. I tak się zaczęło” (Naszkowska 2011). W styczniu 2010 zrobili 200 tabliczek czekolady, w grudniu 2010 roku już 10 tysięcy.

Pomieszczenia do produkcji to część wynajętej piekarni z cukiernią, która znajduje się w Cegłowie pod Mińskiem. Założyciele firmy, żeby dowiedzieć się więcej o produkcji czekolady, przede wszystkim zaczęli szukać w internecie ludzi, którzy mogliby podzielić się z nimi doświadczeniami. O samym procesie produkcji czekolady dowiedzieli się z publikacji na ten temat. Pierwsza, eksperymentalna tabliczka powstała w domu jednego z nich. Było to we wrześniu 2009 roku. Maszyny i urządzenia potrzebne do produkcji nie były dostosowane do małej skali. Dlatego też w piekarniku uprażyli ziarno, które następnie pokruszyli w maszynie sprowadzonej przez internet z Indii. Urządzenie to co prawda służy do rozdrabniania ryżu, ale uznali, że wystarczy, bo profesjonalnych automatów do kruszenia ziaren kakaowca w wersji mini nie udało im się nigdzie wypatrzeć. Suszarką do włosów odwiali łupinki, w specjalnej maszynie zmiażdżyli kruszonkę na miazgę. W zbiorniku, w którym dwa granitowe wałki mieszają miazgę z cukrem, przygotowali masę czekoladową. Potem w kąpieli wodnej na domowej kuchence utemperowali ją (czyli zahartowali) i przelali do plastikowych foremek. Tak oto powstała pierwsza tabliczka (Zalewska 2011).

Trudność z nabyciem odpowiednich urządzeń do produkcji to nie wszystko. Innym problemem było pozyskanie ziaren kakaowca. Okazało się, że polskie fabryki stosują gotowe półprodukty, głównie w postaci proszku kakaowego albo

miazgi. Jednak Sienkiewicz i Stypułkowski mieli już za sobą lekturę wielu specjalistycznych książek i stron w sieci, a co za tym idzie mieli świadomość, że różnica między tabliczką z fabryki a ręcznym wyrobem jest taka, jak między świeżo wyciskany sokiem a napojem z kartonu (Zalewska 2011). Gdy w końcu dotarli do importera ziarna, okazało się, że jest możliwość zamówienia tylko większych partii surowca. Ostatecznie jednak inny kupujący zgodził się odstąpić 140 kilogramów kakaowego ziarna z Togo.

Właściciele nadal sami kupują sfermentowane i wysuszone ziarno. Umieją je selekcionować i dostrzegają różnice między kakaowcem z Ghany, który ponoć przywołuje smak palonego drewna, a pochodzącym z Dominikany, który jest długo fermentowany i ma posmak grejpfruta (Zalewska 2011).

Własnoręcznie prażą, miazdzą, rozcierają ziarna i mieszają je przez ok. 20 godzin w niewielkiej maszynie (Maciąg 2011). Ponieważ te procesy są szczególnie ważne dla uzyskania odpowiedniej czekolady, dlatego też zawsze przynajmniej jeden z nich czuwa nad nimi osobiście. Nie dodają żadnych ulepszczy, ani dodatkowego tłuszczu kakaowego, żeby podnieść procent zawartości kakao – w przeciwieństwie do dużych koncernów produkujących czekoladę. Przez miesiąc eksperymentowali, po kilku nieudanych próbach udało im się w końcu zrobić czekoladę, która smakowała tak, jak chcieli, stąd wiedzą, że tajemnica dobrej czekolady tkwi właśnie w odpowiednim prażeniu ziarna, długim ucieraniu i dodatku właściwej ilości cukru (Maciąg 2011).

Co więcej uważają, że najważniejsze jest prażenie ziaren jednego rodzaju, pochodzących z tego samego terenu. Okazuje się, że podobnie jak w przypadku produkcji wina klimat czy określone właściwości gleby mogą sprawić, iż ziarno tego samego gatunku osiąga zupełnie inny smak. Popularne na rynku tabliczki czekolady powstają z wielu różnych rodzajów ziarna, a co za tym idzie tracą aromat specyficzny dla jednego typu kakao. Poza tym najczęściej czekolada jest wyrabiana z półproduktów, czyli z proszku i tłuszczu kakaowego. O smaku takiej czekolady decydują więc w zasadzie głównie dodane aromaty. Dlatego też do produkcji wyrobów Manufaktury używane są ziarna tylko jednego gatunku, obecnie to najbardziej popularne forastero. Do swojej oferty zamierzają jednak wprowadzić również czekolady z trinitaro i criollo (Maciąg 2011).

Właściciele Manufaktury podkreślają, że co prawda narzekali na korporacje, w których pracowali, ale to właśnie dzięki doświadczeniu w nich zdobytemu o wiele łatwiej im o wprowadzenie różnych form marketingu oraz sprzedaży swoich produktów. Poza tym dzięki pracy w korporacji zobaczyli, jak działa duży biznes i jak realizuje się poważne projekty. Sami zajmują się więc marketingiem i dystrybucją produktów. Tabliczki czekolady są pakowane najpierw w złotka, potem w gruby papier z fakturą. Znajduje się na nim na wewnętrznej stronie zdjęcie właścicieli z krótką historią o rezygnacji z pracy w korporacji. Na zdjęciu pozują jak partnerzy światowych funduszy inwestycyjnych lub renomowanych

kancelarii. Data ważności jest ręcznie nanoszona na opakowanie. Ponieważ właściciele Manufaktury stawiają na jakość, dlatego czekolady sprzedawane są tylko przez 30 dni od daty produkcji, a czas przechowywania nie przekracza pół roku (*Manufaktura Czekolady...*). To wszystko sprawia, że na ten wyjątkowy towar jest duży popyt.

Firma posiada ekologiczne certyfikaty na swoje produkty. Jest to jedyna w Polsce wytwórnia czekolady BIO. Takie podejście wynika z faktu, iż im więcej właściciele dowiadawali się o produkcji i uprawach, tym bardziej przekonywali się, że czekolada powinna być nie tylko ręcznie robiona, ale ziarno musi pochodzić z ekologicznych upraw. Po lekturze literatury fachowej mieli świadomość, że wiele plantacji kakaowców, podobnie jak na przykład plantacji bawełny, to uprawy, przy których stosuje się duże ilości chemicznych środków ochrony roślin. Poza tym do ich produkcji często wykorzystuje się pracę dzieci. Dołożyli więc wszelkich starań, aby wszystkie składniki potrzebne do produkcji pochodziły z upraw ekologicznych i nie były modyfikowane genetycznie (Maciąg 2011).

Jako kierunek dalszego rozwoju swojej firmy Sienkiewicz i Stypułkowski widzą sprzedaż czekolady w blokach do restauracji, do wyrobu ciast i pitnej.

Podsumowanie

Sukces firmy w branży tak naprawdę nieznanej dla właścicieli wiąże się przede wszystkim z ich dociekliwością w poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie jak zrobić prawdziwą czekoladę. Dzięki literaturze czasopism fachowych i książek oraz informacjom z internetu podjęli próbę wyprodukowania czekolady. Nie tylko nie mieli wykształcenia w tym kierunku, ale i nie posiadali odpowiedniego doświadczenia. Sami jednak podkreślają wagę wiedzy zdobytej w poprzednich miejscach pracy, gdyż zrozumieli, że o wiele lepiej być panem samego siebie pracując we własnej firmie, jak również wynieśli wiedzę o tym jak promować i dystrybuować swój produkt. I tak oto z informatyków stali się „czekoladnikami”. Ich produkty są wyrabiane w tradycyjny sposób, w 100% z najlepszych składników pochodzących tylko z ekologicznych upraw, a ziarna najwyższej jakości sprowadzane są z najdalszych zakątków świata. Nikogo przy tym nie trzeba przekonywać, że wymyślanie nowego rodzaju czekolady, łączenie i odkrywanie nowych smaków jest bardzo przyjemne.

15.5. Q-Workshop – produkcja kostek do gier

Ogólne informacje o firmie

Firma Q-Workshop założona została w 2003 roku przez Patryka Strzelewicza. Obecnie Q-Workshop jest największym na świecie wytwórcą niezwykłych

kości do gier RPG i planszowych. Przedsiębiorstwo konkuruje przede wszystkim z producentami z USA i Chin. Sprzedaje 95% swoich produktów za granicę. Zajmuje w produkcji kości czwarte miejsce na świecie, tuż za amerykańskimi Chesssex, Koplow Games oraz Crystal Caste (Późniak 2006). Pozostały udział stanowi sprzedaż na polskim rynku. Od początku działalności w firmie wyprodukowano ponad 1 tys. wzorów i 110 tys. kompletów kości. Rocznie sprzedawane jest około 1 miliona kości. Rośnie także zainteresowanie kostkami wykonywanymi w 100% na zamówienie. W 2010 roku dochód przedsiębiorcy przekroczył kwotę 2 mln dolarów. Kraje, do których są sprzedawane produkty, to między innymi: USA, Wielka Brytania, Irlandia, Australia, RPA, Kanada, Francja, Hiszpania, Włochy i Skandynawia. Wśród klientów znajdują się także osoby z Ameryki Południowej.

Firma ma na swoim koncie kilka sukcesów. Q-Workshop między innymi był finalistą konkursu „Przedsiębiorca Roku 2007”. Do sukcesów zaliczyć można uczestnictwo w finale konkursu „Keep Walking” w 2008 roku. Założyciel Patryk Strzelewicz bierze udział w wielu spotkaniach, opowiadając o tym, w jaki sposób założył własną firmę. Jedno z nich pt. Dzień Przedsiębiorczości „Moja droga do sukcesu” miało miejsce na jego macierzystej uczelni, czyli w Wyższej Szkole Komunikacji i Zarządzania w Poznaniu (*Zarobić pieniądze na cudzej grze w kości...*).

Najpierw założył własną firmę, później zajęł się studiowaniem

Patryk Strzelewicz jest absolwentem Wyższej Szkoły Komunikacji i Zarządzania w Poznaniu. Studiował zarządzanie i inżynierię produkcji. Tradycje własnego biznesu w jego rodzinie są długie. Pradziadek był cukiernikiem, dziadek ślusarzem, a ojciec stolarzem. Jako uczeń szkoły średniej już zastanawiał się, w jakiej branży podjąć własną działalność gospodarczą (Krowicka 2009). To, o czym mówili wykładowcy, doskonale znał z praktyki. Jako właściciel firmy z zarządzaniem personelem, produkcją i usługami, ergonomią spotkał się prowadząc przedsiębiorstwo (Krowicka 2009).

Początki nie były łatwe. Startujący przedsiębiorca przekonał się, że od idei do finalnego produktu jest daleka droga. Pierwsze trudności pojawiły się w procesie produkcyjnym. O ile ręczne wydłubanie z kawałka drewna lub tworzywa wzoru niewielkiej ilości kości nie było trudne, o tyle stworzenie technologii pozwalającej na produkcję tysięcy sztuk było już dużym wyzwaniem.

To właśnie wówczas ojciec właściciela firmy Dariusz Strzelewicz opracował technologię, która pozwoliła uruchomić masową produkcję. Wymyślone wówczas rozwiązanie jest najpilniej strzeżoną tajemnicą firmy. Wiadomo jedynie, że kostki wykonane są z poliestru.

Pierwszy komplet, liczący siedem kości, został zaoferowany na Allegro. Mimo dość wysokiej ceny znalazł nabywcę, a kolejni zaczęli składać zamówie-

nia. Było ich tak dużo, że Patryk Strzelewicz nie radził sobie z przygotowywaniem paczek. Wówczas założyciel Q-Workshop postanowił stworzyć sklep internetowy, aby lepiej zorganizować sprzedaż i obsługę klienta. Pozytywny odbiór ze strony klientów zachęcił przedsiębiorcę do stworzenia nowej serii produktów (Marynowicz 2011).

Unikalny produkt – kości do gry – małe dzieła sztuki

Produkowane przez Patryka Strzelewicza w fabryce pod Poznaniem kostki do gier RPG¹³ mają różne kształty i kolory. Wyrzeźbione są w nich czaszki, numery, postacie. Są to nietypowe wielościany, gdyż do gier używa się kości nie tylko 6-ściennych, ale też 4-, 8-, 10-, 12- oraz 20-ściennych.

Jako gracz właściciel firmy Q-Workshop wiedział jak tworzyć makiety i modele swoich armii. Pewnego dnia, po skończeniu budowy nowego terenu, gdy przygotowywali się wraz z kolegami do gry, zdali sobie sprawę, że „zwykłe” kości nie pasują do ich makiet. Wówczas pojawił się pomysł stworzenia własnych kości. Pierwszą kostkę sam wyrył w gipsie. Następne powstawały w drewnie i w tworzywach sztucznych.

Kostki są unikatowe, przy czym jednocześnie cechuje je duża funkcjonalność. Są tak zaprojektowane by pasować do gier, do których są wykorzystywane, a ponadto zrobione z bardzo trwałego materiału, który nie ulega mechanicznym zniszczeniom. Kostki mają wzory rzeźbione na głębokość ok. 1 mm, dzięki czemu nie ulegają one starciu nawet przy częstym użytkowaniu. Duża gama kolorów sprawia, że każdy znajdzie coś dla siebie. Kości wytwarzane są w niewielkich seriach i bogato zdobione, w zależności od tego, do jakiej gry będą używane. Na przykład, kości do gier fantasy mają wytłoczone znaki runiczne, do science fiction – statki kosmiczne (Późniak 2006).

W swojej ofercie firma ma obecnie ponad 1200 różnych rodzajów kostek. Wśród nich znajdują się między innymi specjalne kości dedykowane do wielu systemów RPG oraz gier planszowych. Na przykład firma ma licencję na wzory i używanie nazwy gry Arkham (*Firmy z dolka...* 2010). Inne gry, do których przygotowuje kości, to między innymi Zew Cthulhu, Earthdawn, Steampunk. Oprócz pięknie wykonanych kostek Q-Workshop oferuje także liczne akcesoria do gier, takie jak woreczki i kubeczki na kostki.

Na początku rzeźbione ręcznie, teraz kostki są odlewane na różnych formach, na przykład grawitacyjnych i wtryskowych, a następnie malowane (Stoch 2011).

¹³ Role Playing Games – gry planszowe z rozbudowanymi scenariuszami i światami, w których gracz wciela się w jakąś postać, podróżuje, walczy, przeżywa coraz to nowe przygody.

Jeśli chodzi o ich sprzedaż, to na początku Patryk Strzelewicz swoją działalność handlową prowadził na Allegro. Następnie założył własny sklep internetowy w kolejnych językach. To na forum, przy udziale graczy z całej Polski, powstały kolejne modele kości. Współpraca z graczami pozwoliła Q-Workshop tworzyć nowe projekty cieszące się ogromnym zainteresowaniem nabywców. Obecnie taką rolę pełni konto firmy na Facebooku. „Ludziom nie chce się pisać długich komentarzy, wystarczy, że klikną „Lubię to”. Ale nadal jest tak, że jeśli klient zaproponuje nam jakiś ciekawy projekt, możemy wprowadzić go do oferty” (Stoch 2011).

