



Raport z badania prowadzonego metodą zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI)

wśród przedstawicieli przedsiębiorstw
oraz przedstawicieli kadry zarządzającej szkół kształcenia zawodowego
na potrzeby projektu pt.

***Nowoczesne technologie i rozwiązania organizacyjne w przedsiębiorstwach –
efektywny program doskonalenia nauczycieli kształcenia zawodowego***

FOCUS II – 20 KWIETNIA 2012 R.

**TEMAT BADANIA:
NOWOCZESNE TEHNOLOGIE**

Opracowanie: dr Janusz Konrad Skonieczny
dla Bison Consulting S.A.



Bison
CONSULTING
Bison Consulting S.A.
ul. Legnicka 46A lok.12
53-674 Wrocław
tel. 71 341 82 30
fax. 71 342 00 80
office@bison.com.pl
www.bison.com.pl

Wrocław, maj 2012 r.



Spis treści

1. Wstęp.....	2
1.1. Charakterystyka metody badawczej	3
2. Opis realizowanego badania.....	5
2.1. Cel badania	5
2.2. Problem badawczy	6
2.3. Opis próby. Charakterystyka grupy badawczej. Miejsce i czas badania.....	6
3. Streszczenie badania.....	9
4. Wnioski	13



1. Wstęp

Prezentowany raport stanowi rezultat badania przeprowadzonego w ramach projektu *Nowoczesne technologie i rozwiązania organizacyjne w przedsiębiorstwach – efektywny program doskonalenia nauczycieli kształcenia zawodowego*, współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Działanie 3.4 – Otwartość systemu edukacji w kontekście uczenia się przez całe życie, Poddziałanie 3.4.3 – Upowszechnienie uczenia się przez całe życie – projekty konkursowe .

Badanie stanowi część składową cyklu działań zaplanowanych w ramach realizacji projektu, zmierzających do trafnej identyfikacji potrzeb przedsiębiorców i przedstawicieli szkół ponadgimnazjalnych, kształcących na potrzeby niżej wymienionych branż:

- administracyjnej
- ekonomiczno-handlowej
- marketingowej
- informatycznej
- telekomunikacyjnej.

Projekt skierowany jest nauczycieli kształcenia zawodowego, kształcących pracowników średniego i niższego szczebla na potrzeby sektora usług w/w branż w zakresie zapewnienia im bezpośredniego kontaktu z rzeczywistym środowiskiem pracy w przedsiębiorstwach.

W związku z powyższym projekt w swoim zakresie obejmuje opracowanie w ścisłej współpracy z pracodawcami i szkołami zawodowymi, prowadzącymi kształcenie w obszarze wskazanych branż, wdrożenie w ramach pilotażowej edycji i upowszechnienie nowych rozwiązań dotyczących doskonalenia nauczycieli przedmiotów zawodowych i instruktorów praktycznej nauki zawodu oraz aktualizację ich kompetencji w zakresie nowoczesnych technologii i rozwiązań organizacyjnych w kontekście wymagań nowoczesnej gospodarki. Przeprowadzone badanie stanowi pierwszy etap realizacji założonego celu. W efekcie końcowym prowadzonych działań powstanie 2-częściowy *Programu doskonalenia nauczycieli kształcenia zawodowego w przedsiębiorstwach*:

Część 1. *Nowoczesne technologie w przedsiębiorstwach*

Część 2. *Rozwiązania organizacyjne w przedsiębiorstwach.*



W projekcie zaplanowano dziesięć pięciogodzinnych sesji focusowych, tj. badań realizowanych przy użyciu techniki zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI):

- 5 FGI na temat nowoczesnych technologii
- 5 FGI na temat rozwiązań organizacyjnych w przedsiębiorstwach.

Każdorazowo badanie zostanie przeprowadzenie wśród grupy osób wyselekcjonowanych zgodnie z kryteriami określonymi w projekcie:

- 5 przedsiębiorców
- 5 przedstawicieli szkół kształcenia zawodowego z branż objętych wsparciem w projekcie.

