

Ewa Więcek-Janka

Kompetencje jako produkty na rynku pracy w Finlandii i Wielkopolsce na podstawie badań przedsiębiorstw rodzinnych

Ekonomiczne Problemy Usług nr 74, 607-619

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

dr EWA WIĘCEK-JANKA
Politechnika Poznańska

KOMPETENCJE JAKO PRODUKTY NA RYNKU PRACY W FINLANDII I WIELKOPOLSCE NA PODSTAWIE BADAŃ PRZEDSIĘBIORSTW RODZINNYCH

Streszczenie

Kilkuletnie badania rynku (w tym mikroprzedsiębiorstw rodzinnych) skłoniły autorkę do poszukania nieskomplikowanych odpowiedzi na trudne pytania. Jeżeli blisko 60% mikroprzedsiębiorców z Wielkopolski deklaruje swoje niezadowolenie z jakości wyuczonych kompetencji specjalistycznych i menedżerskich u zatrudnianych osób, podczas gdy w Finlandii niezadowolonych jest zaledwie 11%, należy dążyć do zmiany takiego stanu rzeczy i zastosować w tej sferze benchmarking. W publikacji przedstawiono nowatorską koncepcję postrzegania kompetencji i umiejętności jako produktów na rynku pracy poddających się mechanizmom wolnorynkowym.

Przedsiębiorstwa rodzinne

Odmienność w funkcjonowaniu przedsiębiorstw rodzinnych od pozostałych wynika z interferencji odmiennych celów rodziny i przedsiębiorstwa. Rodzina jako instytucja społeczna ma na celu zapewnienie dobrobytu rodzinie, wychowanie i wykształcenie potomstwa i organizowanie życia rodzinnego. Przedsiębiorstwo zaś zaspokaja w głównej mierze potrzeby obce (klientów), a celem jest uzyskanie samodzielności ekonomicznej i generowanie zysku. Ł. Sułkowski¹ uznaje za przedsiębiorstwo rodzinne taki podmiot gospodarczy, w którym struktury własności oraz funkcja zarządzania całym podmiotem pozostają w rękach rodziny. Przedsiębiorstwa rodzinne z roku na rok mają znaczny udział w liczbie przedsiębiorstw ogółem nie tylko w Polsce, ale i na świecie. Są kraje, w których ten udział jest bardzo wysoki. W Meksyku i USA sięga dziewięćdziesięciu kilku procent. W Europie udział ten jest zróżnicowany. We Włoszech to 92%,

¹ Ł. Sułkowski, *Organizacja a rodzina: więzi rodzinne w życiu gospodarczym*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Stowarzyszenie, Toruń 2004.

w Niemczech 75%, Polsce 60%, a Finlandii 68%. W tabeli 1 przedstawiono udział procentowy firm rodzinnych w gospodarkach różnych krajów.

Tabela 1

Udział przedsiębiorstw rodzinnych w gospodarkach krajowych

Kraj	USA	Włochy	Niemcy	Polska	Finlandia
Liczba przedsiębiorstw ogółem	15 mln	3,5 mln	3,8 mln	3,5 mln	321 tys.
Udział w populacji przedsiębiorstw firm rodzinnych w %	90	92	75	60	86
W tym mikroprzedsiębiorstw w %	50	75	60	55	68
Udział w PKB w %	40	75	80	10	60
Wyплаты wynagrodzeń w %	50	55	70	20	60

Źródło: opracowanie na podstawie danych z bazy Eurostat, <http://perheyritysten liitto.demo.amedia.fi>

Przedsiębiorczość rodzinna w ostatnich latach przeżywa swój renesans. Wiele instytucji rządowych, pozarządowych, finansowych i pomocowych zwraca uwagę na istotny wpływ firm rodzinnych na rozwój gospodarki. Jak wynika z badań², firmy rodzinne stanowią trzon stabilizujący gospodarkę kraju. Swoją determinację w przetrwaniu i przewagę konkurencyjną czerpią z zaangażowania i kompetencji właścicieli, kadry zarządczej oraz pracowników liniowych, którzy w znacznej większości są członkami rodziny. Analiza polskich źródeł wtórnych pozwoliła na określenie domen działalności firm rodzinnych.