Ponieważ sprzedaż rosła, a w jednoosobowej firmie przybywało obowiązków, Patryk Strzelewicz pracował dniami i nocami nad nowymi produktami, poszukiwaniem rynków zbytu oraz rekrutacją odpowiednich sprzedawców. Jak zauważa właściciel firmy, ze względu na „oryginalny rynek, produktu nie może sprzedawać zwykły handlowiec” (Marynowicz 2011).

Początkowo produkty Q-Workshop sprzedawane były wyłącznie w Polsce, ale krokiem milowym było wyjście z unikalnymi kostkami za granicę. By pozyskać klientów spoza Polski, Patryk Strzelewicz wyjeżdżał na targi do Niemiec, Francji i Anglii, USA. Produkty Q-Workshop z powodzeniem konkurują z zachodnimi markami (Późniak 2006).

W 2009 roku firma sprzedawała już kilkadziesiąt tysięcy kostek miesięcznie, a nad jej rozwojem czuwało 15 osób. Obecnie jest to około 20 osób. Stanowisko dyrektora technicznego zajmuje ojciec właściciela firmy, zaś siostra zajmuje się projektowaniem. Strzelewicz zatrudnia także kolegów z liceum, gdzie rozpoczął przygodę z biznesem.

Podsumowanie

Młody biznesmen, fan gier trafił w światową niszę rynkową. Obecnie jest jednym z głównych producentów w tej dziedzinie w skali globalnej. Produkuje małe dzieła sztuki. Wytwarzane z tworzywa sztucznego wzory wymagają pomysłowości i precyzji. Gips, drewno czy kamień zastąpiło tworzywo sztuczne, natomiast dużo specjalne urządzenia wtryskowe. Nadal jednak jest to produkcja wymagająca ludzkiej ręki, gdyż każda z kostek jest niepowtarzalna, a to wymaga przygotowania odpowiednich form do ich wytworzenia. Takie podejście sprawia, że firma jest w stanie odpowiedzieć na potrzeby każdego nowego klienta i jego specjalne wymagania.

Pracownicy firmy muszą nie tylko umieć projektować kostki, ale i być operatorami maszyn do produkcji wyrobów z tworzyw sztucznych oraz ślusarzami, którzy wytwarzają formy do wtryskarek. Produkcja kostek do gier to nowe wyzwanie dla osób w tych zawodach, gdzie liczy się precyzja i pomysłowość.

15.6. Fómen Design – malowanie aerografem

Ogólne informacje o firmie

Firma została założona w 2000 roku przez Pawła Fórmaniaka. Specjalizuje się w zdobieniu kasków, motocykli czy jachtów. Pierwszym sportowcem, który zamówił kask, był żużlowiec z Gorzowa Krzysztof Cegielski. Fórmaniak przygotowywał kaski również dla innych osób z tej dziedziny sportu, jak na przykład Pawła Hliba czy Andreasa Jonssona. Na liście jego klientów są też kierowcy rajdowi Leszek Kuzaj i Maciej Wisławski oraz polski żeglarz sportowy Mateusz Kusznierewicz. Gorzowianin świadczył także usługi Robertowi Kubicy. Zaprojektował i pomalował dla kierowcy F1 kaski i to on wprowadził nową czerwono-białą kolorystykę na jego kaski (*Projektuje i maluje kaski dla Roberta Kubicy...*).

Kask – dzieło sztuki

Najpierw należy kupić profesjonalny kask rajdowy, a następnie trzeba go jeszcze pomalować. Dla zawodnika kask to jego symbol. Zawodnicy mają swoje od lat używane barwy. Kibice nie widzą twarzy, widzą kask, dlatego dla rajdowców jest on tak ważny. Kask często leży wyeksponowany na biurku mistrza, bo po prostu jest jego gadżetem. Na arenach sportowych oglądają go tysiące osób, a w telewizji miliony (Brykner 2006). Właściciel firmy Fómen Design jest kibicem sportów motorowych, ma też licencję rajdową, więc rozumie doskonale potrzeby sportowców związane z ich kaskami.

Cały proces technologiczny malowania kasku składa się przede wszystkim z etapu projektowania w komputerze. Kilka propozycji projektów jest wysyłanych do klienta, który może wybrać wraz z wykonawcą najbardziej odpowiadającą mu grafikę. Potem jego szkic malowany jest na kasku i następuje lakierowanie. Wykonanie na kasku nawet prostego wzoru wcale nie jest proste. Przede wszystkim kask z homologacją posiada instalację radiową, różne dodatki, wywietrzniki, owiewki i inne elementy, które trzeba rozebrać, by otrzymać „gołą skorupę” kasku. Poza tym konieczne jest uwzględnienie miejsca na reklamy, loga, a także trzeba odpowiednio dobrać kolory. Wykonanie jednego kasku trwa od dwóch do trzech tygodni. Czas realizacji zależy od skomplikowania grafiki (*Kaski Roberta Kubicy malowane są w Gorzowie Wielkopolskim...*). Jednocześnie zawsze trzeba pamiętać, że chociaż w efekcie końcowym liczy się niepowtarzalny wzór, to przede wszystkim najważniejsze jest, aby nie uciekło uwadze wykonawcy, że kask musi spełniać wszystkie przepisy sportów motorowych.

Każdy kask to swego rodzaju dzieło sztuki. Wzór musi być oryginalny, niepowtarzalny, a wykonanie perfekcyjne. Co więcej, lakier na kasku musi być odpowiednio trwały. Kierowcy rzucają kaski na ziemię, obtłukują w samocho-

dach, dlatego kaski Fómen Design mają nawet po pięć warstw lakieru. Dzięki temu są odporne na przetarcia i uderzenia.

Poza solidnością, kreatywnością i cierpliwością, do tej pracy potrzebne są również odpowiednie warunki do wykonania usługi. Podstawowy sprzęt to: komputer do projektowania, farby, lakiery, taśmy, wyposażenie małej lakierni (lampy, nagrzewnice). Ze względu na niewielką powierzchnię kasku konieczne jest uwzględnienie kosztów wynajmu kilkunastometrowego pomieszczenia z wydzieloną częścią bezpyłowej lakierni z wentylacją. Malowanie w dużych lakierniach samochodowych nie sprawdza się, gdyż powoduje osadzanie się na nich pyłu.

Ponieważ praca ta wymaga dużego skupienia i cierpliwości, dlatego też w firmie miesięcznie malowanych jest maksymalnie kilkanaście kasków. Koszt pojedynczego malowania waha się w granicach 800-1500 euro. Naniesienie logo lub napisu to koszt ok. 40-100 euro, a wymalowanie pojedynczego elementu kosztuje 110-150 euro (*Projektuje i maluje kaski dla Roberta...*).

Pasja rajdowa to przepustka do sprzedaży

Paweł Fórmaniak jest z wykształcenia technikiem mechanikiem. Jako dziecko pomagał w warsztacie samochodowym. Kaski motocyklowe i samochodowe to specyficzny, niszowy rynek. Sprzedaż jego usług została zapoczątkowana dzięki osobistym kontaktom. Gdy naprawiał silnik w samochodzie żużlowym Krzysztofa Cegielskiego, zobaczył jego kaski. Były one pomalowane w Anglii. Uznał, że jakość wykonanej grafiki jest niska i zaproponował, że sam projektuje i pomaluje jego kaski na nowo. I chociaż projekt oraz wykonanie zajęły kilka dni, warto było poświęcić ten czas, gdyż właściciel był bardzo zadowolony. Pracą Pawła Fórmaniaka zainteresowali się również żużlowcy z innych drużyn, co było szansą na uzyskanie kolejnych zleceń (Brykner 2006). I co prawda, jak zauważa sam właściciel firmy, na początku liczył, że „opinia o mojej dobrej marce rozniesie się pocztą pantoflową, ale środowisko kierowców jest specyficzne. Oni raczej nie chwalą się między sobą tym, gdzie kupują sprzęt, kto im pomaga, kto maluje kaski” (Brykner 2006). Pomysłem na rozpropagowanie usługi było rozdawanie wizytówek na wyścigach. Paweł Fórmaniak objeżdżał najważniejsze imprezy motorowe w Polsce. Stworzył stronę internetową Fómen Design i namawiał zawodników oraz ich menedżerów do jej odwiedzenia (Brykner 2006). W przypadku nawiązania kontaktu z Kubicą pomógł zaś SMS z informacją o stronie www firmy Fómen Design.

Zarobione pieniądze właściciel inwestuje w coraz lepszy sprzęt, pistolety, farby. Jednak, jak sam podkreśla, w tym zawodzie najważniejsze są ludzka praca i wyobraźnia (Brykner 2006).

Niezwykli klienci

Z czasem o młodzieńcu i jego usługach zrobiło się coraz głośniejsze. Pewnego dnia w firmie Pawła Fórmaniaka pojawił się przedstawiciel Mateusza Kusznierewicza z dosyć nietypowym zleceniem. Chodziło o pomalowanie nowej łódki byłego mistrza olimpijskiego. Z początku pojawiły się obawy. Mimo to podjęto się wykonania tego zlecenia w tydzień. Konieczne było jednak wynajęcie dużych pomieszczeń (*Projektuje i maluje kaski dla Roberta...*).

W gronie innych znanych klientów znalazł się również Robert Kubica. Paweł Fórmaniak zaprojektował i pomalował dla kierowcy F1 trzy kaski, a w jednym z nich nasz mistrz stanął nawet na podium. Właściciel firmy Fómen Design wprowadził nową czerwono-białą kolorystykę na kaski Roberta Kubicy. W dotychczasowej karierze kierowcy wyścigowego jeździł on zawsze w kaskach granatowo-pomarańczowych.

Znawcy tematu rozpisują się o kaskach Kubicy. Ponoć Kubica zmieniał kask na specjalne okazje. Na przykład, gdy awansował z roli kierowcy testowego, kiedy wracał na miejsce swojego pierwszego wielkiego triumfu, kiedy zmieniał zespół. Kask z Abu Zabi „wkomponował się w magiczny klimat arabskich wieczorów”. Inny sławny kask Kubicy to kask założony tylko raz, na Grand Prix Włoch w 2008 roku, kiedy w ten sposób „dziękował” słynnej Monzy, że w swoim pierwszym tam wyścigu w roli kierowcy F1 wywalczył pierwsze w karierze podium. Stał na nim obok wielkiego Michaela Schumachera (*Kask Kubicy – cudeńko...* 2009).

Podsumowanie

Zawód lakiernika ewoluuje. Nowe oczekiwania klientów sprowadzają się nie tylko do położenia warstwy lakierniczej, ale także do indywidualnego podejścia do kupującego. Malowidła na autach, motorach i innym sprzęcie mają wyróżniać jego posiadacza. Lakiernik staje się artystą, który za pomocą odpowiednich przyrządów, w tym aerografów, nadaje niepowtarzalną grafikę danemu produktowi, nawet gdy jest on produkowany zazwyczaj seryjnie.

Właściciel firmy Fómen Design zna specyfikę sportów motorowych, wie jak ważnym urządzeniem, ale i gadżetem jest kask kierowcy. Kreatywność, cierpliwość i upór, a przede wszystkim pasja sprawiły, że jego firma jest jedną z nielicznych tego typu w kraju, a swoje usługi świadczył wielu známym sportowcom i to nie tylko tym w skali kraju, ale i całego świata.

ROZDZIAŁ 16. DOBRE PRAKTYKI – PRZYKŁADY Z WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

16.1. Marka „CrystalCiTY”¹⁴

Firma KSK prowadzona przez Annę Sawoń powstała w listopadzie 2006 roku i aktualnie zajmuje się głównie produkcją gadżetów reklamowych, pamiątek oraz upominków w unikalnej technologii grawerowania 3D.

Firma zlokalizowana jest w Białymstoku przy ul. Kraszewskiego. Pani Anna Sawoń założyła swoją firmę w 2006 roku, przy czym wtedy jej działalność nie miała nic wspólnego z tym, co robi teraz. Była związana z prowadzeniem nauki języka angielskiego. Mąż Kamil, absolwent kierunku zarządzania, pomagał jej pisać wnioski o dotacje unijne, a gdy wygrywała – organizowała szkolenia, przede wszystkim z języka angielskiego.

Pomysł na firmę związany jest z przywiezioną przez męża Pani Anny Sawoń pamiątką z Sankt Petersburga. Był to trójwymiarowy widoczek zamknięty w kryształ. Wtedy to wspólnie z mężem wpadli na pomysł produkcji takich wyrobów w Białymstoku.

Realizację pomysłu zaczęli od sprawdzenia, czy nikt na Podlasiu nie zajmuje się takim grawerunkiem. Okazało się, że znaleźli niszę rynkową na podlaskim, a nawet polskim rynku. Samodzielnie zdobywali wiedzę, jakimi metodami robi się te grawerunki, gdzie i za ile można kupić specjalną maszynę, itp. Poświęcili dużo czasu na ostateczny wybór producenta i metody, którą dotychczas wykorzystują przy produkcji swoich wyrobów.

Działalność sfinansowali częściowo z własnych środków, jak też otrzymali dotację z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej. Bardzo przydatny okazał się także kredyt pomocowy, przyznany przez Podlaską Fundację Rozwoju Regionalnego, udzielony w okresie przejściowym, zanim otrzymali środki unijne.

Obecnie rozwój przedsiębiorstwa wspierany jest z systematycznie pozyskiwanych środków pomocowych Unii Europejskiej. W latach 2009-2011 firma zrealizowała trzy projekty nastawione na rozwój KSK w obszarze usług grawerowania laserem 3D:

¹⁴ Opracowanie na podstawie wywiadu z Państwem Anną i Kamilem Sawoń oraz strony firmy *CrystalCiTY – KSK Anna Sawoń*.

- WND-RPPD.01.02.02-20-042/10 – „Wzmocnienie pozycji konkurencyjnej oraz promocja przedsiębiorstwa KSK Anna Sawoń poprzez udział w Targach Reklamy RemaDays 2011 w Warszawie w dniach 2-4.02.2011”;
- WND-RPPD.01.04.01-20-088/09 – „Utworzenie internetowej platformy transakcyjnej”;
- WND-RPPD.01.04.01-20-112/08 – „Dywersyfikacja działalności przedsiębiorstwa poprzez wdrożenie technologii laserowej obróbki przezroczystych materiałów”.

Marka CrystalCiTY związana jest z produkcją pamiątek, upominków oraz gadżetów reklamowych w unikalnej technologii grawerowania 3D, polegającej na skupieniu wiązki lasera wewnątrz obrabianej bryłki szklanej, co prowadzi do powstania w niej mikropęknięć. Setki tysięcy mikropęknięć, precyzyjnie rozmieszczonych w obrębie grawerowanego kryształu pozwala na uzyskanie zdumiewającego efektu w postaci „zatopionego” w bryle zdjęcia lub trójwymiarowego przedmiotu.