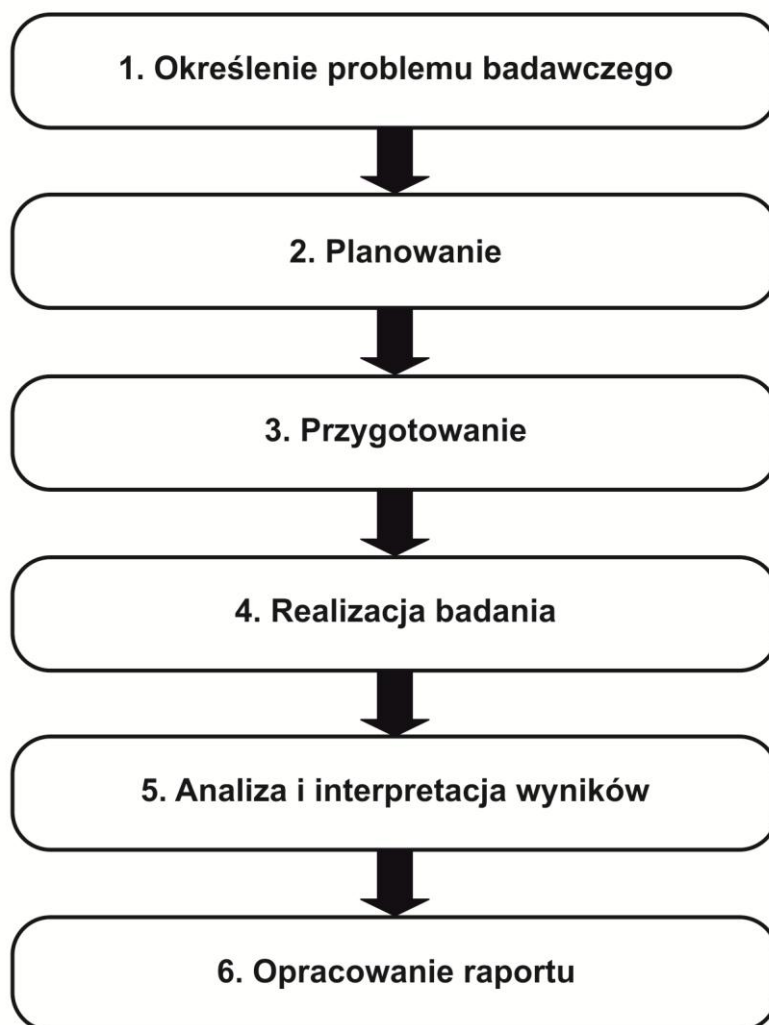
W niniejszym raporcie zostały przedstawione wyniki badania przeprowadzonego wśród przedstawicieli kadry zarządzającej szkół kształcenia zawodowego i przedstawicieli przedsiębiorstw z branży marketingowej. Temat badawczy koncentrował się wokół problemu rozwiązań organizacyjnych w przedsiębiorstwach.

Badanie zostało zrealizowane przy użyciu techniki zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI) w dniu 20 kwietnia 2012 roku. Czas trwania badania obejmował pięć godzin.

1.1. Charakterystyka metody badawczej

Badanie miało charakter jakościowy. Zostało zrealizowane za pomocą zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI). Metoda ta polega na pozyskiwaniu danych na interesujący nas temat podczas wspólnej dyskusji w grupie. Liczebność grupy badawczej ogranicza się zazwyczaj od 8 do 12 osób. Taka liczebność gwarantuje każdej badanej osobie swobodne wypowiedzenie się, stwarza możliwość komfortu wypowiedzi, podzielenie się swoimi opiniami, zapewniając jednocześnie różnorodność omawianych doświadczeń.

Badanie odbywało się według następującego schematu:



Rys. 1 Schemat badania przeprowadzonego metodą zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI).

Wybrana metoda badawcza została uznana za najbardziej adekwatną do podejmowanego problemu. Technika ta umożliwia zachowanie kontekstu odkrycia, dotyczącego przede wszystkim dynamiki postaw oraz interakcji, w jakie wchodzi respondenci. Jest to istotny składnik badania umożliwiający całościową i kompletną analizę sytuacji.

Wywiad grupowy prowadzony jest przez moderatora, według wcześniej przygotowanego scenariusza spotkania, który ogniskuje odpowiedzi na zadawane przez siebie pytania i dyskusję wokół pewnych kwestii związanych z głównym kierunkiem badania.

