

Jacy jesteśmy? Na czym nam zależy?



Alfred Franke
Ekspert
MotoFocus.pl



Krzysztof Soszyński
Wiceprezes Zarządu
Inter Cars SA

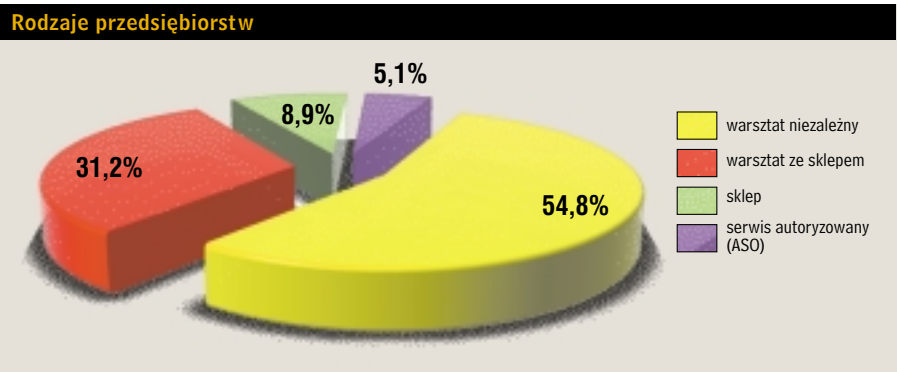
Wiele do tej pory pisano o sytuacji warsztatów samochodowych w Polsce pod kątem ich rentowności, miejsca na rynku, czy też zagrożeń ich funkcjonowania. Mało wiemy natomiast o socjologicznych aspektach tej działalności.

Niniejszy artykuł opiera się na wynikach badań wykonanych wspólnie przez MotoFocus.pl i Inter Cars SA. Wywiadami przeprowadzonymi według jednolitych kwestionariuszy objęto reprezentatywną próbę 965 respondentów. Ponad 80% z nich stanowią właściciele (58,4%), współwłaściciele (10,3%), kierownicy (11,9%) i dzierżawcy (3,4%) warsztatów samochodowych, a pozostałą część – pracownicy.

Przeciętny polski warsztat jest firmą małą. Aż 76,3% ankietowanych pracowało w placówkach zatrudniających

Wielkość warsztatów		
Łączna liczba pracowników w zakładzie		% wskazań
do 5 osób		76,3%
6-10 osób		17,2%
11-15 osób		4,1%
powyżej 15 osób		2,5%

nie więcej niż pięć osób, 17,2% reprezentowało zakłady 6-10-osobowe, 4,1% – 11-15 osobowe, a zaledwie 2,5% – większe. Można zatem stwierdzić, że typowym modelem tego rodzaju firm w Polsce jest 1+2 lub 1+3 (właściciel + pracownicy).



Cel badań

Zmiany zachodzące w ostatnich dziesięcioleciach we wszystkich sferach gospodarki światowej wiążą się nieodłącznie z rosnącym zapotrzebowaniem na profesjonalną wiedzę, nowe wzory biznesowych zachowań poszczególnych podmiotów i nowe rozwiązania techniczne wspomagające ich działania.

Dlatego omawiane tu badania służyły sprawdzeniu, na jakim etapie rozwoju i świadomości wykorzystywania wiedzy znajdują się obecnie niezależne warsztaty naprawcze w Polsce. Były też próbą ustalenia, jakie czynniki decydowały o powstaniu i rozwoju tej grupy placówek usługowych.

Badano ponadto wyobrażenia szefów i pracowników na temat przyszłości, która według obiektywnych prognoz należeć będzie do przedsiębiorców mających dostęp nie tylko do określonych produktów, lecz przede wszystkim do szeroko rozumianej wiedzy oraz znajomości innowacji umożliwiających tworzenie przewagi konkurencyjnej w sektorze.