W grawerowaniu 3D kryształów firma stosuje trzy techniki:

- grawerowanie zdjęcia (obrazu) 2D, do uwieczniania w kryształach zdjęć, rysunków, tekstu. W takim przypadku wszystkie punkty grawerowane są na jednej płaszczyźnie. Tak wykonany grawerunek pozwala na odwzorowanie odcieni szarości;
- grawerowanie modelu 3D, które wymaga użycia trójwymiarowego modelu przygotowanego w takich programach, jak: 3Ds Max, Blender, Maya, itp. Grawerunek wykonywany jest we wszystkich trzech płaszczyznach. W rezultacie uzyskiwany jest przestrzenny obiekt uwieczniony w kryształach;
- grawerowanie zdjęcia 2.5D – jest to technika łącząca zalety dwóch pozostałych. W oparciu o pojedyncze zdjęcie (lub grafikę) wykonywany jest przestrzenny portret 2.5D obejmujący widok w 180° danej osoby. W efekcie pierwotnie płaski obraz uzyskuje dodatkową głębię. Istnieje również możliwość tworzenia zdjęć 2.5D zwierząt.

Wygrawerowane wewnątrz kryształu modele czy zdjęcia są coraz powszechniejszymi prezentami, prezentującymi swój niesamowity urok za każdym razem, kiedy się je ogląda. Pasują do każdego wystroju domu i nadają się do wręczenia z niemal każdej okazji.

W firmie grawerowane są różne rzeczy: zdjęcia, pocztówki, życzenia urodzinowe czy imieninowe, kwiaty, elementy 3D, itd.

Przedsiębiorstwo odczuwa konkurencję rynkową ze strony firm grawerujących po powierzchni, które mają lasery przystosowane do grawerowania metalu. Jednak CrystalCiTY stawia na szczególnie wysoką jakość i precyzję w grawerowaniu.

Jej atutem jest także indywidualizacja wyrobów. Firma realizuje indywidualne zamówienia zgłaszane przez osoby fizyczne, jak i różne podmioty gospodarcze, instytucje. Może przygotować każdą kompozycję, dowolny napis, wykonuje nagrody np. w konkursach czy wyróżnienia w firmach.

Marka CrystalCiTY funkcjonuje nie tylko na podlaskim rynku, ale także ogólnopolskim. To drugie możliwe jest dzięki utworzonej stronie internetowej, na której prezentuje swoje możliwości – rodzaje i kształty kryształów, przykładowe grawerunki w 3D i 2D: portrety, pamiątkowe róże czy zabytki Białegostoku. Aktualnie firma rozpoczęła także współpracę ze sklepami, aby pamiątki można było kupić w Białymstoku.

Pomimo że Pani Anna ciągle jeszcze wykonuje pracę jako lektor językowy, a jej mąż prowadzi działalność konsultingową, to do produkcji wyrobów CrystalCiTY przywiązują dużą wagę. W chwili obecnej działalność produkcyjna ma charakter dominujący i generuje 80% przychodów.

Jak sami mówią: „...bo to jest dobra działalność, w znaczeniu, że daje dla nas wartość dodaną do życia. To jest produkt luksusowy w tym znaczeniu, że niepotrzebny do przeżycia. To nie jest chleb. To produkt luksusowy, bez którego można się obejść. Mamy w jednym serwisie opiniowym ponad 160 pozytywnych opinii. Generalnie ludzie są zachwyceni naszymi produktami. Budujemy sobie asortyment, markę, bo chcemy, żeby CrystalCiTY było marką docelową, rozpoznawaną w Polsce”.

16.2. Szewc miarowy – Jacek Okułowicz¹⁵

Pracownia Obuwia Jacek istnieje od 1930 roku. Została założona przez dziadka właściciela Władysława Okułowicza. Od 1940 do 1958 roku pracownia była zlokalizowana w budynku koło Czerwonego Krzyża przy ul. Warszawskiej. Potem przez 32 lata mieściła się przy Lipowej 29. Od początku lat 90. zakład ma siedzibę przy ulicy Grochowej.

Pracownia zajmuje się produkcją butów na indywidualne zamówienia klientów. Najczęściej robione są buty klasyczne, takie jak: obuwie jeździeckie, angielskie, tradycyjne oficerki, pantofle z sztytami podeszwami, a także buty ortopedyczne i do tańca towarzyskiego. Zamawiane buty są często nietypowe, np. bardzo małe (35) czy też bardzo duże rozmiary (54-55). Buty zamawiają klientki noszące rozmiar 47 czy 49, np. koszykarki, czy też teatry.

¹⁵ Opracowanie na podstawie wywiadu z Panem Jackiem Okułowiczem oraz artykułu: (Malinowska, Lewkowska 2011).

Pracownia łączy tradycje z nowoczesnością i wyraźnie funkcjonuje w niszy rynkowej. Dlatego też, w opinii właściciela, nie czuje presji konkurencji. Jak mówi Pan Jacek: „...takich firm jak ta nasza może są dwie czy trzy w całej Polsce i do 10 w całej Europie. Praktycznie jesteśmy bezkonkurencyjni”.

Właściciel jest mistrzem-instruktorem nauki zawodu i zatrudnia sześciu wysoko wykwalifikowanych pracowników, którzy są także mistrzami w swoim rzemiośle, co niewątpliwie ma wpływ na wysoką jakość wytwarzanych butów. Bowiem produkcja butów na miarę wymaga wiedzy, umiejętności i wieloletniej praktyki zawodowej.

Pracownia obuwia w zakresie nowinek technologicznych współpracuje, jako członek, z Instytutem Przemysłu Obuwniczego w Krakowie oraz z Politechniką Radomską, Wydziałem Materiałoznawstwa i Technologii Obuwia.

Zrobienie buta na miarę jest procesem dość skomplikowanym. Każdy klient ma mierzoną i odrysowywaną stopę. Potem pasowane jest kopyto i krojona skóra, a następnie wykonywany model. Przez lata pracownia zgromadziła ponad tysiąc kopyt. Stali klienci mają swoje „własne” kopyta. Tym, którzy robią buty na zamówienie sporadycznie, dopasowywane są już istniejące kopyta. Jedna para niejednokrotnie jest wykorzystywana dla dwóch-trzech klientów, jeżeli mają podobne stopy.

Buty robione na miarę są to wyroby niszowe dla wybranej grupy klientów i to dość zamożnych. Jak mówi Pan Jacek jest to „...śmietanka białostocka, czyli od naukowców, prawników, sędziów, adwokatów, prokuratorów, policjantów, ludzi pracujących na stanowiskach, po młodzież uczącą się, osoby niepełnosprawne”. Najmniej liczna jest populacja klientów o nieco niższych dochodach, ponieważ buty robione na indywidualne zamówienie są relatywnie drogie. Koszt wytworzenia jest wysoki ze względu na wykorzystywane dobrej jakości materiały, jest to też czasochłonne, i to przekłada się na cenę. Buty robione są często z bardzo oryginalnych, szlachetnych skór gienzowych – z kozy, barana, konia, skór bydłych, ale także ze skór ze zwierząt egzotycznych: z ogonów krokodyla, żmii wodnej, węży, strusia, a nawet kangura.

Buty w pracowni robione są całkowicie ręcznie. Łączona jest tradycja, jaką jest ręczne wytwarzanie obuwia, z nowoczesną techniką, jaką dają dzisiejsze możliwości, czyli użycie nowoczesnych maszyn zastępujących pewne czynności wykonywane ręcznie. Aczkolwiek dalej jest to 100% robota ręczna. Wykorzystanie takich maszyn, jak: szlifierki, frezarki przyspiesza nieco proces pracy, natomiast jej nie zastępuje. Nie ma możliwości przy tego typu wyrobie zastąpienia pracy ludzkiej taką w pełni zautomatyzowaną maszyną, jak to jest przy produkcji seryjnej w fabrykach obuwia.

Firma nie reklamuje się szeroko. Wykorzystuje przede wszystkim tzw. marketing szeptany. Zadowoleni klienci polecają pracownię obuwia znajomym, ro-

dzinie i taka forma reklamy okazuje się być skuteczna. Liczba klientów z roku na rok rośnie.

Pracownia nosi się z zamiarem uruchomienia sprzedaży internetowej swoich usług, m.in. celem pozyskania klientów z zagranicy.

Właściciel firmy jest uznanym ekspertem ds. obuwia. Jest jednym z pięciu rzeczoznawców sądowych w Polsce. Poza pracą rzemieślniczą pełni różne funkcje tzw. „konsumencko-rzeczoznawcze”. W tej chwili, po wielu latach związanych z pracą fizyczną, znajduje czas na pracę doradczą, ekspercką.

Pracownia obuwia jest firmą rodzinną, przekazywaną z pokolenia na pokolenie. Wszystko wskazuje na to, że pracownia dalej pozostanie w rodzinie. Syn Pana Jacka jest przygotowywany do przejęcia pracowni w przyszłości. Jest teraz czeladnikiem, ale uczy się też w innym kierunku.

16.3. Ceramika – „Pracownia Lipowa” Jurka Fiedoruka¹⁶

Jurek Fiedoruk (lat 29) jako absolwent Małopolskiego Uniwersytetu Ludo-
wego we Wzdowie, pomimo swojego młodego wieku, wybrał pracę w zawodzie
dość tradycyjnym – ceramika. Prowadzi wraz z żoną pracownię ceramiczną „Li-
powa” w Choroszczy.

Pomysł na zawód i pracę wziął się, jak sam mówi o sobie, „z pasji”. W okre-
sie dzieciństwa „...trafiła glina w moje ręce i stwierdziłem, że będę się tym
zajmował”.

Jego działalność związana jest z rzemiosłem artystycznym, dotyczy głównie
ręcznego wyrobu ceramiki artystycznej, wikliniarstwa i instrumentów muzycz-
nych. W ten sposób Pan Jurek łączy realizację własnych zainteresowań i pasji
z pracą zarobkową.

W pracowni aktualnie wytwarzana jest ceramika użytkowa, czyli naczynia
użytkowe, takie jak: dzbanki, kubki, miski, doniczki, patery, itp., jak też ceramika
naścienna, czyli płytki dekoracyjne.

Wyroby w pracowni są w głównej mierze toczone na kole garncarskim.
Wykorzystywane są też inne metody polegające na formowaniu z płatów, wałecz-
ków. Czasami stosowane są formy odlewnicze. Do dekorowania wyrobów uży-
wane są angoby¹⁷, które doskonale nadają się do sgraffito¹⁸. Jeśli chodzi o szkli-

¹⁶ Opracowanie na podstawie wywiadu z Panem Jurkiem Fiedorukiem, strony firmy
www.lipowa.tk oraz artykułu: (Romaniuk 2011).

¹⁷ Angoba (z fr.) – powłoka, którą powleka się wyrób ceramiczny przed wypaleniem.

wa, to przy wytwarzaniu wyrobów ceramicznych wykorzystywane są te, nadające się do użytku spożywczego. Kolorystyka jest dość wyrazista, kolory prowadzące zaczynają się od jasnego błękitu, przez zielenie, do głębokich i bardzo intensywnych turkusów.

Wypalanie wyrobów odbywa się najczęściej w atmosferze utleniającej w piecu elektrycznym. Czasami Pan Jurek odpala piecyk na drewno. Od jakiegoś czasu wypala też ceramikę w pochodzącej z Japonii technice raku. W tym celu został zbudowany przewoźny piec na gaz propan butan, w którym w ciągu około godziny od odpalenia są już widoczne efekty szkliwienia.

Wyroby z Pracowni Lipowa są dość konkurencyjne na Podlasiu ze względu na to, że są szkliwione, a przez to mają walor użyteczności. Z reguły podlascy garncarze, wytwarzając dzbanki, miski, kubki, itp., ich nie szkliwią. Dopiero w tym roku jeden z garncarzy zakupił piec elektryczny i zaczyna eksperymentować ze szkliwieniem. Pan Jurek robi użytkowe rzeczy od ponad 7 lat.

Do ważniejszych zamówień zalicza m.in. wykonanie serwisów do kawiarni i kawiarenko-galerii w Tykocinie, naczyń dla firmy z Warszawy, która organizuje spotkania rycerskie, statuetek na Festiwal ŻUBROFFKA, skarbonek w kształcie żubra dla Podlaskiego Urzędu Marszałkowskiego.

Generalnie Pan Jurek nie jest producentem masowym. Głównie są to odbiorcy indywidualni. Najczęściej klientami są ludzie w wieku około 30 lat, bo starsze pokolenie raczej przekonane jest do tradycyjnych wyrobów ceramicznych, w stonowanych kolorach. Klientami są też osoby, jak to mówi Pan Jurek „...ukierunkowane artystycznie, albo same coś robiące, albo mające takie osoby w rodzinie, rzemieślników różnych”.

Promocja firmy w dużej mierze opiera się na internecie, z wykorzystaniem forów dyskusyjnych, a przede wszystkim strony internetowej (www.lipowa.tk lub www.pracownialipowa.pl), która jest w pewnym sensie blogiem, systematycznie aktualizowana.

W opinii Pana Jurka, najlepszą formą reklamy jest obecność na różnych imprezach targowych, kulturalnych. Jak sam mówi: „Ja tam się staram pokazywać ze swoją ofertą, ze swoimi rzeczami i to działa, bo jest bezpośredni kontakt z klientem”.

Pan Jurek prowadzi także, a może przede wszystkim, działalność edukacyjną. Swoją pasję i hobby stara się zaszczepić w innych i przekonać ich, że takie „lepienie” w glinie czy plectenie wiklinowych koszy może przynieść sporo przy-

¹⁸ Sgraffito (wł. *graffiare* – ryc, drapać) – technika dekoracyjna malarstwa ściennego, polegająca na nakładaniu kolejnych, kolorowych warstw tynku lub kolorowych glin i na zeszkrobaniu fragmentów warstw wierzchnich. Poprzez odsłanianie warstw wcześniej nałożonych powstaje dwu- lub wielobarwny wzór.

jemności. Dlatego też organizuje zajęcia plastyczne i warsztaty dla dzieci, dla osób dorosłych, na których pokazuje, jak zrobić tzw. coś z niczego.

Tym młodszym równocześnie podpowiada, jak kreatywnie mogą spędzać wolny czas. Dzieci nie tylko robią samodzielnie naczynia z gliny, ale i dowiadują się, skąd się ta glina bierze, jak się ją wypala lub też gdzie rośnie wiklina, z której potem robi się choćby wspomniane kosze.

Pan Jurek Fiedoruk prowadzi także zajęcia muzyczne, podczas których prezentuje instrumenty z różnych zakątków świata, jak didgeridoo z Australii, darabuka z Krajów Arabskich czy conga z Kuby. Pod jego okiem dzieci mogą też spróbować gry na egzotycznych – często widzianych po raz pierwszy – instrumentach.

Perspektyw rozwoju swojej pracowni Pan Jurek dopatruje się, jak mówi: „...w edukacji rekreacyjnej dla ludzi, którzy chcą się wyrwać z miasta i spędzić kreatywnie czas. Oni chcą się uczyć bardzo często rzemiosła, ewentualnie korzystają z pracowni w jakichś dużych miastach, ale chcieliby gdzieś w plenerze popracować z gliną, z jakąś większą ilością materiału, większym piecem. Jednocześnie jestem jeszcze w stanie być konkurencyjny cenowo w stosunku do pracowni w dużych miastach. Myślę o takiej turystyce rzemieślniczej i w tym kierunku staram się rozwijać”.