Badania focusowe umożliwiają wykorzystanie właściwości dynamiki grupowej, które są ważnym elementem obserwacji, a w konsekwencji powstających analiz i raportów. Elementy dynamiki grupowej charakterystyczne dla badań focusowych:



- efekt synergii – uzyskiwanie zwielokrotnionych korzyści dzięki umiejętnemu połączeniu części składowych całości. Odpowiedni doboru członków grupy oraz właściwe jej kierowanie (moderator), gwarantuje powstanie efektu synergii dodatkowo. W efekcie członkowie grupy wypracowują więcej rozwiązań, mają więcej pomysłów niż podczas wywiadów indywidualnych.
- efekt domina – jedno drobne zdarzenie uruchamia szereg następujących po sobie, wynikających jedno z drugiego zdarzeń. Jedna wypowiedź generuje ciąg następujących po sobie wypowiedzi, wypowiedzianych na podstawie subiektywnych skojarzeń.
- wzajemna symulacja – grupa w większym stopniu motywuje swych członków do czynnego udziału w dyskusji niż pojedynczy ankieter.
- poczucie bezpieczeństwa/tożsamość grupy – brak indywidualnej odpowiedzialności za wypracowane wnioski, efekt prac jest rezultatem wspólnym działań.
- spontaniczność i otwartość – bardziej przypomina naturalną sytuację z życia codziennego niż sytuacja wywiadu kwestionariuszowego, dlatego też wypowiedzi członków grupy są bardziej spontaniczne i naturalne.
- wspólny cel – działania grupowe na rzecz wspólnego celu, bliskiego poszczególnym osobom, gwarantuje większe zaangażowanie poparte większą wiarą w sukces i sens podejmowanych działań.

Prowadzone badania są realizowane na nośniku elektronicznym, przy użyciu kamery cyfrowej. Zapis audio wywiadu umożliwia analizę badania w warunkach laboratoryjnych.

2. Opis realizowanego badania

2.1. Cel badania

Celem badania jest diagnoza sytuacji, potrzeb, problemów będących obszarem styku działań przedsiębiorców i nauczycieli kształcenia zawodowego. Z jednej strony definiowano oczekiwania nauczycieli kształcenia zawodowego w zakresie doskonalenia ich kompetencji, obszarów kompetencji wymagających szczególnego wsparcia w zakresie nowoczesnych technologii stosowanych w przedsiębiorstwach. Z drugiej strony przedsiębiorcy określili szanse i bariery związane z absorpcją młodej kadry na rynku pracy.



Przeprowadzone badanie koncentrowało się wokół zdefiniowanego na wstępie obszaru kształcenia i dotyczyło identyfikacji potrzeb nauczycieli kształcących pracowników średniego i niższego szczebla na potrzeby branży marketingowej.

2.2. Problem badawczy

Temat badania:

nowoczesne technologie.

Branże usługowe, takie jak administracyjna, ekonomiczno-handlowa, marketingowa, informatyczna, telekomunikacyjna, odpowiadają obecnie w UE za tworzenie ok. 65% PKB i zapewniają ok.70% miejsc zatrudnienia. Tymczasem w Polsce sektor usług wypracowuje ok. 45% PKB i daje zatrudnienie 57% ogólnej liczby pracujących (dane: GUS, 2010).

Możliwości zwiększenia tempa rozwoju gospodarczego tkwią właśnie w tym sektorze gospodarki. Ocenia się, że sektor usług w Polsce charakteryzuje znaczny potencjał w zakresie tworzenia nowych miejsc pracy, w szczególności dla absolwentów szkół zawodowych wykształconych na potrzeby tego sektora gospodarki (*NSRO 2007-2013*), głównie z uwagi na atrakcyjność inwestycyjną Polski, jako miejsca lokalizacji zagranicznych ośrodków usługowych, obsługujących całe koncerny.

Jednakże analizując sytuację na polu relacji pomiędzy podmiotami kształcącymi nowe kadry gospodarki, a przedsiębiorcami, zauważono:

- brak dialogu między sektorami – edukacja : przedsiębiorcy
- prowadzenie działań równoległych, które spotykają się w pojedynczych przypadkach
- dynamika rozwoju rynku w znacznym stopniu wyprzedza poziom i sposób kształcenia proponowany przez szkoły ponadgimnazjalne.

2.3. Opis próby. Charakterystyka grupy badawczej. Miejsce i czas badania

W badaniu wzięło udział 10 osób:

- 5 przedstawicieli przedsiębiorstw (1 kobieta, 4 mężczyzn)
- 5 przedstawicieli kadry zarządzającej szkół kształcenia zawodowego (2 kobiety, 3 mężczyzn), prowadzących edukację na potrzeby branży marketingowej.