W stosunku do wszystkich działających firm w określonej branży zajmują one 50% w hotelarstwie i działalności restauracyjnej, 50% w działalności transportowej i spedycyjnej, 41% w handlu, 40% w działalności produkcyjnej i przetwórczej, 35% w obsłudze nieruchomości oraz 30% w usługach pośrednictwa³. Obserwując rynek firm rodzinnych, można zauważyć jego dynamiczny rozwój, jednak brak kompleksowych danych o jego funkcjonowaniu w poszczególnych branżach nie pozwala na wyznaczenie trendu rozwojowego tak dla całości, jak i dla branż z osobna. Kluczowym jednak czynnikiem rozwoju, jak można za-

² L. Sulkowski, *Organizacja a rodzina: więzi rodzinne w życiu gospodarczym*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Stowarzyszenie, Toruń 2004; K. Safin, *Przedsiębiorstwa rodzinne – istota i zachowania strategiczne*, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Wrocław 2007; E. Więcek-Janka, A. Kujawińska, *Źródła przewagi konkurencyjnej mikroprzedsiębiorstw rodzinnych*, w: *Marketing przyszłości. Trendy, strategie, instrumenty*, red. G. Rosa, A. Smalec, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 55, Ekonomiczne Problemy Usług nr 595, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010, s. 59–69.

³ A. Cieślak, *Firmy rodzinne tworzą 10 proc. polskiego PKB*, www.rp.pl/artukul/426828.html.

uważyć, jest elastyczne dopasowanie oferty firm do wymagań rynku, a co za tym idzie uzupełnianie i rozwijanie nowych umiejętności pracowników.

Spojrzenie na Finlandię i Wielkopolskę

Gospodarka Finlandii jest zaliczana do najlepiej rozwiniętych na świecie. Ludność Finlandii liczy 5,5 mln osób. Blisko 80% populacji zamieszkuje miasta. Obszar Finlandii obejmuje 338 tys. kilometrów kwadratowych, z czego 75% nie jest zamieszkała ze względu na bagienno-leśny charakter. Ludność zatem zagospodarowała ok. 85 tys. kilometrów kwadratowych.

Gospodarka Wielkopolski jest jedną z lepiej funkcjonujących w kraju. Ludność Wielkopolski liczy blisko 3,5 mln osób. Obszar to blisko 30 tys. kilometrów kwadratowych. Wielkopolska⁴ zajmuje Pojezierze Wielkopolskie i Nizinę Południowo-Wielkopolską w dorzeczu środkowej Warty. Dzieli się na 4 powiaty grodzkie, 31 powiatów ziemskich i 226 gmin.

Finlandia cieszy się najwyższym możliwym statusem nadanym przez ogólnosięwiatowe agencje ratingowe, jak Fitch Ratings, Moody's czy Standard & Poors. W drugiej połowie XX wieku nastąpił wzrost ekonomiczny oraz wzrost stopy życia mieszkańców Finlandii. HDI⁵ w 2002 r. wynosiło 0,940, co plasowało Finlandię na ósmym miejscu na świecie⁶. W 2010 r. Finlandia znalazła się na pierwszym miejscu. Polska w tym rankingu znajduje się na 29. miejscu⁷ (w roku 2009 była 37.). Taki wzrost zarówno w Finlandii, jak i w Polsce jest związany z przyrostem wiedzy i poziomem edukacji w obu krajach. Fiński system edukacyjny nieustająco uzyskuje znakomite wyniki. Wskaźnik konkurencyjności WEF⁸ plasuje jakość systemu szkolnictwa fińskiego na pierwszym miejscu w świecie. Transfer wiedzy między gospodarką a uczelniami stanowi jeden z kluczowych czynników powodzenia ekonomicznego i innowacyjności. W ciągu ostatniego dziesięciolecia nastąpił wzrost liczby osób zajmujących się badaniami i rozwojem naukowo-technicznym z 40 tys. do niemal 80 tys., co stanowi 2% liczby pracowników i jest odsetkiem najwyższym spośród wszystkich krajów OECD⁹.

⁴ Tu: województwo wielkopolskie.

⁵ Wskaźnik Rozwoju Społecznego (Human Development Index).

⁶ *Final report of the expert group over view of Family-Business-Relevant Issues*, European Commission Enterprise and Industry Directorate – General, november 2009.