Pan Jurek to rzemieślnik-artysta, wykonujący tak naprawdę zawód ginący, jakim jest zawód ceramika. Jednak znalazł niszę rynkową, w której się doskonale odnajduje. Ofertę swoją skierował do nowej grupy odbiorców. Swoim codziennym działaniem pokazuje, że życie zgodne z pasją, własnymi marzeniami jest możliwe.

16.4. Pracownia „Kochański Styl”¹⁹

Pracownia odlewnicza metali kolorowych „KOCHAŃSKI STYL” z Białogostoku została założona przez Pana Piotra Kochańskiego w 2007 roku.

Firma zajmuje się odlewnictwem metali kolorowych – w brązie, mosiądzu, aluminium. W efekcie wytwarzane są niepowtarzalne, poddawane ręcznej obróbce i szlifierce m.in. mosiężne żyrandole, kinkiety, duże i małe figury, tablice, medale, popielnice, oryginalne korkociągi, otwieracze.

Pracownia nastawiona jest na wytwarzanie wyrobów oraz naprawę np. starych antycznych pamiątek, głównie na indywidualne zamówienia. Generalnie, jak mówi Pan Piotr, oferta skierowana jest do tych „...którzy posiadają wysublimo-

¹⁹ Opracowanie w oparciu o wywiad z Panem Piotrem Kochańskim oraz stronę firmy Kochański Styl.

wany gust, cenią elegancję, pragną nadać mieszkalnym wnętrzom niebanalny charakter i... otoczyć się magią zaklętą w mosiądzu”.

Pracownia współpracuje z wieloma artystami rzeźbiarzami, którzy na zamówienie mogą wyrzeźbić każdą rzecz. Od medalu, medalika, plakietki, po duże, dwumetrowe figury.

Generalnie wszystkie wyroby wytwarzane w pracowni są oryginalne, niepowtarzalne, ale też mające swoją cenę. Bo jak mówi właściciel: „...nie są to rzeczy tanie, to jest ręczna obróbka, ręczna robota, odlewanie też jest ręczne, nie zautomatyzowane”.

Klientami pracowni „Kochański Styl” są osoby indywidualne z kraju, jak i z zagranicy, a także różne instytucje, przedsiębiorstwa. Między innymi w ostatnim czasie Pan Piotr realizował zamówienie Urzędu Miasta w Białymstoku na wykonanie tablicy z mosiądzu o wymiarach 2m x 1m, która jest umiejscowiona przy Ratuszu, przy Café Esperanto. Również często wykonuje herby miast.

Pracownia ma bardzo mocną pozycję konkurencyjną na rynku, zwłaszcza jeśli chodzi o odlewanie metodą traconego wosku, która jest dość skomplikowana i bardziej dokładna niż piasek. Pod tym względem jest to jedyna firma na rynku podlaskim. W Warszawie funkcjonuje kilka firm, z 3-4, które prowadzą tego typu usługi. W całej Polsce nie ma zbyt wielu takich firm.

Promocja odbywa się głównie z wykorzystaniem strony internetowej (<http://www.kochanski-styl.pl/>), na której zawarty jest m.in. opis świadczonych usług, jak też zdjęcia wykonywanych wyrobów, które można kupić albo zamówić.

Pan Piotr zajmuje się metaloplastyką, pomimo że z wykształcenia jest absolwentem kierunku zarządzanie i marketing na Politechnice Białostockiej. Po studiach pracował w wielu firmach. Jednak okazało się, że praca biurowa jest mało interesująca, wobec realizacji pasji życiowej, którą Pan Piotr rozwijał w czasie studiów. Bowiem już wtedy interesował się antykami, a także wykonywał kopie antyków i sprzedawał je za granicą. Był świadomy dość dużego zainteresowania tego typu rzeczami ze strony różnych klientów. Dlatego w końcu zdecydował się na założenie własnej pracowni. Bo jak mówi „...lubię to, lubię szlifować, lubię przywracać antykom ich dawną świetność”.

Pan Piotr, zajmując się wytwarzaniem artystycznych, mosiężnych wyrobów, jest po części kontynuatorem myśli swego ojca-artysty, który także wykonywał pamiątkowe mosiężne tablice, medale. Był twórcą m.in. figurki świętej Katarzyny, która znajduje się obecnie w Watykanie, rajskich wrót w sanktuarium w Grabarce czy też jednego z pomników Józefa Piłsudskiego.

16.5. Pet groomer²⁰

Pani Monika Bacia od 2009 roku prowadzi salon profesjonalnego strzyżenia i pielęgnacji psów i kotów „TWÓJ SIERŚCIUCH” w Białymstoku przy ul. Broniewskiego.

Otwierając salon, Pani Monika w ten sposób po wielu latach zrealizowała swoje marzenie. Bowiem od zawsze kochała zwierzęta, a zwłaszcza psy, które do tej pory są jej największą pasją.

Pomysł na bycie weterynarzem zrodził się u niej już w wieku trzynastu lat. Od dziecka zgłębiała wiedzę o zwierzętach, czytając bardzo dużo książek o psach, ich tresurze, pielęgnacji, psychologii zwierzęcej. Jednak weterynarzem w końcu nie została, ale podczas pobytu w Stanach Zjednoczonych w 1998 roku dostała się do profesjonalnej szkoły, największej na świecie, strzyżenia psów, tj. NEW YORK SCHOOL OF DOG GROOMING. Po kilku miesiącach intensywnej nauki, obejmującej nie tylko praktyki fryzjerskie, ale i teorię, otrzymała dyplom „*dog and cat grooming*”. W szkole nauczyła się dokładności i precyzji oraz różnych technik strzyżenia zwierząt. Po kilka razy w tygodniu pracowała w salonie, gdzie nie tylko strzygła, kąpała zwierzęta, ale uczyła się też precyzji, analizowania psiej psychiki, a przede wszystkim nawiązywania kontaktu ze zwierzętami.

Po powrocie z USA Pani Monika przez kilka lat pracowała w biurze. Jak sama przyznaje, w tamtych latach w Polsce nie było mody na strzyżenie psów. Jednak nie miała cierpliwości do ludzi i papierków. Postanowiła wziąć sprawy w swoje ręce, by wreszcie móc pracować ze zwierzętami. Wynajęła lokal przy ulicy Broniewskiego w Białymstoku. Otwierając salon nie liczyła na natychmiastowy sukces. Chciała tylko robić to, co kocha i co daje jej satysfakcję.

W salonie Pani Monika oferuje przede wszystkim strzyżenie psów rasowych i wielorasowych według wzorca NEW YORK SCHOOL OF DOG GROOMING. Poza tym w ofercie znajduje się też strzyżenie kotów, trzymowanie, tj. „podcinek” włosów, wyczesywanie kołtunów z sierści, kąpiele zwykłe i lecznicze, usuwanie insektów, obcinanie pazurków, czyszczenie uszu, usuwanie włosów z uszu u psów średnio- i długowłosych, różne porady pielęgnacyjne.

Pani Monika przy promocji swoich usług korzysta przede wszystkim z tzw. marketingu szeptanego. Zadowoleni z obsługi klienci polecają salon swoim znajomym, rodzinie. Funkcjonuje też strona internetowa salonu <http://www.twoj-siersciuch.efirma.fm>.

²⁰ Opracowanie na podstawie wywiadu z właścicielką salonu „Twój Sierściuch”, strony salonu <http://www.twoj-siersciuch.efirma.fm> oraz artykułu: (Szymańska 2010).

Pomimo że na rynku pojawia się coraz więcej tego typu salonów pielęgnacji zwierząt, to jednak Pani Monika ma pokaźną liczbę klientów. Może dlatego, że dzięki poznaniu psychiki oraz zachowań psów i kotów, do każdego zwierzęcia podchodzi indywidualnie, w czym pomaga jej wieloletnia praktyka nabyta w USA i Polsce.

Właścicielka „Twojego Sierściucha” dużo rozmawia też z właścicielami zwierząt. Informuje klientów o tym, jak powinni dbać o swoich pupili przed i po zabiegu. Zależy jej, aby zwierzęta były obyte z zabiegami pielęgnacyjnymi, ponieważ wtedy jest mniejszy stres przy bardziej skomplikowanych i długotrwałych zabiegach w salonie.

Choć od otwarcia salonu minęły już trzy lata, jego właścicielka ani razu nie żałowała tej decyzji. Bo jak mówi „...kocham swoją pracę, kocham to, co wykonuję, staram się to okazywać w swojej pracy z klientami. Wolę pracę ze zwierzętami niż z ludźmi, ponieważ szybciej się dogaduję”.

W planach Pani Moniki jest powiększenie sklepiku, w którym dostępny byłby szeroki asortyment produktów związanych z pielęgnacją zwierząt. To wiązałoby się z zatrudnieniem dodatkowej osoby. Na chwilę obecną może mieć tylko drobne produkty, takie jak: szampony, odżywki, szczotki, grzebień, czyli to, co może sprzedać przed lub po strzyżeniu. Bo nie obsługuje klientów podczas zabiegu, który wykonuje w danym momencie. Uważa, że zwierzątko nie może zostać samo.

16.6. Zakład szewski Pani Katarzyny Pileckiej²¹

Pani Katarzyna Pilecka, pomimo że jest młodą osobą, prowadzi zakład szewski w Białymstoku przy ul. Mickiewicza 42.

Działalność Pani Katarzyny jest o tyle zaskakująca, że jako młoda osoba wykonuje rzemieślniczy zawód ginący – szewca, a w dodatku zawód, który tradycyjnie zarezerwowany jest dla mężczyzn i to w starszym wieku.

Pani Katarzyna do pracy w zawodzie szewca podchodzi jako do służby na rzecz drugiego człowieka. Jak sama mówi „...po prostu naprawiam [buty], czyli pomagam. Wszyscy są wokoło zadowoleni, wszyscy są wokoło wdzięczni. Często robię to, czego inni szewcy nie robią, bądź odmawiają, bo nie mają na to czasu. Jeśli [...] robi się coś dobrego, to potem takie życie jest spokojne, bezstresowe...”.

²¹ Opracowanie w oparciu o wywiad z Panią Katarzyną Pilecką.

Zakład obsługuje najwięcej klientów z osiedla, na którym funkcjonuje. Jednak Pani Katarzyna zauważyła, że coraz częściej przyjeżdżają do niej klienci z różnych stron Białegostoku, a nawet spoza, co uznaje za wielki sukces.

Ale warto też wspomnieć o specyficznej grupie klientów, do których Pani Katarzyna trafia ze swoją ofertą, a mianowicie młodych dziewczynach. Jak mówi Pani Katarzyna: „...młode dziewczyny przychodzą do mnie, bo boją się chodzić do szewców starych. Wiadomo, młoda dziewczyna nie patrzy, nie rozumie znaczenia fлека, i te buty są za mocno zdeptane i starzy szewcy zawsze krzyczą. Ja na młode dziewczyny nie krzyczę, bo powiem tak – ja w swoim życiu na takie rzeczy nie patrzę, które mnie nie dotyczą, i one też nie powinny. Więc przyjdą, zawsze się uśmiechnę, pocieszę, powiem, że to wcale nie zdeptane, zostawi mi Pani. Zawsze wytwarzam taką atmosferę, że po prostu ktoś się czuje dobrze w moim zakładzie. I pierwszy rok np. przychodziły matki, drugi rok zaczęły przychodzić młode dziewczyny. Powiem tak, dziesięciokrotnie słyszałam, że wyróżniam się od innych szewców, bo po prostu nie krzyczę za to, jak one w tych butach chodzą”.

Pani Katarzyna, można powiedzieć, jest samoukiem zawodu szewca. Bo wiem posiada wykształcenie ogólnokształcące. Podjęła też studia na kierunku ekonomia, jednak mimo że na studiach radziła sobie doskonale, przerwała je i zajęła się wraz ze znajomym prowadzeniem własnego zakładu tapicerskiego. Jak mówi: „...on zajmował się tapicerką, a ja przy okazji pogłębiałam wiedzę szewską, poprzez chodzenie po różnych zakładach. Nauczyłam się szyć przy tapicerowaniu, a w międzyczasie uczyłam się naprawiać buty. Przyjmowałam każdą naprawę, szukałam, czytałam, pytałam jak to zrobić”. Do tej pory Pani Katarzyna ciągle zgłębia wiedzę z zakresu szewstwa.

Pani Katarzyna, poza działalnością szewską, zdobyła dodatkowe uprawnienia rzeczoznawcy do wystawiania opinii. Inspiracją do zdobycia tych uprawnień była sytuacja jednej z klientek, w przypadku której została odrzucona reklamacja. Pani Katarzyna była wtedy przekonana, że był błąd w tej opinii, ale jako szewc nie potrafiła nic zrobić. W bardzo krótkim okresie była już w posiadaniu uprawnień rzeczoznawcy, choć w praktyce nie jest to takie proste i rynek w tym względzie jest dość „zmonopolizowany”.

Pani Katarzyna nie obawia się konkurencji. Wychodzi z założenia, że jeśli ktoś jest fachowcem w swojej dziedzinie, dobrze wykonuje pracę, to zawsze będzie miał klientów. Zakład powoli rozwija się, z wykorzystaniem marketingu szeptanego. Klienci polecają go innym osobom.

Generalnie Pani Katarzyna czuje się bardzo spełniona w życiu. Z jednej strony zawsze marzyła o pracy, w której mogłaby pomagać ludziom, z drugiej pracy spokojnej, zapewniającej też godziwy poziom życia. Teraz to osiągnęła.

16.7. SztÓkaTeria²²

„SztÓkaTeria” to na swój sposób niezwykle, obecnie internetowy (www.sztokateria.pl) sklep, założony w 2010 roku przez Agnieszkę Kiercul oraz Wioletę Kulikowską. Sprzedawana jest w nim biżuteria oraz różne inne rzeczy „hand made”, wykonane przez właścicielki, jak również przez innych twórców, zarówno młodych, jak i doświadczonych artystów, z wykorzystaniem bardzo różnorodnych technik. Obecnie „SztÓkaTeria” skupia już około 100 twórców z różnych dziedzin. Są osoby, które świetnie robią kolczyki z modeliny, są takie, które filcują, zajmują się decoupage’em.

Wszystkie dzieła prezentowane w sklepie są niepowtarzalne i wykonane ręcznie przez artystów. Wykonywane są też rzeczy wyjątkowe, na specjalne indywidualne zamówienia klientów. M.in. przygotowywane były woreczki na medale na potrzeby jednej z białostockich uczelni czy też broszki na galę na zamówienie jednej z firm.

Początkowo „SztÓkaTeria” był to tylko sklep z rękodziełem artystycznym. Obecnie oferta została rozszerzona o warsztaty rękodzieła artystycznego, różnego rodzaju imprezy artystyczne i kulturalne oraz szeroko pojętą arteterapię, terapię przez sztukę. Od 2011 roku „SztÓkaTeria” posiada certyfikat uprawniający do prowadzenia warsztatów i szkoleń zawodowych.