Selekcja grupy badawczej została przeprowadzona zgodnie z kryteriami założonymi w projekcie. Została uwzględniona zasada równości szans kobiet i mężczyzn, a także wzięto pod uwagę stereotyp funkcjonujący w zawodzie nauczyciela, który jest zawodem sfeminizowanym.

Przedsiębiorcy (P/1 – P/5) – kadra zarządzająca przedsiębiorstw o zróżnicowanej wielkości, z powiatu kłodzkiego.

PRZEDSIĘBIORCY			
PŁEĆ	STANOWISKO	LOKALIZACJA FIRMY	PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI FIRMY
mężczyzna	dyrektor	Duszniki Zdrój	usługi komunalne
mężczyzna	prezes	Nowa Ruda	usługi komunalne
mężczyzna	kierownik	Nowa Ruda	usługi hotelarsko – gastronomiczne
mężczyzna	współwłaściciel firmy	Nowa Ruda	usługi w zakresie prawa pracy, bhp, pomiary środowiska pracy, doradztwo dla firm
kobieta	właściciel firmy	Jugów	Handel – hurt art. ciastkarskich i piekarniczych

Tabela 1. Dane uczestników badania – reprezentanci przedsiębiorstw.

Przedstawiciele szkół (S/1 – S/5) – dyrektorzy, wicedyrektorzy, doradcy zawodowi i pedagodzy szkół ponadgimnazjalnych powiatu kłodzkiego. Nauczyciele z wieloletnim doświadczeniem w pracy zawodowej. Osoby zaangażowane w działania na rzecz dzieci i młodzieży. Aktywni pedagodzy, nieustannie podnoszący kompetencje zawodowe.



PRZEDSTAWICIELE SZKÓŁ KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO			
PŁEĆ	STANOWISKO	LOKALIZACJA PLACÓWKI	CHARAKTER PLACÓWKI KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO
kobieta	pedagog	Nowa Ruda	zespół szkół ponadgimnazjalnych (technikum, zasadnicza szkoła zawodowa)
mężczyzna	dyrektor	Stronie Śląskie	zespół szkół ponadgimnazjalnych (technikum, liceum, zasadnicza szkoła zawodowa)
mężczyzna	dyrektor	Kłodzko	zespół szkół społecznych (szkoła podstawowa, gimnazjum, liceum)
mężczyzna	doradca zawodowy	Stronie Śląskie	zespół szkół ponadgimnazjalnych (technikum, liceum, zasadnicza szkoła zawodowa)
kobieta	pedagog	Stronie Śląskie	zespół szkół ponadgimnazjalnych (technikum, liceum, zasadnicza szkoła zawodowa)

Tabela 2. Dane uczestników badania – reprezentanci kadry zarządzającej szkół kształcenia zawodowego.



Respondenci zostali zebrani w jednym miejscu na okres pięciu godzin.

Badanie odbyło się w studio focusowym, tzw. focusowni w Nowej Rudzie (powiat kłodzki).

Focusowania składała się z dwóch pomieszczeń:

- sala focusowa – wyposażona w lustro weneckie, stół, krzesła oraz rejestrator audio-video (kamera)
- sala podglądowa – przystosowana do podglądu badania w czasie jego trwania, posiada miejsca siedzące oraz biurko. Wyposażona w lustro weneckie oraz monitor połączony bezpośrednio z kamerą umieszczoną w fokusowi, umożliwiające obserwację badania w czasie jego trwania.

3. Streszczenie badania

Badanie odbyło się według następującego scenariusza:

1. **Wprowadzenie – przedstawienie się moderatora, projektu oraz celu całego badania.**
2. **Powiadomienie o rejestracji spotkania oraz przybliżenie techniki wywiadów grupowych zogniskowanych oraz roli moderatora.**
3. **Przedstawienie uczestników spotkania.**
4. **Rozgrzewka.**
5. **Sytuacja na rynku pracy w powiązaniu z profilami kształcenia w edukacji.**
6. **Zapotrzebowanie pracodawców na specjalistów w danej branży.**
7. **Jakie są możliwości szkół w zakresie edukacji w danej branży?**
8. **Jakiego pracownika chcieliby otrzymać pracodawcy jako absolwenta danej branży?**
9. **Jakie są stawiane wymagania kwalifikacyjne nauczycielom zawodu?**
10. **Czy pracodawcy są w stanie pomóc edukacji w stworzeniu możliwości doskonalenia nauczycieli kształcenia zawodowego?**
11. **Jakie są potrzeby szkoleniowe nauczycieli kształcenia zawodowego?**
12. **Podsumowanie – wnioski.**

Rys. 2 Scenariusz badania przygotowany przez moderatora.