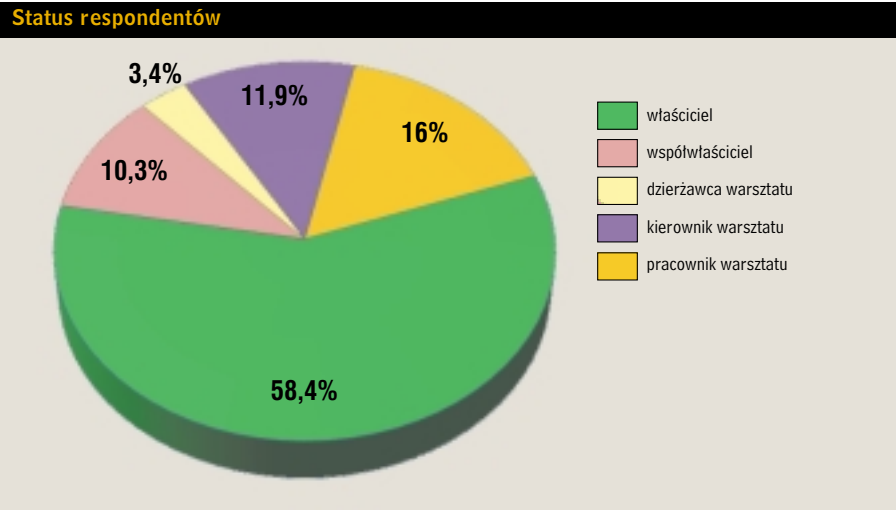
Fot. Inter Cars, MotoFocus

Motywacje

Większość ankietowanych właścicieli pracuje w samodzielnie założonych warsztatach (tylko 10,5% je odziedziczyło). Pytani o powody, dla których zdecydowali się na podjęcie tego rodzaju działalności, udzielali odpowiedzi dających się uporządkować w kategorii widoczne na wykresie „Przyczyny podjęcia działalności”. W tabelce „Obecna motywacja do pracy” znalazły się z kolei odpowiedzi respondentów na pytanie o przyczyny kontynuacji obranej wówczas kariery.

W sumie z obu tych zestawień wyłania się typowa biografia zawodowa polskiego warsztatowca, który niezależnie od przyczyn rozpoczęcia tej działalności jest obecnie zafascynowany motoryzacją, odczuwa satysfakcję z wykonywanej pracy. Swój warsztat pragnie rozwijać dzięki już posiadanej infrastrukturze, a także w drodze nowych, związanych z nim inicjatyw. W ślad za tym idzie świadoma potrzeba pogłębiania fachowej wiedzy. Świadomość ta wzmacniana jest przez wciąż nowe wyzwania w postaci coraz bardziej zaawansowanych technicznie samochodów.

Badania dowiodły, iż większość ankietowanego środowiska zdobywa wiedzę poprzez uczestnictwo w szkoleniach i doskonali te kwalifikacje w codziennej praktyce przy naprawach pojazdów.



Prawie wszyscy przyznają, że w ich pracy wiedza ma kluczowe znaczenie, gwarantuje bowiem właściwe wykonanie naprawy, a zatem – utrzymanie przy firmie zadowolonego klienta. Ankietowani właściciele warsztatów mają dość wysoką ocenę własnej fachowości, o czym świadczą ich typowe wypowiedzi zgrupowane w tabeli „Ocena własnych kwalifikacji”.

Jednak jednocześnie aż 60,4% respondentów uważa, że wiedza i umiejętności zawodowe nie wystarczają do odniesienia sukcesu w warsztatowej działalności. Taka jest również prawda obiektywna, gdyż samodzielne prowadzenie firmy wymaga od właściciela zna-

jomości nie tylko zagadnień technicznych, lecz także finansowych, informatycznych, psychologicznych oraz związanych z racjonalnym zarządzaniem.

Interesujące jest dość powszechne przekonanie ankietowanych, że wiedzę można zarządzać. Tak twierdzi aż 86,5% respondentów. Czy jest to tylko modny trend w rozwoju biznesowego języka, czy raczej efekt oddziaływania firm szkoleniowo-konsultingowych? Trudno jednoznacznie ustalić, ponieważ każdy z nas podlega różnym inspiracjom i to niekoniecznie świadomie. Niemniej można to uznać za bardzo dobry sygnał, świadczący o przemianach świadomości naszego środowiska. ➤

FAG Wheel Pro - zestaw łożysk kół dla profesjonalistów!

Service. Power. Partnership.

Schaeffler Group Automotive Aftermarket

Specjaliści z FAG zalecają:
Zmień łożyska po obu stronach!

FAG Wheel Pro - właściwe rozwiązanie!
Szukasz profesjonalnego zestawu do wymiany łożysk kół?
FAG oferuje Wam w jednym opakowaniu kompletny zestaw wszystkich potrzebnych elementów do naprawy łożysk kół na jednej osi. Oferta obejmuje zestawy łożysk do najpopularniejszych marek samochodów.
Zestawy łożysk FAG Wheel Pro gwarantują 100% satysfakcji Twojego klienta!

Telefon: (022) 878 31 65
Fax: (022) 878 31 64
E-Mail: aminfo.pl@schaeffler.com
www.schaeffler-aftermarket.com
www.luk-as.pl

FAG

Fot. MotoFocus