Panie Agnieszka i Wioleta regularnie organizują warsztaty artystyczne w Białymstoku w „Strefie Piękna” przy ul. Wiejskiej lub w Kawiarni „Kopiluwak” przy ul. Sienkiewicza, z zakresu:

- decoupage, która jest techniką ozdabiania przedmiotów, polegającą na przyklejaniu na odpowiednio przygotowaną powierzchnię, m.in. drewno, metal, szkło, wzoru wyciętego z papieru lub serwetki. Po zabezpieczeniu wzoru powstają piękne obrazy, jak namalowane. Technika tę urozmaica się o przeróżne techniki cieniowania i spękania (tzw. cracle). Podczas warsztatów uczestnicy zapoznają się z podstawową techniką decoupage, projektują i wykonują biżuterię, m.in. kolczyki, bransoletki, podkładki pod kawę, zakładki do książek;
- filcowania – inaczej spłśniania, za pomocą wody i mydła (tak zwana technika „na mokro”) bądź za pomocą igły („na sucho”). Na warsztatach uczestnicy poznają metody tworzenia form płaskich i trójwymiarowych, m.in. aplikacji na płaszcze, torebki, kwiaty, broszki, kulki z filcu, roladki czy dredy;
- podstaw projektowania pięknej, unikatowej biżuterii, z wykorzystaniem techniki Wire-wrapping;

²² Opracowanie na podstawie wywiadu z właścicielkami SztÓkaTerii, strony internetowej firmy www.sztokateria.pl oraz artykułu: (Krutul 2011).

- tworzenia biżuterii metodą Paverpol. W czasie warsztatów każdy z uczestników tworzy z darów otaczającej nas przyrody (kamieni, muszli, gałązek, płatków róż, liści, itp.), koronki, jedwabiu, bawełny, itd. oraz Paverpolu unikatową biżuterię;
- haftu sutasz, polegającego na łączeniu lub naszywaniu jedwabnych tasemek/sznurków, formując je we wzory i ornamenty. Dla wzbogacenia i ekspresji haftu, między tasiemkami umieszcza się kamienie, szklane koraliki, guziki i inne elementy. W chwili obecnej biżuteria z sutasz stała się bardzo modna i pożądana. Projektuje i wykonuje ją wielu artystów na całym świecie, a noszą gwiazdy i kobiety, które cenią sobie oryginalność i unikalność. Na warsztatach powstają kolczyki, broszki, przewieszki, itp.;
- wikliny papierowej, która jest ciekawą formą kreatywnego recyklingu. Wykorzystując ogólnie dostępny materiał (makulatura) stworzyć można oryginalne i niezwykle trwałe formy. Podczas warsztatów uczestnicy zapoznają się z podstawami techniki papierowej wikliny, tj.: dobór i przygotowanie papieru, podstawowe sploty, barwienie i utrwalanie gotowych form. Uczestnicy wykonują m.in. okrągłe koszyki.

Firma przewidziała także liczne warsztaty skierowane do dzieci, m.in. z filcowania na mokro, masy papierowej, gliny, projektowania biżuterii, techniki „suwakowej”, decoupage, podstawy rysunku w formie lekcji indywidualnych.

Poza warsztatami stacjonarnymi w Białymstoku, Panie Agnieszka i Wioleta wykazują się bardzo dużą mobilnością, zwłaszcza w okresie wakacyjnym. Jeżdżą po całym województwie podlaskim, biorąc udział w różnych kiermaszach, imprezach, na które zapraszane są przez szkoły, przedszkola, gminne ośrodki kultury, biblioteki. Prowadzą też zajęcia z rękodzieła w domach pomocy społecznej.

Pomysł na stworzenie „SztÓkaTerii” powstał podczas zajęć na studium z arteterapii w Wojewódzkim Ośrodku Animacji Kultury w Białymstoku, w których brały udział Panie Agnieszka i Wioleta. Obie od dawna były zafascynowane rękodziełem i obie je tworzyły. Przez wiele lat dawały swoje wytwory w prezentach – przyjaciołom czy bliskim. Sprzedawały je też na kiermaszach. W końcu Panie doszły do wniosku, że warto coś wspólnie otworzyć. Przełać swoją pasję na większe grono. Dlatego też „SztÓkaTeria” to miejsce, gdzie można kupić coś niespotykanego i oryginalnego bądź własnoręcznie nauczyć się wykonywać cudeńka na organizowanych warsztatach.

Klientami „SztÓkaTerii” są, z jednej strony ci, którzy wytwarzają, z drugiej ci, którzy są zainteresowani zbieraniem, kolekcjonowaniem oraz noszeniem takiej biżuterii czy innych rzeczy zrobionych ręcznie, które cenią sobie oryginalność. Jak mówią Panie Agnieszka i Wioleta „nawet jak robimy trzy rzeczy takie same lub podobne, to i tak one nigdy nie wyjdą tak samo”.

Sklep „SztÓkaTeria” to dobry przykład przeorientowania się, jak i wykorzystania w sposób nietypowy wiedzy zdobytej na studiach na kierunku pedagogika. Dotychczas właścicielki przywiązują dużą wagę do podnoszenia posiadanych kwalifikacji, jak i zdobywania nowych. Agnieszka Kiercul „SztÓka” jest nie tylko magistrem pedagogiki, ale także arteterapeutą, grafikiem komputerowym, doktorantką Chrześcijańskiej Akademii Teologicznej w Warszawie. Z kolei Wioleta Kulikowska „Teria”, poza magistrem pedagogiki, jest też arteterapeutą, terapeutą zajęciowym, tłumaczem języka migowego, asystentem osoby niepełnosprawnej, opiekunką środowiskową.

16.8. Zdun²³

Firma „Usługi Zduńskie Krzysztof Wawiernia” z Białegostoku jest przykładem reorientacji zawodowej w kierunku wykonywania zawodu ginącego, który w obecnych warunkach rynkowych jest jednocześnie zawodem niszowym.

Pan Krzysztof Wawiernia, z wykształcenia specjalista w zakresie ochrony środowiska i budownictwa, specjalizuje się w budowie pieców kaflowych, fizycznych oraz trzonów kuchennych.

Firma wykonuje:

- trzony kuchenne;
- trzony kuchenne z ogrzewaczami;
- kuchnie zbiorowego żywienia;
- piece kaflowe (fizyk);
- kominki (tradycyjne, z otwartym paleniskiem oraz z wkładami żeliwnymi);
- kominki ogrodowe, grille, wędzarnie;
- dymniki;
- piece i kominki stylizowane na zabytkowe (z kafli zdobionych i gładkich).

Firma oferuje także kompleksowe usługi zduńskie w zakresie doradztwa w projektowaniu, rozebrania starych pieców, łącznie z wywiezieniem gruzu.

Usługi świadczone są na terenie trzech województw: podlaskiego, mazowieckiego i warmińsko-mazurskiego.

O pracy Pana Krzysztofa w zawodzie zduna zdecydował przypadek. W latach 90., gdy podjął studia zaoczne, poszukiwał pracy. Chciał kontynuować naukę i przy okazji pracować. Miał do wyboru dwie propozycje w ciągu dnia –

²³ Opracowanie w oparciu o wywiad z Panem Krzysztofem Wawiernią oraz stronę firmy <http://www.uslugi-zdunskie.net.pl>.

jedna była to praca w restauracji w zawodzie kelnera, a druga z polecenia praca na budowie. Wtedy Pan Krzysztof nie był świadomy, że chodzi o pracę u zduna. Zdecydował się jednak na pracę na budowie i gdy zobaczył, jakie ma wykonywać czynności, pomyślał, że ta praca przy budowie pieców jest dość „archaiczna”, skoro wszyscy dookoła zakładają centralne ogrzewanie. Pan Krzysztof postanowił, że zostanie 2-3 miesiące, a potem poszuka czegoś innego. Jednak został tam na wiele lat i stopniowo przekonywał się do zawodu zduna. W 2008 roku podjął decyzję o odnośnie rozpoczęcia własnej działalności.

Pomimo że Pan Krzysztof posiada wykształcenie wyższe w kierunku budownictwa i ochrony środowiska, to jednak praca w zawodzie zduna pochłonęła go całkowicie. Oczywiście umiejętności zdobyte w czasie studiów, szczególnie na kierunku budownictwo, są dość przydatne w obecnie wykonywanej pracy, zwłaszcza przy projektowaniu pieców, kominków.

Jak mówi Pan Krzysztof: „...mój zawód jest dosyć rzadkim zawodem. Nie można porównać mojego zawodu do budowy budynków lub wykończenia wnętrz. To jest bardziej rzemiosło. Zawód polega na wykonywaniu rzemiosła, posiadaniu sztuki, wiedzy zduńskiej”.

Pan Krzysztof ma niekwestionowaną pozycję na rynku. Popyt na pracę zduna jest dość duży, co wynika m.in. z rosnących kosztów ogrzewania, a także mody na budowę czy też remonty pieców kaflowych, kominków, kominków ogrodowych, grillowędzarni. Powstaje również wiele gospodarstw agroturystycznych, karczm, które także kreują popyt na usługi zduńskie.

Popyt na te usługi jest na tyle duży, że po założeniu firmy Pan Krzysztof nigdy nie miał przestojów. Nie narzeka na brak klientów. Duże znaczenie w ich pozyskiwaniu mają osobiste znajomości, kontakty z branżą budowlaną. Klientów pozyskuje też przez swoją stronę internetową (<http://www.uslugi-zdunskie.net.pl>), na której jest zamieszczony opis firmy, zakres działalności, dane kontaktowe, a także można zobaczyć wzory wykonanych dotychczas pieców i kominków.

W związku z tym, że na rynku podlaskim, a nawet krajowym, nie ma zbyt wielu dobrych fachowców w branży zduńskiej, dlatego też, jak mówi Pan Krzysztof „...konkurencji nie ma zbyt dużej z uwagi na to, że zawód trzeba dosyć dobrze poznać i trzeba starać się go dobrze wykonywać. Ja od 1994 roku buduję piece i na razie na brak pracy nie narzekam, ale nie ma wielu dobrych fachowców w tej dziedzinie”.

Pan Krzysztof ma bardzo dobre przygotowanie praktyczne do wykonywania zawodu zduna. Umiejętności zdobył w trakcie piętnastoletniej pracy w zakładzie zduńskim Pana Witolda Bagińskiego – mistrza zduństwa na terenie województwa podlaskiego oraz Warmii i Mazur. Ciągłe dokształca się, czytając wiele publikacji na temat budowy pieców w przeszłości, ale także o nowoczesnych technikach

wykonywania zduństwa. Obecnie w zduństwie wykorzystywane są metody nowocześniejsze, przy użyciu innych materiałów, innego rodzaju zapraw potrzebnych do budowy pieców. Tak więc musi znać klasyczne sposoby wykonywania pieców, jak też współczesne metody i wciąż dążyć do nowoczesności.

16.9. Pracownia złotnicza Wiesława Śliwowskiego²⁴

Pan Wiesław Śliwowski jest mistrzem złotnictwa i od 1978 roku prowadzi Pracownię Złotniczą przy ul. Bema 11 lok. 32 w Białymstoku, a złotnictwem zajmuje się od 1974 roku.

Pracownia złotnicza jest dobrym przykładem zakładu rzemieślniczego, który to potrafi łączyć tradycję z nowoczesnością, dzięki czemu funkcjonuje ponad 34 lata i ma ciągle mocną pozycję na rynku.

Pracownia specjalizuje się w zakresie wykonawstwa wyrobów jubilerskich ze złota i platyny, w szczególności w biżuterii artystycznej z kamieniami szlachetnymi, w tym z diamentami o różnych szlifach brylantowych. Zajmuje się także naprawą i renowacją starej antycznej biżuterii z kamieniami szlachetnymi.

Wytwarzane wyroby to w większości rękodzieła artystyczne, a więc są to wyroby jednostkowe, które powstają na indywidualne zamówienia klientów, ewentualnie z inspiracji własnej i są wtedy wystawiane do sprzedaży. Klienci wywodzą się nie tylko z kraju, ale także z zagranicy, m.in. z Australii, USA, Wielkiej Brytanii. Generalnie klientami są nie tylko osoby zamożne, ale przede wszystkim ci, którzy przyzwyczajeni są do „...obcowania z pięknymi rzeczami, z malarstwem, ze sztuką. Ze sztuką tą małą, którą my robimy. Są to ludzie wykształceni, którzy widzieć, że coś chcą od życia”. Właściciel często powtarza swoim klientom: „...kup jedną rzecz, która będzie przechodziła z pokolenia na pokolenie”.

Klienci obdarzają Pana Wiesława wielkim zaufaniem, postrzegają jako pewną firmę. Nie obawiają się nawet zostawiać brylanty dużej wartości. Niewątpliwie składa się na to fakt funkcjonowania na rynku od ponad 34 lat w jednym miejscu i nieprzerwanie.

Dowodem na to, że wyroby wytwarzane w pracowni są prawdziwymi dziełami sztuki jubilersko-złotniczej, są liczne nagrody na konkursach jubilersko-złotniczych w Warszawie i Gdańsku. Poza tym w roku 2009 Kapituła Medalu św. Elżbiety przyznała Panu Wiesławowi Śliwowskiemu medal św. Elżbiety, a minister kultury i dziedzictwa narodowego wręczył honorowy tytuł „Złotnika

²⁴ Opracowanie w oparciu o wywiad z Panem Wiesławem Śliwowskim oraz stronę pracowni złotniczej Wiesław Śliwowski (<http://www.sliwowski.pl/>).

Roku 2009²⁵. Jest on nadawany jednej osobie raz w roku za całokształt pracy twórczej i dla środowiska.

Pracownia ma już swoją markę i obecna jest stale na licznych targach jubilerskich, w tym m.in. na Amberif w Gdańsku, Złoto Srebro Czas w Warszawie oraz Jubinale w Krakowie, gdzie pracownicy pogłębiają swoją wiedzę dotyczącą kierunków projektowania biżuterii i zastosowania najnowszych technologii.

Pracownia wyposażona jest w bardzo nowoczesne maszyny i urządzenia, w tym m.in. automatyczną odlewnię i mikroskop stereoskopowy. Generalnie park maszynowy porównywalny jest z renomowanymi pracowniami na zachodzie Europy i w USA. Przy projektowaniu wyrobów w pracowni stosowane są różne techniki, zarówno klasyczne, jak też te najnowsze komputerowe „3D”.

Sukces pracowni, wydaje się, wynika przede wszystkim z tego, że właściciel wywodzi się z rodziny rzemieślniczej i ma bardzo solidne przygotowanie zawodowe. Można powiedzieć, że od zawsze przywiązywał wielką wagę do rozwijania posiadanej wiedzy i umiejętności. Bo jak sam mówi „...w naszej pracy człowiek jest najlepszym narzędziem z wielowiekową, rzemieślniczą tradycją i umiejętnościami przekazywanymi z pokolenia na pokolenie i z mistrza na ucznia. To w głowie złotnika rodzą się nowe fasony i wzory, to on decyduje o sposobie wykonania, aby efekt końcowy zadziwił odbiorcę”.