Moderator podczas badania stosował reguły prawidłowej komunikacji:



- parafrazowanie
- aktywne słuchanie
- naprowadzanie na właściwy temat rozmowy, w przypadku pojawiania się zbyt wielu dygresji
- panowanie nad czasem
- jasność i przejrzystość komunikatów
- podsumowywanie
- brak sądów oceniających lub wartościujących.

Uczestnicy badania wykazali się dużą znajomością tematu i chętnie odwoływali się do przykładów płynących z doświadczenia. Zarówno przedstawiciele środowiska przedsiębiorców, jak i przedstawiciele kadry zarządzającej szkół zawodowych prowadzili dialog w duchu wzajemnego zrozumienia. Podczas rozmowy na przemian kierowali do siebie pytania o charakterze otwartym, sugerująca dociekliwość do źródła problemu.

Najczęściej wykorzystywane metaprogramy (rodzaj filtrów wykorzystywanych do przyswajanie informacji w określonej sytuacji), to:

- dążenie do
- autorytet wewnętrzny
- szczegółowy.

W przeprowadzonym badaniu można wyróżnić dwa główne obszary dyskusji:

- sytuacja na rynku pracy
- kondycja nauczyciela zawodu w obszarze znajomości nowoczesnych technologii.

W opinii badanych rynek pracy nadal jest rynkiem, na którym warunki określa pracodawca. Sytuacja spowodowana jest bardzo dużą i wciąż narastającą liczbę osób bezrobotnych poszukujących zatrudnienia. Cyklicznie, wraz z zakończeniem roku szkolnego, na rynku pracy pojawiają się absolwenci szkół średnich, którzy dołączają do grupy bezrobotnych.

Badania pokazują, że kształcimy bezrobotnych. Pytanie – dlaczego?(S/4)

Na niski poziom wykształcenia absolwentów szkół średnich i wyższych, przede wszystkim spowodowany brakiem umiejętności praktycznych, zwracali uwagę przedsiębiorcy:

W branży usług doradczych dla przedsiębiorstw trudno znaleźć dobrego marketingowca, przede wszystkim zbyt długo muszą się uczyć swoich obowiązków (P/3).

Inne opinie nawiązujące do tej kwestii:



Reprezentuję spółkę komunalną i drugi rok mamy trudności w znalezieniu specjalistów, którzy zajęliby się skutecznym marketingiem naszych usług (P/1).

Ci ludzie młodzi nawet jak są, to są w ogóle nieprzygotowani do zawodu z uwagi na to, że technika tak poszła do przodu, dziś obrabiarki sterowane numerycznie, komputerowo, wykroje, pracodawca musi się zatrudniać w roli nauczyciela, a to podraża koszty (P/2).

Przedsiębiorcy uznali, że nie szukają wyłącznie pracowników, którzy zdobyli już doświadczenie zawodowe. Są otwarci na zatrudniania osób młodych, które jednak powinny spełniać określone warunki:

- gruntowne wykształcenie w swojej branży, nie tylko dokumenty potwierdzające uzyskanie tytułu
- chęć przejścia przez różne szczeble kariery – brak roszczeniowego podejścia do pracy
- chęć uczenia się nowych rzeczy.

Przykładowe wypowiedzi pracodawców dotyczące zatrudniania absolwentów:

Chętnie absolwent pod warunkiem, że wykształcony nowocześnie (P/5).

Zdarzało się, że w porównaniu z absolwentami po studiach, absolwenci szkół średnich byli lepszymi pracownikami i jako pracownicy marketingu lepiej się sprawdzili (P/3).

Określenie warunków, jakie powinien spełnić idealny kandydat na pracownika w branży marketingowej, stanowiło stabilny fundament wyjścia do dyskusji na temat roli nauczyciela w skutecznym procesie kształcenia.