⁷ *Ranking Newsweeka: najlepsze kraje do życia*, www.newsweek.pl/artykuly/sekcje/spoleczenstwo/ranking-newsweeka--najlepsze-kraje-do-zycia,63689,1.

⁸ Wskaźnik konkurencyjności opracowany przez World Economic Forum.

⁹ Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju.

Wielkopolski potencjał ludzki trudno porównywać z jego fińskim odpowiednikiem. Chcąc jednak podnosić jakość kompetencji i umiejętności pracowników, należy położyć nacisk na monitorowanie potrzeb w tym zakresie, zwłaszcza dla rynku mikroprzedsiębiorstw (w tym rodzinnych), które stanowią 90% ogółu firm w Wielkopolsce.

Kompetencje i umiejętności jako produkt poszukiwany na rynku pracy

Produkt w marketingu jest rozumiany najszerzej jako obiekt rynkowej wymiany oraz wszystko to, co może być oferowane na rynku. Produktem zatem może być dobro materialne, usługa, miejsce, organizacja bądź idea. Jeżeli rynek pracy można uznać za specyficzną odmianę rynku, to kompetencje należy uznać za produkty wymiany na nim. Podobnie jak wszystkie produkty, kompetencje i umiejętności są ograniczone co do miejsca, czasu, ceny i informacji. Dostępność tej czy innej kompetencji na rynku pracy związana jest z mechanizmami popytu i podaży. Znajomość potrzeb rynku konsumenckiego, jego kierunków zmian i trendów pozwala przedsiębiorstwom elastycznie dostosować profil produkcji i działalności usługowej do przyszłych wymagań poprzez personel o odpowiednich kompetencjach.

Kompetencje, umiejętności i zdolności to pojęcia, które w literaturze są różnie definiowane i często stosowane zamiennie. R. Katz uściśla i rozumie umiejętności jako implikujące zdolności (niekoniecznie wrodzone), które mogą być rozwijane (a nie są jedynie potencjałem) i uwidaczniają się w działaniu¹⁰. Na potrzeby badań i opracowania przyjęto, że umiejętność umożliwia wykorzystanie wrodzonych lub nabytych zdolności w intencjonalnych działaniach i ma charakter kompleksowych i zintegrowanych zbiorów działań. Kompetencją zaś będzie spójna (co do zawartości, celu, budowy itp.) wiązka umiejętności¹¹.

W najnowszym opracowaniu D. Whetten i K. Cameron przedstawiają cechy umiejętności menedżerskich, które można jednak poddać uniwersalizacji. Ich zdaniem¹²:

¹⁰ W. Rzońca, M. Dziębaj, *Rozwój umiejętności menedżerskich za pomocą wybranych form dydaktycznych*, w: *Modele symulacyjne i gry menedżerskie we wspomaganiu decyzji i w dydaktyce*, red. A. Balcerak, W. Kwaśnicki, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2010, s. 184.

¹¹ Kompetencja nazwana „pracą w grupie” obejmuje kilka umiejętności, np. słuchanie ze zrozumieniem, komunikowanie się („face to face”, przez telefon, listownie itd.), organizacji pracy własnej, podziału obowiązków itd.

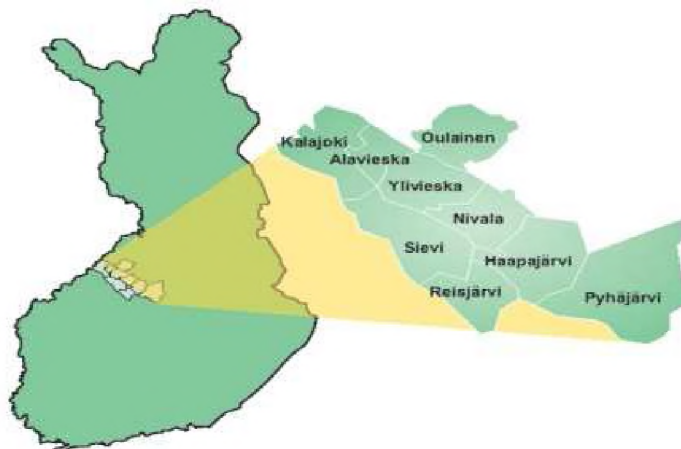
¹² D. Whetten, K. Cameron., *Developing Management Skills*, Prentice Hall, 2010, za: W. Rzońca, M. Dziębaj, *Rozwój umiejętności...*, s. 185.