16.10. „Złota Rączka”²⁵

Firma „Złota Rączka” jest dobrym przykładem samozatrudnienia w zawodzie mało popularnym, związanym ze świadczeniem usług gospodarczych.

Firma została założona w 2011 roku i świadczy różne drobne usługi na rzecz gospodarstw domowych, firm, związane z:

- usługami elektrycznymi, takimi jak: wymiana żarówek różnego typu, drobne naprawy gniazd elektrycznych, podłączanie sprzętu AGD lub RTV, zawieszanie kinkietów, żyrandoli, lamp, naprawa drobnego sprzętu AGD, montaż niewielkich instalacji elektrycznych;
- usługami stolarskimi, takimi jak: montaż, skręcanie, naprawa mebli, montaż, regulacja drzwi i okien, wymiana pękniętej szyby, naprawa lub wymiana zamków, montaż listw przypodłogowych, naprawa ogrodzenia;
- usługami hydraulicznymi, takimi jak: udrażnianie zlewu, prysznica, wanny, podłączanie pralki, zmywarki, naprawa lub wymiana baterii łazienkowych i kuchennych, wymiana grzejników;

²⁵ Opracowanie na podstawie wywiadu z właścicielem firmy oraz strony firmy „Złota Rączka” (<http://www.zlotaraczka.bialystok.pl/index.html>).

- drobnymi pracami wykończeniowymi, takimi jak: montaż karniszy, rolet, żaluzji, zawieszenie półek, malowanie, gipsowanie ścian, układanie paneli podłogowych, szpachlowanie, spawanie;
- usługami informatycznymi, takimi jak: naprawa komputerów, instalowanie sieci bezprzewodowych, konfiguracja internetu, odwirusowywanie i reinstalacja systemu;
- pozostałymi, takimi jak: przestawianie mebli, wymiana koła w aucie, skuterze, konserwacja urządzeń biurowych, inne prace gospodarcze, rąbanie, piłowanie drewna, drobne naprawy dekarские, naprawa rynien i dachówek.

Usługi świadczone są na terenie miasta i okolic Białegostoku. Właściciel „Złotej Rączki”, Pan Piotr, póki co traktuje swoją firmę jako sposób na dorabianie, gdyż pracuje jeszcze, ale w podobnej dziedzinie.

Jednak, jak zauważa, firma ma perspektywy rozwoju. Aktualnie, bez szerokiej akcji reklamowej, Pan Piotr ma dość dużo zleceń. Jeśli chodzi o promocję, korzysta głównie z marketingu szeptanego, na zasadzie przekazania informacji jednym klientom, którzy skorzystali z usługi, innym.

Poza tym ma przygotowaną stronę internetową, dość wysoko pozycjonowaną, dzięki czemu jeśli ktoś szuka firmy świadczącej drobne usługi, to trafia na firmę „Złota Rączka”.

Właściciel jest przekonany, że przy większym rozreklamowaniu, firma mogłaby mieć zdecydowanie więcej zleceń. Bowiem popyt na tego typu usługi jest coraz większy, zarówno ze strony osób prywatnych, jak i przedsiębiorstw. Na rynku jest jeszcze dość mało firm, które przyjmują drobne zlecenia.

Zawód wyuczony Pana Piotra to ślusarz-spawacz. Później ukończył liceum ogólnokształcące, a następnie zdobył tytuł technika bhp. Wiedza z zakresu bhp pomaga mu obecnie w podejmowaniu działań zgodnie z zasadami bezpieczeństwa.

Pan Piotr posiada przede wszystkim bardzo szerokie umiejętności praktyczne, zdobyte podczas pracy w różnych przedsiębiorstwach, w których to ciągle uczył się czegoś nowego. Wysoka świadomość odnośnie możliwości wykonania tak wielu rzeczy stała się przesłanką założenia „Złotej Rączki”.

ROZDZIAŁ 17. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Wyniki przeprowadzonych badań empirycznych wśród przedstawicieli rzemiosła/MSP, osób bezrobotnych, instytucji rynku pracy pozwalają wyciągnąć następujące wnioski oraz sformułować na ich bazie określone rekomendacje w odniesieniu do kierunków promocji zawodów niszowych, ginących i mało popularnych.

17.1. W odniesieniu do zawodów niszowych

Z badań wynika, że sytuacja młodych absolwentów szkół wyższych (do 27. roku życia) na rynku pracy nie jest zadowalająca. Pomimo że większość badanych wykazywała się aktywnością w poszukiwaniu pracy (92%), okazuje się, że w sytuacji ograniczonego popytu na pracę, działania te okazały się mało skuteczne. Trudności w znalezieniu pracy, w opinii badanych absolwentów, wynikają z jednej strony z przyczyn obiektywnych – brak „znajomości”, brak ofert pracy w zawodzie czy też brak jakichkolwiek ofert pracy w ich miejscu zamieszkania, z drugiej strony subiektywnych, wynikających głównie z braku doświadczenia zawodowego.

Charakterystyczne jest, iż badani rzadko korzystają z usług instytucji rynku pracy w procesie poszukiwania miejsca pracy. Taka sytuacja wynika z przeświadczenia, że instytucje rynku pracy nie znają potrzeb i oczekiwań osób bezrobotnych, jakimi są absolwenci uczelni wyższych.

W opinii badanych bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych, propozycje wsparcia osób zarejestrowanych, jakie otrzymali oni z urzędu pracy, nie były dla nich atrakcyjne. Urzędy pracy oferowały najczęściej dość standardowe formy pomocy, sprowadzające się do propozycji odbycia stażu (34,9%), rzadziej proponowane były oferty pracy, z których najczęściej nie skorzystali, bo były już nieaktualne, bądź nie posiadali odpowiednich kwalifikacji. Zaledwie co dziesiąty respondent wskazał na otrzymanie z urzędu oferty możliwości uczestniczenia w szkoleniu zawodowym.

Bardzo niewielki procent badanych w badanej populacji (17% respondentów) korzystał do tej pory z usług doradcy zawodowego. Usługi takie, jeśli już to najczęściej dostarczane były przez urzędy pracy. Bardzo rzadko miały miejsce konsultacje z doradcą w ramach innych rodzajów instytucji. Spotkania z doradcą dotyczyły przede wszystkim oceny kwalifikacji zawodowych osób bezrobotnych oraz porad na temat metod poszukiwania pracy czy rozmowy o zainteresowaniach bezrobotnego. Najrzadziej wskazywaną tematyką spotkań z doradcą było

udzielenie informacji o możliwości przeszkolenia się w zawodach, na które aktualnie istnieje zapotrzebowanie.

Badania empiryczne wskazują, iż aby przeciwdziałać bezrobociu długookresowemu wśród absolwentów szkół wyższych, instytucje rynku pracy winny uwzględniać specyfikę tej grupy bezrobotnych. Przede wszystkim sprzyjać zainteresowaniu osób młodych dodatkowymi formami kształcenia, przekwalifikowania i podejmowaniem kształcenia ustawicznego. Prowadzić szkolenia i kursy sprzyjające budowie sieci kontaktów i znajomości branżowych oraz zwiększaniu skłonności do podejmowania ryzyka związanego ze zmianą zawodu i zakładaniem własnego przedsiębiorstwa. To oznacza, że należy poszerzać wiedzę pracowników instytucji rynku pracy w zakresie istoty i możliwości kształcenia absolwentów uczelni wyższych, a także w obszarze poradnictwa biznesowego.

Rosnące bezrobocie wśród młodych ludzi i trudności ze znalezieniem pracy stają się czynnikiem motywującym ich do nauki i pracy w nowoczesnych zawodach rzemieślniczych. Zainteresowanie absolwentów udziałem w szkoleniach, doradztwie biznesowym w zakresie zakładania własnej działalności w sektorach niszowych w województwie podlaskim wyraziło blisko 60% respondentów. Nieco mniejsze zainteresowanie jest w kwestii zakładania własnej działalności gospodarczej (35%).

Jednak, jak wynika z badań, obecny wizerunek rzemiosła nie jest korzystny, a już na pewno nie kojarzy się ono z takimi określeniami, jak: „nowoczesne”, „innovacyjne”, przynoszące wysokie dochody, o wysokim prestiżu. Należy prowadzić działania promocyjne, które miałyby za zadanie poprawiać prestiż zawodów rzemieślniczych i eliminować związane z nimi stereotypy dotyczące np. niskich zarobków, pracy fizycznej i „ginących zawodów”. Celem promocji zawodów niszowych niezbędne jest wskazywanie korzyści z założenia własnej firmy, np. wynikające z tego uzyskanie niezależności czy samorealizacja. W działaniach promocyjnych należy także eksponować znaczne zróżnicowanie form rzemiosła i zawodów niszowych, świadczące o bogactwie możliwych kierunków rozwoju osobistego oraz o szerokim polu do działań kreatywnych i innowacyjnych.

Przy planowaniu działań w ramach projektu należy uwzględnić fakt, iż gros absolwentów (blisko 75%) w trakcie studiów nie nabyło wiedzy i kompetencji do podjęcia samodzielnej działalności. Dlatego ci, którzy nie wykazali zainteresowania prowadzeniem działalności, wskazywali na barierę w postaci braku pomysłu na firmę (53,1%), obawy przed ryzykiem (37,5%), braku odpowiedniej wiedzy i kwalifikacji (20,3%). Tak więc kluczowym elementem działań projektowych winno być wypracowanie z jednej strony narzędzi z zakresu doradztwa biznesowego, uwzględniającego specyfikę zawodów rzemieślniczych, z drugiej odpowiedniego programu szkoleniowego w zakresie świadczenia nowoczesnych, wysokiej jakości usług.

W ramach projektu należy przewidzieć działania z zakresu praktycznego poznania różnych zawodów niszowych przez osoby bezrobotne, np. staże, warsztaty, spotkania z przedsiębiorcami, studia przypadków, prezentacja dobrych praktyk. Takie formy aktywności mogą inspirować absolwentów uczelni wyższych i zachęcać do tworzenia własnych firm. Winno się także wskazywać, w jakich zawodach oraz w jakich dziedzinach gospodarczych młodzi ludzie mogą wykorzystać wiedzę teoretyczną, którą pozyskali na studiach. Dostarczać młodym ludziom w sposób interesujący informacji o zagadnieniach związanych z założeniem własnej działalności gospodarczej, np. o źródłach finansowania działalności gospodarczej, formalnoprawnych aspektach zakładania i prowadzenia własnej firmy. W trakcie szkoleń należy przedstawić młodym ludziom wyniki badań różnych sektorów i branż, wskazywać na kluczowe wojewódzkie i krajowe dokumenty strategiczne oraz programy rozwojowe, obecne trendy światowe i sposoby ich przełożenia na trafną identyfikację nisz rynkowych. Program szkolenia winien też zawierać tematykę odnośnie sposobów wyjścia wykonawców zawodów niszowych poza rynek lokalny, co pozwoliłoby im na poszerzenie rynków zbytu ich produktów i usług (np. korzystanie z sieci Internet).

Przedstawiciele firm uważają, że w kontaktach z bezrobotną młodzieżą warto podejmować działania mające na celu zidentyfikowanie oczekiwań takich osób w zakresie różnych potrzeb, jakie może ona mieć. Jak się okazuje, według właścicieli firm, zawody rzemieślnicze może cechować z jednej strony fakt, iż rzemiosło jest źródłem dochodu (37,7%), daje miejsca pracy (19,7%), z drugiej może być świetnym sposobem na zaspokajanie potrzeb samorealizacji. Warto uwypuklać te zalety rzemiosła w zależności od tego, z jakim rodzajem młodych ludzi mają do czynienia doradcy zawodowi. Ponadto może to oznaczać, że samych doradców warto uświadamiać o korzyściach wynikających z wchodzenia młodych ludzi w zawody rzemieślnicze, w tym niszowe.

17.2. W odniesieniu do zawodów ginących

Badania potwierdziły, iż wiele zawodów rzemieślniczych wykazuje tendencje ginące, czego główną przyczyną, w opinii przedstawicieli rzemiosła, jest: brak zainteresowania ze strony młodzieży nauką i pracą w zawodach rzemieślniczych, odchodzenie starych mistrzów, którzy mogliby przekazać swoje umiejętności, niedostateczna promocja rzemiosła i brak informacji o korzyściach, jakie dają tytuły czeladnicze i mistrzowskie, brak środków finansowych na unowocześnienie wytwarzania produktów i usług rzemieślniczych, brak spójnych działań w systemie edukacji, umożliwiających kształcenie następców i zachęcających do wykonywania tych zawodów, niewykorzystywanie przez władze lokalne zawodów ginących jako podstawy rozwoju turystyki, zwłaszcza na obszarach wiejskich, upadek wielu większych zakładów, które dawały zatrudnienie

wielu rzemieślnikom, zalew rynku przez tanie produkty z zagranicy, np. z Chin. Zwrócenie uwagi na tak dużą liczbę czynników determinujących zanikanie wielu zawodów rzemieślniczych świadczy o istniejących barierach, które należy uwzględnić podejmując działania na rzecz promocji zatrudnienia w zawodach ginących.

Podtrzymywanie zawodów rzemieślniczych winno mieć swoje uzasadnienie w realiach rynkowych, musi istnieć popyt na wytwarzane produkty lub usługi. W opinii badanych przedstawicieli rzemiosła/MŚP istnieje obecnie wiele czynników determinujących taki popyt, a w szczególności zwrócono uwagę na rozwój turystyki na obszarach wiejskich, z wykorzystaniem tradycyjnego rzemiosła wiejskiego, większe możliwości sprzedaży produktów i usług w całym kraju, a także za granicą, rosnącą popularność produktów wytwarzanych i przechowywanych w tradycyjny sposób.

W opinii badanych przedstawicieli rzemiosła/MŚP, największe perspektywy rozwoju w województwie podlaskim mają zawody, takie jak: stolarz mebli artystycznych i wzorcowych, zegarmistrz, stolarz galanterii drzewnej, renowator mebli artystycznych, szewc naprawiacz, kowal wyrobów zdobniczych, obuwnik ortopedyczny oraz stolarz modelarz instrumentów muzycznych.

Szans na zwiększenie zatrudnienia w zawodach ginących można upatrywać w angażowaniu do ich wykonywania osób starszych po 50. roku życia, a przede wszystkim przekazywaniu tej unikatowej wiedzy młodym ludziom. Bowiem 46% badanych osób w wieku 50+ wyraziło zainteresowanie nauką zawodów ginących, a także gotowość do szkolenia młodych osób w zawodach ginących (51% wskazań). Nieco wyższa gotowość bycia mentorem w relacji do osób, które wyraziły zainteresowanie nauką zawodów ginących, wynika z tego, że w badanej populacji znalazły się osoby, które już posiadają umiejętności w zawodach ginących i są zainteresowane kształceniem młodych osób.

Przy projektowaniu działań należy uwzględnić fakt, iż aktywizacja osób 50+ będzie wymagała szczególnych, niestandardowych instrumentów doradczych i szkoleniowych, dopasowanych do ich potrzeb i możliwości, aby podnieść skuteczność tych form wsparcia.