Przede wszystkim zaznaczono, że *nauczyciele chcą się uczyć (S/5).*

Eksploracja tematu odsłoniła istotny fakt determinujący kondycją nauczycieli szkół zawodowych. System edukacji określany zapisami legislacyjnymi – kartą nauczyciela, programem nauczania, opóźnia rozwój zawodowy nauczyciela. Szczególnie widoczne jest to w przypadku obszaru dotyczącego stosowania nowoczesnych technologii:

Nowe technologie rozwijają się błyskawicznie tymczasem programy nauczania mają po 10 i więcej lat, jak zatem nauczyciel ma być skuteczny w procesie nauczania (S/5).

Przepisy prawne, w opinii badanych, winny stanowić swego rodzaju rękojmię dla nauczycieli w zakresie podnoszenia kompetencji:

Brak jest rozwiązań prawnych umożliwiających doskonalenie zawodowe nauczycieli na terenie przedsiębiorstw (S/3),



zaś osobom sterującym pracą szkół powinny dawać większą swobodę działania:

Mamy zbyt mało swobody w podejmowaniu decyzji, chciałbym aby moja placówka była czymś w rodzaju zespołu wzorcowych przedsiębiorstw, gdzie nauczyciel kształcenia zawodowego ma pełne instrumentarium do nauki zawodu (S/3).

Moderator przedstawił definicję nowych technologii, określoną w *Ustawie o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej*:

(...) nowa technologia – technologia w postaci prawa własności przemysłowej lub usługi badawczo-rozwojowej (w rozumieniu Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług), która umożliwia wytwarzanie nowych lub znacząco ulepszonych towarów, procesów lub usług i nie jest stosowana na świecie dłużej niż 5 lat.

Badani przedstawiali własny sposób rozumienia terminu. Wymieniono zbiór składający się z następujących elementów:

- wiedza technologiczna
- patenty
- licencje
- know-how
- rozwiązania IT.

Najczęściej, jednak, ogniskowano wypowiedzi wokół rozwiązań informatycznych.

Opinię respondentów na temat zastosowanie nowych technologii w edukacji doskonale obrazuje wypowiedź jednego z uczestników badania:

Miejsce nowych technologii w nauczaniu jest znaczące. Wyniki badań z krajów zachodnich pokazują, że szkoły, które włączają nowoczesne urządzenia, programy i metody pracy w proces nauczania, osiągają lepsze wyniki niż te, które uczą tradycyjnymi metodami. W Polsce nie mamy żadnej koncepcji na to, w jaki sposób systemowo i strategicznie wprowadzić nowe technologie w świat edukacji (S/3).

Respondenci zwrócili również uwagę na bariery mentalne, swego rodzaju bierność i godzenie się nauczycieli na zastany stan rzeczy. Brak inicjatywy w podejmowaniu nowych rozwiązań odzwierciedla następująca wypowiedź:

Żadna szkoła nie zwróciła się do mnie, abym pokazał nauczycielowi zawodu z jakich technologii aktualnie korzystamy (P/2).



Badanie wskazało istotny fakt, zmierzający do zmian i umożliwiający nauczycielom kształcącym na potrzeby branży marketingowej, rozwój. Mianowicie, wola współpracy:

Mimo, że nie ma mechanizmów wspomagających przyjęłabym nauczyciela zawodu na staż, aby mógł od strony praktycznej poznać działalność mojego działu marketingu (P/5).

4. Wnioski

W opinii badanych **nowe technologie w przedsiębiorstwach są obszarem wiedzy, który nauczyciele powinni nieustannie doskonalić**. Szczególną uwagę zwrócono na:

- kształcenie praktycznych umiejętności pracy z wykorzystaniem nowych technologii – zdaniem 100% badanych. W czasach globalnej gospodarki i cyfryzacji w każdej branży, w mniejszym lub większym stopniu, wykorzystywane są narzędzia technologii informacyjnej. W branży marketingowej jest to istotne z uwagi na fakt, że marketingowcy często pełnią w firmach funkcje łączników z kontrahentami zewnętrznymi i wewnętrznymi.
- kształcenie w zakresie aspektów prawnych dotyczących nowych technologii, w tym stosowania programów objętych licencjami, praw autorskich – zdaniem 100% badanych. Respondenci (4 przedstawiciele kadry zarządzającej szkół i 3 przedstawiciele przedsiębiorców) wskazali, że jest to obszar, po którym poruszają się intuicyjnie. Jedynie 30% badanych (20% przedstawiciele kadry zarządzającej szkół i 40% przedstawiciele przedsiębiorców) uznało, że jest to wiedza powszechna, ze zdobyciem której nie mają problemu.