- umiejętności mają charakter behawioralny, co znaczy, że nie mogą być związane z typem osobowości i mogą być obserwowane i rozpoznawane przez inne osoby z otoczenia,
- umiejętności można poddać kontroli, co znaczy, że można je doskonalić, ćwiczyć, ale także powstrzymać się od ich zastosowania,
- umiejętności można rozwijać poprzez ćwiczenie, doskonalenie i weryfikację skuteczności ich zastosowania w określonych sytuacjach,
- umiejętności są wzajemnie powiązane i często się częściowo pokrywają,
- umiejętności bywają sprzeczne ze sobą, co oznacza, że nie można ich opisać jednoznacznie, np. jak twarde czy miękkie.

Zatem pracownik kompetentny to taki, który dzięki odpowiedniej postawie i cechom osobistym będzie chciał i potrafił pozytywnie wykorzystać nie tylko wiedzę zdobytą w procesie kształcenia, ale i umiejętności.

Badania na rynku fińskim

W ramach realizacji badań porównawczych nad jakością kształcenia kadr i kształtowania polityki personalnej w Finlandii i Wielkopolsce przeprowadzono badania w Central Ostrobothnia University of Applied Sciences w środkowej Finlandii (rys. 1).



Rys. 1. Umiejscowienie geograficzne regionu badań w Finlandii

Źródło: materiały promocyjne okręgu Ostrobothnia.

W realizowanych tam badaniach wykorzystano metodę obserwacji, wywiadu osobistego i grupowego wywiadu pogłębionego oraz ankiety. W obserwacji dokonano oceny metod i technik nauczania na różnych stopniach kształcenia

zawodowego (poziom kształcenia zawodowego, średniego i wyższego). W wywiadach osobistych z przedstawicielami szkół zawodowych i średnich, przedstawicielami instytucji wspomagających rynek pracy oraz mikroprzedsiębiorcami oceniono sposób dopasowania systemu kształcenia zawodowego do wymagań rynku pracy.

W fokusach rozpoznano metodykę prowadzenia badań potrzeb rynku pracy na kompetencje i umiejętności zawodowe oraz zasady funkcjonowania nowo tworzonego systemu monitorowania rynku pracy C & Q (*competences and quality*). Jednym z wyników badań jest identyfikacja i analiza składowych systemu C & Q. Jego główne przeznaczenie to pomoc dla firm i organizacji w celu wspierania zarządzania kompetencjami i umiejętnościami. System jest skorelowany z podażą i popytem na umiejętności zawodowe i biznesowe oraz potencjałem wiedzy personelu. W wyniku porównania tych dwóch stron funkcjonowania systemu można zaplanować docelowe poziomy wiedzy potencjalnych pracowników. System C & Q zawiera kilka komponentów:

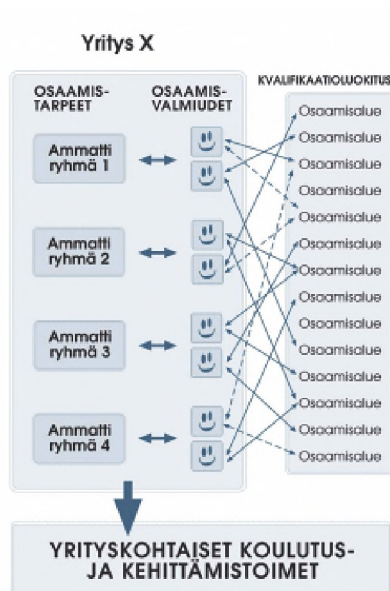
- C & Q – person. Zawiera listę osób z ich umiejętnościami.
- C & Q – zawód. Obejmuje grupy zawodowe realizujące określone potrzeby rynkowe.
- C & Q – net. Zawiera listę sieci biznesowych pozwalających na zarządzanie wiedzą.
- C & Q – developer. Zawiera listę pośredników doradztwa zawodowego.