Dotychczas osoby po 50. roku życia bardzo rzadko korzystały z usług poradnictwa zawodowego (11%), a ci, którzy z nich skorzystali, otrzymali standardową poradę odnośnie oceny kwalifikacji zawodowych, umiejętności, zainteresowań czy też sposobów poszukiwania pracy.

Z badań wynika także, że osoby 50+ dotychczas wykazywały bardzo niską aktywność w podnoszeniu kwalifikacji (zaledwie 17% respondentów podjęło dalsze kształcenie lub doskonalenie zawodowe po skończeniu szkoły bądź w trakcie pracy zawodowej). Respondenci krytycznie oceniają obecny system szkoleń, który nie uwzględnia specyficznych potrzeb osób w wieku 50+.

17.3. W odniesieniu do zawodów mało popularnych

Badania podjęte w projekcie pozwoliły na identyfikację szeregu zawodów mało popularnych, powiązanych z takimi rodzajami działalności, jak: sektor usług porządkowych, ochrona osób i mienia, usługi domowe, gospodarcze, związane ze sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet, sprzedażą bezpośrednią, usługami pogrzebowymi, związane z opieką nad osobami zależnymi, pracami pomocniczymi w usługach gastronomicznych, hotelowych, w budownictwie czy też związane z rozdawaniem ulotek i przeprowadzaniem badań ankietowych. Niechęć do wykonywania tych zawodów, mimo rosnącego popytu na nie w gospodarce, jak potwierdziły badania, wynika głównie z tego, że kojarzone są z niskim prestiżem, niskimi zarobkami, niedostateczną promocją i brakiem informacji o rosnącym zapotrzebowaniu na pracę w tych zawodach, ale także z powodu braku kształcenia w wielu zawodach.

W opinii badanych przedstawicieli rzemiosła/MŚP, obecnie największe trudności ze znalezieniem odpowiednich pracowników dotyczą: usług pogrzebowych, usług związanych z opieką nad osobami zależnymi, związanych ze sprzedażą bezpośrednią, sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet.

Promocja zatrudnienia w zawodach mało popularnych zdeterminowana jest skalą popytu na usługi w nich świadczone. Jak wynika z badań przeprowadzonych wśród przedstawicieli rzemiosła/MŚP, popyt na zawody mało popularne będzie wzrastać, co wiąże się m.in. z rozwojem turystyki w województwie podlaskim, rozwojem obiektów wielkopowierzchniowych w handlu, obiektów biurowych, rozwojem nowych form sprzedaży (np. przez telefon, internet), wzrostem aktywności zawodowej kobiet, z rosnącym popytem ze strony firm na usługi teleinformatyczne czy też przenikaniem wzorców (mody) z krajów wyżej rozwiniętych.

Szansą na zwiększenie zatrudnienia w zawodach mało popularnych jest aktywizacja zawodowa grup będących w szczególnej sytuacji na rynku pracy, mających mniejsze możliwości pozyskania pracy w zawodach popularnych, do których należą osoby niepełnosprawne oraz dyspozycyjne mniej, a w szczególności kobiety samotnie wychowujące dzieci. Co druga badana osoba z tych dwóch grup wyraziła zainteresowanie i gotowość do kształcenia w zawodach mało popularnych, również w formie zdalnej z wykorzystaniem internetu.

Nieco mniejsze zainteresowanie respondenci wykazali w kwestii zakładania własnych firm świadczących usługi w zawodach mało popularnych. Taką gotowość wyraziło 20% badanych osób niepełnosprawnych, w tym 33,3% kobiet i 7,7% mężczyzn, oraz co trzecia kobieta samotnie wychowująca dziecko. Przede wszystkim badane osoby niepełnosprawne, jak i kobiety samotnie wychowujące dzieci, boją się ryzyka, są świadome braku odpowiedniej wiedzy i kwalifikacji czy też predyspozycji do prowadzenia własnej firmy oraz wskazują na brak

pomysłu na własny biznes. Tak więc odpowiednie kształcenie z podstaw zakładania działalności gospodarczej oraz szkolenia profesjonalne w wybranych zawodach mało popularnych mogą istotnie przyczynić się do zminimalizowania tych barier i zwiększenia zainteresowania wykonywaniem tych zawodów.

Badane osoby niepełnosprawne są w największym stopniu potencjalnie zainteresowane nauką, ewentualnie założeniem własnej działalności gospodarczej w zawodach związanych z: usługami opiekuńczymi nad osobami zależnymi, pracami pomocniczymi w usługach gastronomicznych, np. pomoc kuchenna, sektorem usług porządkowych w biurach, hotelach, domach prywatnych, rozdawaniem ulotek i przeprowadzaniem badań ankietowych, usługami domowymi, np. gospodyni, organizator usług domowych, pomoc domowa, usługami gospodarczymi. Najmniejsze zainteresowanie wzbudziły zawody związane ze sprzedażą bezpośrednią oraz usługami pogrzebowymi.

Z kolei badane kobiety samotnie wychowujące dzieci wyraziły największe zainteresowanie nauką, ewentualnie założeniem własnej działalności gospodarczej, w zawodach związanych z: pracami pomocniczymi w usługach gastronomicznych, np. pomoc kuchenna, sektorem usług porządkowych w biurach, hotelach, domach prywatnych, usługami domowymi, np. gospodyni, organizator usług domowych, pomoc domowa, pracami pomocniczymi w usługach hotelowych, np. pokojowa, usługami opiekuńczymi nad osobami zależnymi, sprzedażą, konsultacjami przez telefon/internet, np. telemarketer, sprzedawca na telefon, pracownik call centers.

Przy projektowaniu działań w projekcie należy uwzględnić fakt, iż w przypadku osób niepełnosprawnych mamy do czynienia z populacją z wysokim udziałem osób w wieku niemobilnym 50 lat i więcej (41,7% kobiet i 26,9% mężczyzn), o relatywnie niskim poziomie wykształcenia (60% z wykształceniem zasadniczym zawodowym i niższym), osobami, które dotychczas nie podejmowały dalszego kształcenia lub doskonalenia zawodowego (74%), że zaledwie co drugi respondent posiada umiejętności w zakresie obsługi komputera i internetu, ponad 35% nie ma możliwości korzystania z komputera. Zdecydowanie lepsza sytuacja jest w tym względzie w przypadku kobiet samotnie wychowujących dzieci.

Badania potwierdziły, że grupy te wymagają szczególnego wsparcia ze strony doradców zawodowych, z wykorzystaniem instrumentów dopasowanych do ich sytuacji życiowej (mniejsza dyspozycyjność) i potrzeb, a nie w formie tradycyjnej, sprowadzającej się, jak wynika z badań, do spotkań face to face z doradcą, który to podczas konsultacji najczęściej oceniał kwalifikacje zawodowe i doradzał, jak szukać pracy. Istnieje więc pilna potrzeba wypracowania nowych narzędzi diagnostycznych oraz informacji zawodowej, które mogłyby być świadczone również w formie zdalnej.

Kluczową kwestią staje się także potrzeba wypracowania programów kształcenia w zawodach mało popularnych, zwłaszcza w tych, w których dotychczas kształcenie nie miało miejsca (np. usługi porządkowe), z uwzględnieniem sytuacji życiowej i potrzeb osób mniej dyspozycyjnych.

BIBLIOGRAFIA

- 10 *najgorzej opłacanych stanowisk w 2010 roku* (2011) [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
http://www.wynagrodzenia.pl/monitor_plac_1.php/wpis.152.
- 10 *najlepiej i najgorzej opłacanych stanowisk w małych i średnich przedsiębiorstwach w Polsce* (2009) [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
http://www.wynagrodzenia.pl/monitor_plac_1.php/wpis.73.
- Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji geriatrycznej* (2009), Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok.
- Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor handlu* (2010), WUP w Białymstoku, Białystok.
- Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego. Sektor spożywczy* (2009), WUP w Białymstoku, Białystok.
- Analiza medialna wizerunku szkolnictwa zawodowego i rzemiosła w Wielkopolsce* (2010), Doradztwo Społeczne i Gospodarcze, Poznań.
- Analiza możliwości wykorzystania tradycji wielkopolskiego rzemiosła we współczesnym wzornictwie przemysłowym w ramach kształcenia zawodowego* (2010), Doradztwo Społeczne i Gospodarcze, Poznań.
- Analiza rzemiosła pod kątem rozwiązań instytucjonalnych i formalnoprawnych w zakresie kształcenia zawodowego* (2010), Doradztwo Społeczne i Gospodarcze, Poznań.
- Badanie ankietowe ekspertów na temat kierunków rozwoju dolnośląskiego rynku pracy* (2010), Ageron Polska, Warszawa.
- Bank informacji o poszukiwanych w najbliższych latach zawodach. Województwo warmińsko-mazurskie i Obwód Kaliningradzki Federacji Rosyjskiej* (2007), Olsztyn, grudzień.
- Bartnik J., *Niewidzialna ręka rynku wybiera rzemieślników* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://forsal.pl/artykuly/439423>.
- Broczek K. (2007), *Krótką charakterystyką potrzeb osób w wieku starszym*, [w:] Rudowski R. (red.), *Uwarunkowania realizacji programu badawczo-rozwojowego Ambient Assisted Living (AAL) w Polsce – komfortowe funkcjonowanie osób starszych w społeczeństwie informacyjnym*, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa, grudzień.
- Brykner A. (2006), *Zaprojektował i pomalował kaski Roberta Kubicy* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
<http://wyborcza.biz/Firma/1,101966,3633726.html>.

- Buty z twoim podpisem od Loft37.pl* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://polki.pl/moda_dodatki_artystyczny/10024131.html?print=1.
- Centrum Edukacji Regionalnej i Przyrodniczej* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.mniszki.pl/>.
- Ciesielski Z. (2004), *Tradycyjne rękodzieło ludowe Podlasia*, Wojewódzki Ośrodek Animacji Kultury w Białymstoku, Podlaskie Stowarzyszenie Twórców i Animatorów Kultury, Białystok.
- Co to jest Slow Food* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.slowfood.pl/index.php?s=slow-cotojest>.
- Cybulska A. (2008), *Trendy konsumenckie. Nic między premium a economy?*, „Marketing w Praktyce”, kwiecień.
- Czy warto korzystać z usług firm sprzątających* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.sprzataniewpolsce.pl/porada,p,5.html>.
- Czynniki i mechanizmy zmian gospodarki i rynku pracy województwa pomorskiego do roku 2020* (2009), IBnGR, Gdańsk.
- Dębska A. (2011), *Ginące zawody, które zniszczyła chińszczyzna*, „Tygodnik Krąg”, 1 czerwca.
- E-zakupy oczami klientów. Niezależny ranking sklepów internetowych. Raport 2009/2010*, Opineo.pl [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.opineo.pl/upload/Raport%20OPINEO%202010%20ver%201.pdf>.
- Fascynują mnie biustonosze* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://pastylka.pl/choroby/rakpiersi/artystyczny/94,Fascynuj%C4%85%20mnie%20biustonosze>.
- Firmy z dołka* (2010), „Magnes”, nr 7 [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://www.mondial-assistance.pl/biznes/images/magnes_7.pdf.
- Garncarska wioska* [on-line]. Dostępny w Word Web: http://www.garncarskawioska.ecms.pl/index/?lang_id=1.
- Gębska-Kuczerowska A., Miller M. (2006), *Sytuacja zdrowotna ludzi powyżej 65. roku życia w Polsce*, „Zdrowie Publiczne”, nr 116 (1).
- Ginące zawody wiejskie na Podgrodziu Toruńskim*, Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Podgrodzie Toruńskie” [on-line]. Dostępny w World Wide Web: www.podgrodzietorunskie.pl.
- Gnutek Z. (2005), *Analiza trendów w Polsce, Europie i na świecie dotyczących rynku pracy, w tym zapotrzebowania na nowe kwalifikacje i specjalizacje zawodowe w zakresie mechaniki i budowy maszyn*, [w:] Kupczyk T. (red.), *Prognozy rynku pracy i zapotrzebowania na kwalifikacje*, Politechnika Wrocławska, Centrum Kształcenia Ustawicznego, Wrocław.
- Gontarska K. (2010), *Ginący mistrzowie* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://biznes.onet.pl/0,3193048>.

- Gontarz J. (2011), *Gucio się broni. Własność intelektualna*, Biuletyn Własności Intelektualnej dla Przedsiębiorców, nr 1 (5), Fundacja ProRegio.
- Górzyński M. (2008), *Sektor sprzedaży bezpośredniej w Polsce*, CASE-Doradcy, Warszawa.
- Handwerkskammer Frankfurt (Oder)*, <http://www.hwk-ff.de/>.
- Hernik K. (2008), *Wesele mazurskie i nie tylko – „Garncarska Wioska” w Kamionce*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
- Jabłońska G. (2010), *W pogoni za prestiżem, czyli najbardziej poważane zawody w Polsce*, Sedlak&Sedlak [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.rynekpracy.pl/artukul.php/wpis.107>.
- Juchniewicz M. (2010), *Strategia niszy rynkowej jako specyficzny element potencjału rozwojowego mikroprzedsiębiorstw. Podręcznik dla mikroprzedsiębiorców*, PARP, Warszawa.
- Już nie psuję zegarków, ja je produkuje*, [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://menstream.pl/wiadomosci-kariera/juz-nie-psuje-zegarkow-ja-je-produkuje,0,766634.html#nizej>.
- Już nie sprzątaczką, a coraz częściej sprzątaczą* (2011), „Gazeta Prawna”, 30 czerwca.
- Kabaj M. (2010), *System kształcenia zawodowego i kierunki jego doskonalenia w warunkach integracji i wzrostu konkurencyjności*, Związek Rzemiosła Polskiego, Warszawa.
- Kask Kubicy – cudenka* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://gazetasportowa.blox.pl/2009/10/Kask-Kubicy-cudenko.html>.
- Kaski Roberta Kubicy malowane są w Gorzowie Wielkopolskim* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://sport.wp.pl/kat,48594,title,Kaski-Roberta-Kubicy-malowane-sa-w-Gorzowie-Wielkopolskim,wid,8499165,wiadomosc.html?ticaid=1ce4e&_tictsn=5.
- Kielczewski D. (2003), *Postmodernizm w konsumpcji a rozwój regionalny*, [w:] Bocian A.F. (red.), *Rozwój regionalny a proces integracji*, Wydawnictwo Fundacji Promocji Rozwoju Podlasia, Białystok.
- Kielczewski D. (2005), *Unijny system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych jako szansa rozwojowa*, [w:] Bocian A.F. (red.), *Podlasie a procesy*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Kielczewski D. (2006), *Etnocentryzm w zachowaniach konsumentów*, [w:] Bocian A.F. (red.), *Podlasie – kierunki*, Wydawnictwo Fundacji Promocji Rozwoju Podlasia, Białystok.
- Komorowski S. i in. (2010), *Rozwój sektora e-usług na świecie*, PAPR, Warszawa.
- Konieczny M. i in. (2008), *Kompendium przedsiębiorczości*, MPiPS, Warszawa.