W ramach systemu C & Q porównuje się występowanie liczby określonych zawodów i ich obszarów wiedzy ze znajomością potrzeb rozwoju tego zawodu, dodatkowych potrzeb w zakresie umiejętności i potrzeb rekrutacji, stopnia najważniejszych potrzeb edukacyjnych i szkoleniowych oraz możliwości ich realizacji (rys. 2).

W centrum systemu znajdują się kompetencje i umiejętności. Baza danych jest wykorzystywana także do uzupełniania CV i budowania ścieżki kariery zarówno młodzieży, jak i dorosłych oraz obserwacji jej przebiegu. Metodyka systemu obejmuje:

1. Przeprowadzany raz na dwa lata 90-minutowy indywidualny wywiad internetowy z każdym potencjalnym pracownikiem, stażystą lub praktykantem; wywiadem objęte są trzy obszary: posiadana wiedza, umiejętności związane z wyuczonym zawodem oraz stopień posiadanych umiejętności praktycznych; wywiad prowadzony jest w formie samooceny.
2. Przedstawienie firmy – oferty pracy, które generuje 250 przedsiębiorstw najważniejszych i reprezentatywnych dla gospodarki kraju.

3. W systemie opracowano 8500 kompetencji tak zawodowych, jak i interdyscyplinarnych,
4. System pozwala na kształtowanie profili przedsiębiorstw i profili poszukujących pracy, w tym uczniów.
5. Uczeń realizuje swoją ścieżkę zawodową i uzupełnia informacje w systemie, generując nowe kompetencje.
6. Informacje od przedsiębiorstw zdobywane na drodze wywiadu – dają wiele szczegółowych informacji o obecnych i przewidywanych potrzebach rynku pracy.



Legenda: osaamistarpeet – potrzeby w zakresie umiejętności; osaamisvalmiudet – zdolności oparte na wiedzy; osaamisalue – przestrzeń wiedzy; ammatti ryhmä – grupa zawodowa; yrityskohtaiset koulutus kehittämistoimet – podnoszenie kwalifikacji w firmach

Rys. 2. Schemat fińskiego systemu monitorowania zapotrzebowania na kompetencje zawodowe

Źródło: opracowanie na podstawie materiałów promocyjnych partnera fińskiego.

Struktura systemu C & Q określa liczbę przedsiębiorstw, które poszukują określonej liczby pracowników z kwalifikacjami oraz przedstawienie procentowe określające, jaki procent firm oczekuje określonego zestawu kwalifikacji. Ocena ta dotyczy bieżącej sytuacji, na podstawie której prognozuje się przyszłość w oparciu o wybrane wskaźniki. Na podstawie 8500 kompetencji, które

w systemie przypisane są do osób, buduje się profile kompetencyjne odpowiadające oczekiwaniom przedsiębiorców¹³.

Przedsiębiorstwa rodzinne w Finlandii mają duży, bo 86% udział w rynku. W lokalnych gazetach można zobaczyć reklamy rodzinnych firm usługowych dotyczących mechaniki samochodowej, naprawy sprzętu gospodarstwa domowego, zagospodarowania zużytych samochodów i urządzeń, restaurowania zabiteków i mebli, usług masażu, pielęgnacji osób starszych, sprzątanania itd. Zatrudnienie w Finlandii jest związane z przestrzeganiem szeregu reguł wypracowanych przez rząd, pracodawców i związki zawodowe. Dużo łatwiej jest zatrudnić się w firmie rodzinnej, gdzie przepisy nie są tak restrykcyjne. Jednak zarówno w przedsiębiorstwach rodzinnych, jak i nierodzinnych poszukiwani są pracownicy o odpowiednich kompetencjach i umiejętnościach. Jedni i drudzy pracodawcy mają podobne problemy w znalezieniu osób, które spełniałyby ich oczekiwania. Jednak to firmy rodzinne kształtując swoją strategię, mogą planować wykształcenie sukcesorów, wybierając odpowiednią ścieżkę kształcenia umiejętności.

Badania w Wielkopolsce

W Wielkopolsce (rys. 3) występuje wiele trudnych do pokonania barier w dostosowywaniu systemu kształcenia zawodowego do potrzeb regionalnego rynku pracy. Są one związane z pozyskiwaniem informacji o rynku pracy, częstym ich brakiem, istnieniem dużej liczby ich źródeł, rozproszeniem, istnieniem różnych standardów pozyskiwania danych i ich prezentacji oraz niedostosowaniem przekazu do oczekiwań odbiorcy. Celem głównym badań jest opracowanie założeń i bazy istotnych w warunkach Wielkopolski rozwiązań pozwalających na wykorzystanie sukcesów fińskich naukowców w Polsce. Kolejnym celem¹⁴ jest ograniczenie niedostosowania informacji o potrzebach wielkopolskiego rynku pracy do podaży programów kształcenia zawodowego w regionie i dostarczenie narzędzia ułatwiającego kojarzenie pracobiorcy z pracodawcą, zwłaszcza dla mikro- i małych przedsiębiorstw.

¹³ Np. przedsiębiorstwo zgłasza zapotrzebowanie na określone kompetencje – system komponuje je w profilu, który po dopasowaniu wybiera listę osób najbardziej odpowiednich.

¹⁴ M. Szafrąński, *Formuła projektów innowacyjnych pozwala realizować nasze zamierzenia*, „Innowacje bez Granic” 2010, nr 4.



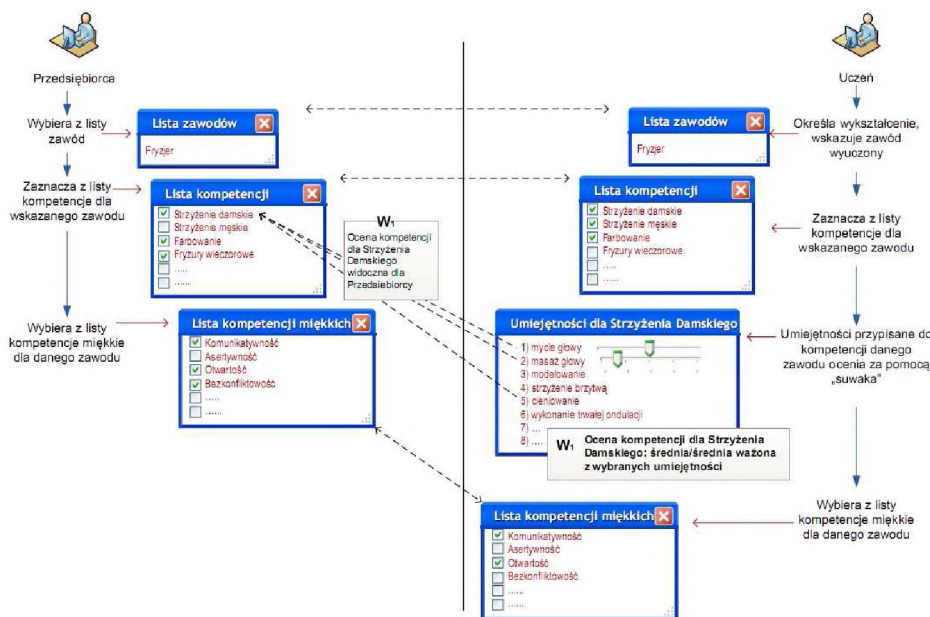
Rys. 3. Obszar Wielkopolski objęty badaniami

Źródło: opracowanie własne.

W realizowanych w Wielkopolsce badaniach zastosowano metody: konsultacji eksperckich, ankiety telefonicznej, wywiadu indywidualnego pogłębionego i grupowego wywiadu pogłębionego. W konsultacjach eksperckich skupiono się na identyfikacji przepisów prawnych i opracowań ministerialnych związanych z obszarem badań (10 uczestników). Ankieta telefoniczna (CATI) została przeprowadzona wśród 560 mikroprzedsiębiorców (w tym 432 rodzinnych). Jej celem było uzyskanie informacji o stopniu zadowolenia z umiejętności i kompetencji zatrudnianych pracowników. W wywiadach indywidualnych przeprowadzono spotkania z przedstawicielami: przedsiębiorstw (mikro, małych, średnich i dużych); instytucji rynku pracy (PARP, PUP, stowarzyszenia i fundacje); nauczycielami i uczniami szkół zawodowych, techników i liceów profilowanych (8 uczestników). Fokusy zrealizowano osobno z uczniami i przedsiębiorcami. Celem ich była po pierwsze, ocena posiadanych i pożądanых umiejętności oraz skorelowanie jej z wymaganiami stawianymi przez Ministerstwo Edukacji Narodowej, po drugie, powiązanie poszczególnych umiejętności w wiązki stanowiące kompetencje (72 uczestników).

Uzyskane wyniki pozwoliły na stworzenie bazy kompetencji i umiejętności związanych z rynkiem regionalnym. Mikroprzedsiębiorcy (w tym rodinni) podczas wywiadów fokusowych zwrócili uwagę na możliwość poszukiwania pracowników ze względu na konkretną umiejętność, ponieważ to ich zdaniem pozwala na zarządzanie procesem rekrutacji i szkoleń.

Opracowano WSMiP (Wielkopolski System Monitorowania i Prognozowania), którego jednym z modułów jest proces kojarzenia pracowników, pracobiorców i uczniów (jako przyszłych pracowników), co przedstawiono na rysunku 4.



Rys. 4. Moduł kojarzenia pracobiorcy z pracodawcą w WSMiP

Źródło: opracowanie własne.

W metodyce badawczej uwzględniono przeprowadzenie badań ankietowych wśród mikroprzedsiębiorstw rodzinnych zarówno w Wielkopolsce, jak i Finlandii¹⁵. Ankieta zawierała pytania dotyczące zgłaszanego zapotrzebowania na kompetencje specjalistyczne i menedżerskie, częstotliwości korzystania z systemów kojarzenia i poszukiwania pracowników. W badaniu wzięły udział mikroprzedsiębiorstwa rodzinne: 560 z Wielkopolski (w tym 432 rodzinne) i 102 z Finlandii.

Zapotrzebowanie na umiejętności specjalistyczne i menedżerskie różniły się w obu krajach. Firmy fińskie deklarowały większe zapotrzebowanie na umiejętności specjalistyczne w branży produkcyjnej i handlowej, natomiast w branży usługowej na umiejętności menedżerskie. W Wielkopolsce to w firmach usługowych i produkcyjnych deklaruje się największe zapotrzebowanie na umiejęt-

¹⁵ Przy współpracy Elji Lappalainen z Central Ostrobothnia University of Applied Sciences.

ności specjalistyczne, w handlu zaś menedżerskie. Rozkład uzyskanych danych przedstawiono w tabeli 2.

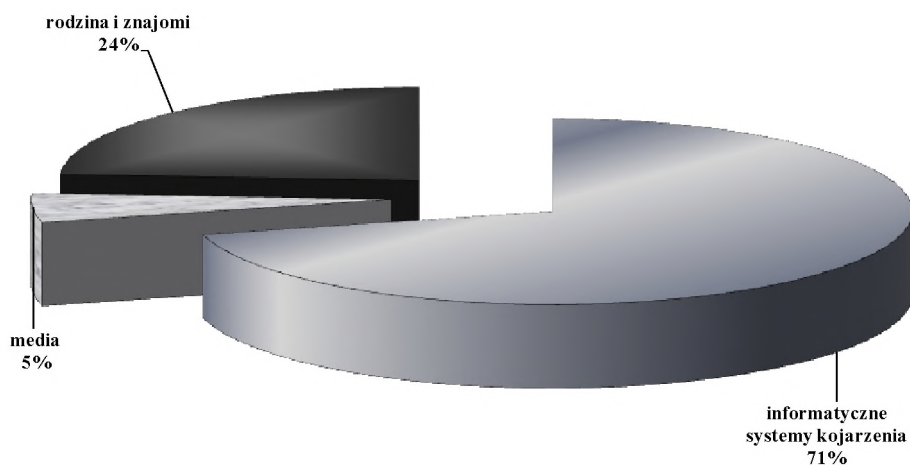
Tabela 2

Rozkład deklarowanego zapotrzebowania na umiejętności (w %)

Branża	Umiejętności specjalistyczne		Umiejętności menedżerskie	
	Finlandia	Wielkopolska	Finlandia	Wielkopolska
Produkcyjna	68	56	32	44
Handlowa	57	42	43	58
usługowa	40	65	60	35

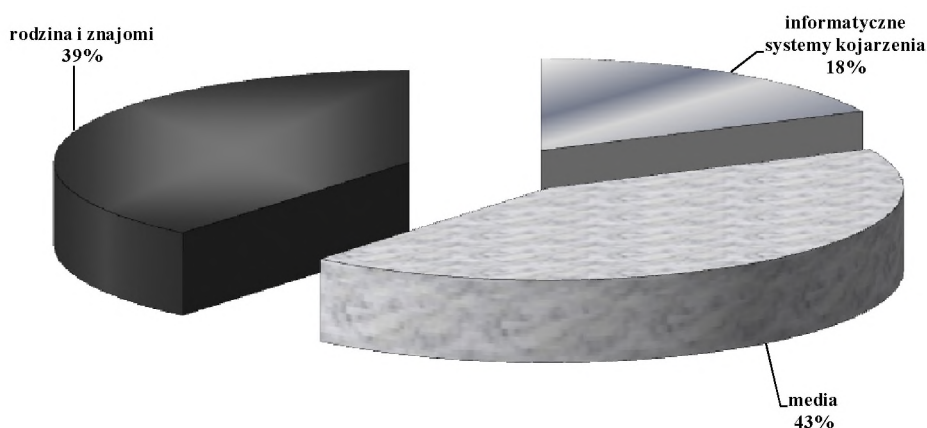
Źródło: opracowanie własne.

Zapytano także o to, skąd przedsiębiorstwa czerpią informacje o potencjalnych pracownikach. Finowie najczęściej poszukują określonych kompetencji, korzystając z internetowych systemów kojarzenia (71%), 24% wśród rodziny i znajomych, a zaledwie 5% przez ogłoszenia medialne. W Wielkopolsce najczęściej przedsiębiorców (43%) korzysta z ogłoszeń prasowych, ogłoszeń na tablicach w Powiatowych Urzędach Pracy i tablicach ogłoszeń w supermarketach, 39% mikroprzedsiębiorców zatrudnia osoby z kręgu rodziny i znajomych, a zaledwie 18% korzysta z internetowych systemów kojarzenia przedsiębiorców z pracodawcami. Rozkład wyników przedstawiono na rysunkach 5 i 6.



Rys. 5. Rozkład wyników w Finlandii

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 6. Rozkład wyników w Wielkopolsce

Źródło: opracowanie własne.

Potraktowanie zawodu wyuczonego jako kompilacji kompetencji daje możliwość poszukiwania pracowników o różnych ich kombinacjach. Na „jutrzejszym” rynku pracy produktem poszukiwanym będą rzadkie i trudne do zdobycia umiejętności, za które pracodawca będzie skłonny zapłacić wysoką cenę. Poszukiwanie kompetencji i umiejętności zostanie przeniesione na serwery firm informatycznych, a obszar poszukiwań zostanie poszerzony i wyjdzie poza granice nie tylko regionów, ale i krajów.

Podsumowanie

Korzystając z doświadczeń fińskich, przeniesiono wybrane rozwiązania na grunt Wielkopolski i dokonano rozbicia zawodów na cząstkowe umiejętności tak szczegółowo, aby umożliwiły ich kompilowanie według potrzeb, dzięki czemu pracodawca zyskuje szansę zatrudnienia odpowiedniego pracownika, a system kształcenia zarówno zawodowego, jak i wyższego otrzymuje informacje zwrotne o umiejętnościach poszukiwanych i niepotrzebnych. W ten sposób można uprościć z jednej strony system zatrudniania, z drugiej zaś system wyposażania uczniów i studentów w umiejętności poszukiwane na rynku i traktować je jako zupełnie nową formę produktu.

COMPETENCES AS PRODUCTS ON LABOR MARKET IN FINLAND AND WIELKOPOLSKA VOIVODESHIP BASED ON THE RESEARCH ON FAMILY ENTERPRISES

Summary

Several years of research in the market of microenterprises (including family enterprises) inclined the author to search for easy answer to hard questions. If almost 60% of the microentrepreneurs from Wielkopolska Voivodeship are not satisfied with the quality of specialized and managerial vocational education, while in Finland it is only 11%, this state of matters should be changed. The use of benchmarking is necessary. The paper presents the new concept of perceiving competences and skills as products on labor market that are a subject of market mechanisms.