- Kosakowska J., Prószyński M. (2009), *Ekspertyza dotycząca tematu wpisanego do planu Działania IP/IP2 na 2010 r. „Budowa instrumentów wspierających rozwój zainteresowania nowymi zawodami, zawodami niszowymi oraz cieszącymi się małą popularnością” (projekty innowacyjne)*, Warszawa.
- Kröger F., Vizjak A., Kwiatkowski A. (2007), *Sukces w niszach rynkowych*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa.
- Krowicka B., *Pierwsza praca, pierwszy milion – duże firmy powstałe na studiach* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://nowapraca.pl/artykuly/wlasna-firma/pierwsza-praca-pierwszy-milion-duze-firmy-powstale-na-studiach.html>.
- Krutul U. (2011), *Białystok/Sklep SztÓkaTeria, czyli piękno ręcznej roboty* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.podlaskie.strefabiznesu.pl/artukul/bialystok-sklep-sztokateria-czyli-piekno-recznej-roboty-48518.html>.
- Kulawczuk P. (2010), *Kryteria determinacji dziedzin reprezentujących największe potencjały z punktu widzenia tworzenia miejsc PWJ*, [w:] Bąk M., Kulawczuk P., Szcześniak A. (red.), *Praca wysokiej jakości. Mechanizmy, instrumenty i rozwiązania dla zwiększenia liczby dobrze płatnych miejsc pracy w województwie mazowieckim*, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa.
- Kuras L. (2012), „*Mechatronizacja rynku pracy*” – zapotrzebowanie na kwalifikacje mechatroniczne w kontekście procesów rozwojowych w województwie łódzkim, Obserwatorium Rynku Pracy dla Edukacji w ŁCDNiKP.
- Lista produktów tradycyjnych według województw*, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych/>.
- Loft37 – zaprojektuj własne buty* (2011) [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://www.groszki.pl/groszki/1,80237,9583550,Loft37_zaprojektuj_wlasne_buty.html.
- Łój G. (2007), *Rehabilitacja a jakość życia osób w starszym wieku*, „Gerontologia Polska”, tom 15, nr 4.
- Maciąg E. (2011), *Pierwsza w Polsce ekologiczna czekolada* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.wjemy.pl/tag/manufaktura-czekolady/>.
- Malinowska K., Lewkowska A. (2011), *Jacek Okulowicz: szewc, co we własnych butach chodzi* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://bialystok.gazeta.pl/bialystok/1,42084,1318318.html#ixzz1gNcMYXs0>.
- Manufaktura Czekolady – z miłości do słodczy* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://slowdizajn.pl/2011/slow-food/manufaktura-czekolady-z-milosci-do-slodczy/>.

- Marynowicz G. (2011), *Zarabia miliony na kościach do gry*, Bankier.pl [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://www.bankier.pl/wiadomosci/print.html?article_id=2369740.
- Matusiak K.B., Kuciński J., Gryzik A., red. (2009), *Foresight kadr nowoczesnej gospodarki*, PARP, Warszawa.
- Moos J. (2008), *Modelowanie systemu edukacji mechatronicznej*, [w:] Piasecki B., Kubiak K., *Mechatronika. Przewodnik przedsiębiorcy. Regionalny foresight technologiczny*, SWSPiZ, Łódź.
- Moszkowicz M. (2005), *Zarządzanie strategiczne. Systemowe koncepcje biznesu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Naszkowska K. (2011), *Porzucili pracę w korporacji dla czekolady. Zarabiają i robią co chcą* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://wyborcza.biz/biznes/1,101716,9689296,Porzucili_korporacje_dla_czekolady_Manufaktury_Czekolady.html?as=2&startsz=x.
- Nazaruk I. (2011), *Świat poznawany przez kuchnię*, „Gazeta Wyborcza” z 7 listopada 2011 r. Dodatek specjalny.
- Obiedzińska E., Zientek-Varga J. (2010), *Konsument wyznacza trendy*, „Fresh & Market”, nr 1.
- Perspektywy rozwoju sektora call center* (2011), Outsourcing Portal [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.outsourcingportal.pl/artykuly,perspektywy-rozwoju-sektora-call-center,0,2,166,2.html>.
- Plawgo B., Klimczuk M., Citkowski M. (2010), *Klastry jako potencjał rozwoju – województwo podlaskie*, Fundacja BFKK, Białystok.
- Polpora. Zegarek dnia trzynastego... w piątek* (2011) [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://centrumpr.pl/artikul/polpora-zegarek-dnia-trzynastego-w-piatek,19578.html>.
- Polski Portal Pracy* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://www.praca.pl/poradniki/lista-stanowisk/sprzedaz-obsluga-klienta/konsultant-ds-sprzedazy_pr-694.html.
- Polski Portal Pracy* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://www.praca.pl/poradniki/lista-stanowisk/logistyka-dystrybucja/kolporter-ulotek_pr-437.html.
- Polski rynek e-commerce* (2010), Stowarzyszenie Marketingu Bezpośredniego, Warszawa [on-line]. Dostępny w World Wide Web: www.smb.pl, [za:] *Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor call center*, Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok.

- Portal Edukacji Ekonomicznej NBP* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.nbportal.pl/pl/commonPages/EconomicsEntryDetails?entryId=426&pageId=608>.
- Portal Nianie* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://nianie.pl/>.
- Portal Wiedzy PWN* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://poradnia.pwn.pl/lista.php?id=8909>.
- Portal Zegarkowo* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: http://zegarkowo.cba.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=81&Itemid=56.
- Późniak T. (2006), *Kości zostały sprzedane*, „Wprost”, 9 kwietnia.
- Praca nierejestrowana w Polsce w 2010 roku* (2011), GUS, Warszawa.
- Praca nierejestrowana w Polsce w 2011 roku* (2012), GUS, Warszawa.
- Prestiż zawodów* (2009), CBOS, Warszawa, styczeń.
- Prognoza rozwoju dolnośląskiego rynku pracy. Prognoza zapotrzebowania gospodarki regionu na siłę roboczą w układzie sektorowo-branżowym i kwalifikacyjno-zawodowym w województwie dolnośląskim* (2010), Ageron Polska, UMWD Warszawa.
- Program specjalizacji w bromatologii* (2004), Centrum Medyczne Kształcenia Podyplomowego, Warszawa.
- Projektuje i maluje kaski dla Roberta Kubicy* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://mambiznes.blox.pl/2010/01/Projektuje-i-maluje-kaski-dla-Roberta-Kubicy-1.html>.
- Prześlakowski J. (2009), *Dostawca własnego produktu pod własną marką bezpośrednio do klienta końcowego. Studium przypadku firmy Sławomir Piwowarczyk DESIGN*. Kraków, [w:] Bąk M., Kulawczuk P. (red.), *Przedsiębiorczość intelektualna i technologiczna w XXI wieku*, Krajowa Izba Gospodarcza, Warszawa.
- Przewodnik po zawodach* (2003), tom V, Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa.
- Pytanie na śniadanie*, TVP [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.tvp.pl/styl-zycia/magazyny-sniadaniowe/pytanie-na-sniadanie/stylistaradzi/spersonalizowane-buty/4890937>.
- Rajewska J. (2005), *Dyskryminacja ze względu na wiek w obszarze ochrony zdrowia*, [w:] Tokarz B. (red.), *Stop dyskryminacji ze względu na wiek. Co wiemy o dyskryminacji ze względu na wiek? Głos ekspertów, doświadczenia osób starszych*, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Warszawa.
- Ratuszniak B. (2010), *Rynek e-commerce będzie wart 15,5 miliarda zł w 2010 roku* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

<http://interaktywnie.com/biznes/newsy/e-commerce/rynek-e-commerce-bedzie-wart-15-5-miliarda-zl-w-2010-roku-15279>.

Romaniuk E. (2011), *Przystanek Młodzi. Jurek Fiedoruk artysta-rzemieślnik* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://bialystok.gazeta.pl/bialystok/1,35251,9764574,Przystanek_Mlodzi_Jurek_Fiedoruk_artysta_rzemieslnik.html#ixzz1y98RvX4y.

Rzemiosło – najlepszy pracodawca w regionie (2009), Izba Rzemieślnicza oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Katowicach, Katowice.

Serwis zdrowia e-Pacjent.pl [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

<http://www.epacjent.pl/artikul.php?idartykul=109 &poddzial=Lista%20artyku%C4%B9%E2%80%9A%C4%82%C5%82w>.

Sielicka B. (2011), *Zawody, którym grozi wymarcie* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Zawody-ktorym-grozi-wymarcie-2341152.html>.

Sieński J. (2009), *Kowale wracają do łask*, „Dziennik Bałtycki”, 4 grudnia.

Skuza Z.A. (2008), *Ginące zawody w Polsce*, Sport i Turystyka – MUZA SA, Warszawa.

Slow Food nad Wigrami [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://www.wigry.win.pl/kwartalnik/nr26_slowfood.htm.

Sławomir Piwowarczyk DESIGN, Kraków [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

<http://naukawbiznesie.pl/pliki/Slawomir-Piwowarczyk-DESIGN,Krakow.pdf>.

Smyczek S. (2010), *Etnocentryzm konsumencki na rynku usług finansowych*, [w:] *Zachowania konsumentów a marketing*, Zeszyty Naukowe AE w Katowicach, „Studia Ekonomiczne”, Katowice.

Sosnowska A. i in. (2005), *Jak wdrażać innowacje technologiczne w firmie. Poradnik dla przedsiębiorców*, PARP, Warszawa.

Sprzątaczkę podziwiane? Teraz już tak (2011) [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://ezt.pl/pl/News/View/70>, *Sprzątaczkę podziwiane-Teraz już tak*.

Sprzątaczkę trącą pracę, a firmy czystościowe zatrudniają. W Polsce kręci się rynek usług czystościowych [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

<http://www.bankier.pl/wiadomosc/Sprzataczki-traca-prace-a-firmy-czystosciowe-zatrudniaja-W-Polsce-kreci-sie-rynek-uslug-czystosciowych-2482620.html>.

Staniszewski M. (2011), *Personalizacja, customizacja, indywidualizacja... i różne inne racje* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

<http://staniszewskimarek.blogspot.com/2011/03/personalizacja-customizacja.html>.

- Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor rehabilitacji geriatrycznej* (2009), Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok.
- Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji żywności leczniczej* (2010), Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok.
- Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor producentów artykułów i sprzętu medycznego, sektor rehabilitacji geriatrycznej* (2009), Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok.
- Startery podlaskiej gospodarki. Analiza gospodarczych obszarów wzrostu i innowacji województwa podlaskiego. Sektor produkcji bielizny* (2010), Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku, Białystok.
- Stoch M. (2011), *Wierz w elfy i sprzedają kości. Drogo* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
<http://manager.money.pl/ludzie/wywiady/artukul/wierza;w;elfy;i;sprzedaja;kosci;drogo,228,-1,754916.html>.
- Strategia Rozwoju Województwa Podlaskiego do 2020 roku* (2006), Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok.
- Strauchmann K. (2008), *Polskie rzemiosło umiera* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
<http://www.nton.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20080829/REPORTAZ/539052748>.
- Strona firmy CrystalCiTY – KSK Anna Sawoń* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://crystalcity.firmy.net/opis-dzialalnosci.html>.
- Strona firmy Sławomir Piwowarczyk DESIGN* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.gucioshoes.com/>.
- Strona firmy Tenax PH* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
<http://www.spdesign.biz/pl/node/25>.
- Styl życia – najnowsze trendy* (2010) [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
http://gospodarka.gazeta.pl/firma/1,31560,6322837,Styl_zycia_najnowsze_trendy.html, 29.06.2010.
- Szczyrek K. (2010), *Te zawody to już przeszłość* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:
<http://polskalokalna.pl/wiadomosci/podkarpackie/rzeszow/news/te-zawody-to-juz-przeszosc,1428931,229>.
- Szymańska M. (2010), *Im się udało. Monika Bacia spełniła swoje marzenie – otworzyła salon piękności dla zwierząt „Twój Sierściuch”* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.podlaskie.strefabiznesu.pl/artukul/im-sie>

udalo-monika-bacia-spełnila-swoje-marzenie-otworzyła-salon-piekności-dla-zwierzat.html.

Śmigiel S. (2011), *Polki chcą wesołych butów* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://gospodarka.gazeta.pl/firma/1,31560,9862734,Polki_chca_wesolych_butow.html.

Tanana K.E., Małecka-Tepicht M. (2010), *Sprzedawca u drzwi. Analiza rynkowa branży sprzedaży bezpośredniej w Polsce* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://pieniadze.gazeta.pl/Gospodarka/1,122003,7492281,Sprzedawca_u_drzwi_Analiza_rynkowa_branzy_sprzedaży.html?as=2.

Tkaczyk R. (2011), *Ginące zawody* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://www.solidarnosc.gda.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1360:gince-zawody&catid=138:poradnik-pracownika&Itemid=180.

TOP 10: Najbardziej nielubiane zawody... (2011) [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.hotmoney.pl/artykul/top-10-najbardziej-nielubiane-zawody-21229>.

Tradycje Podlasia – SZLAK RĘKODZIELA LUDOWEGO NA PODLASIU [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.atrakcjepodlasia.pl/tradycje-szlak-rekodziela-ludowego.htm>.

Trendy w dizajnie, Goethe Institut [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.goethe.de>.

Warto rekrutować na stanowiska niszowe (2010), „Rekruter. Magazyn Branży HR”, nr 12.

Wcale nie koniec świata rzemieślników (2011) [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://wroclaw.gazeta.pl>.

Wiak S., Smółka K. (2008), *Mechatronika – kształcenie multidyscyplinarne a potrzeby rozwojowe gospodarki*, [w:] Piasecki B., Kubiak K., *Mechatronika. Przewodnik przedsiębiorcy. Regionalny foresight technologiczny*, SWSPiZ, Łódź.

Wolski K. (2011), *Nowa profesja – mąż do wynajęcia* [on-line]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.rynekpracy.pl/artykul.php/wpis.279>.

Wychodzony sukces (2011), „25 Pomysłów na Firmę”, nr 13 [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://www.25pomyslow.pl/index.php?strona=Numer_13_1.

Wykaz zawodów odpowiadających danemu rodzajowi rzemiosła, w których izby rzemieślnicze powołały komisje egzaminacyjne, przeprowadzające egzaminy na tytuły czeladnika i mistrza (2009), czerwiec.

Zalewska L. (2011), *Tomasz Sienkiewicz i Krzysztof Stypulkowski – porzucili korporacje, by robić prawdziwą czekoladę* [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

http://forsal.pl/artykuly/490885,tomasz_sienkiewicz_i_krzysztof_stypulkowski_porzucili_korporacje_by_robic_prawdziwa_czekolade.html.

Zarobić pieniądze na cudzej grze w kości [on-line]. Dostępny w World Wide Web:

<http://www.mmpoznan.pl/316850/2010/4/22/zarobic-pieniadze-na-cudzej-grze-w-kosci?category=news>.

Żółciak P., Otto T. (2011), *Hossa w branży ochroniarskiej*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 12 marca.

INFORMACJA O AUTORACH

Dr Magdalena Klimczuk-Kochańska	Wyższa Szkoła Administracji Państwowej w Białymstoku
Dr Cecylia Sadowska-Snarska	Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania