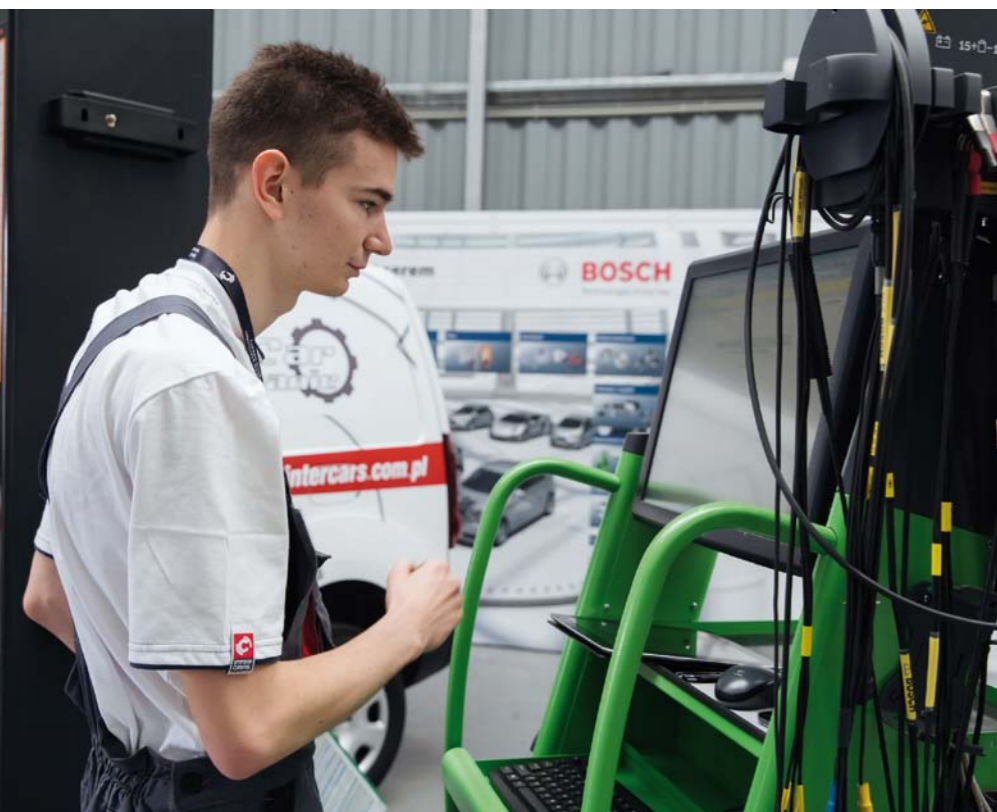


Inicjatywa branży motoryzacyjnej

# Jak zachęcić do pracy w warsztatach samochodowych?



GDYBYŚMY WCIĄŻ ŻYLI W LATACH 90., PRASOWE KOLUMNY Z OGŁOSZENIAMI PEŁNE BYEYBY ANONSÓW „MECHANIK SAMOCHODOWY PILNIE POSZUKIWANY”. OBECNIE PODOBNE WPISY ZALEWAJĄ PORTALE Z OFERTAMI PRACY, A ICH LICZBA Z ROKU NA ROK SIĘ ZWIĘKSZA. NIE MOŻNA TEGO SAMEGO POWIEDZIEĆ O LICZBIE MECHANIKÓW. JAK WIĘC TEMU ZARADZIĆ? BRANŻA AUTOMOTIVE INTENSYWNIE NAD TYM PRACUJE. JEDNĄ Z INICJATYW JEST KONKURS YOUNG CAR MECHANIC, ORGANIZOWANY PRZEZ INTER CARS, DO KTÓREGO SDCM DOŁĄCZYŁ W TYM ROKU W FORMIE PATRONATU

## Obalamy mity

Pierwsze skojarzenia z mechaniką samochodową to dla wielu obraz ciężkiej i mało prestiżowej pracy, która w dodatku bywa brudna. Ciągłe dominujący kult

wyższego wykształcenia i pracy biurowej skutecznie zniechęca młodych ludzi do podejmowania nauki w szkołach branżowych i technikach. Wśród uczniów i ich rodziców ukuło się przekonanie, że do

„zawodówek” idą osoby mało ambitne i nie lubiące się uczyć.

W efekcie pojęcie specjalisty lub eksperta widnieje raczej w drabinkach korporacyjnych, niż jest łączone z zawodem mechanika samochodowego, który obecnie jest w gruncie rzeczy wysoko wykwalifikowanym specjalistą i prezentuje szereg umiejętności. Często wychodzą one poza ramy znajomości czystej mechaniki samochodowej i wkraczają w obszary dotychczas zarezerwowane dla elektryków, elektroników czy specjalistów IT.

Oprócz wiedzy z zakresu mechaniki, pneumatyki czy elektrotechniki pracownicy warsztatu powinni znać zaawansowane narzędzia diagnostyczne i oprogramowania do analizy danych. Tym samym mechanik samochodowy to zawód wymagający specjalistycznej wiedzy z różnych obszarów. Wiedzę tę należy często aktualizować ze względu na zmieniający się obraz motoryzacji. Dotyczy to nowych napędów, systemów bezpieczeństwa i innych nowinek technologicznych.

## Dystrybucja wiedzy i umiejętności

Odpowiedzialność za jakość przyszłych pracowników wzięły na siebie przede wszystkim firmy zajmujące się dystrybucją i produkcją części przeznaczonych na niezależny rynek motoryzacyjny. Robią to poprzez szkolenia czy darowizny specjalistycznego sprzętu dla szkół motoryzacyjnych. Niektóre z działań zakrojone są na szeroką skalę, np. programy stypendialne czy udostępnianie szkoleń w technologii VR. Jednym z takich programów są Młode Kadry. Program wspiera olimpiady wiedzy, praktyki i staże dla najlepszych uczniów oraz pomaga wyposażać placówki w nowoczesny sprzęt do naprawy i diagnostyki samochodów.



**Tomasz Bęben**  
Prezes Stowarzyszenia  
Dystrybutorów  
i Producentów Części  
Motoryzacyjnych (SDCM)

*Dystrybutorzy i producenci części od dawna dbają o to, by warsztaty miały dobrze przygotowanych do zawodu pracowników. Są między innymi aktywnymi partnerami w szkoleniu zarówno uczniów szkół, którym dostarczają nowoczesny sprzęt i wiedzę, jak i pracowników warsztatów, którym oferują najnowocześniejsze szkolenia. Warsztaty zrzeszone w sieciach mogą liczyć dodatkowo na rozmaite programy pomocowe, dzięki którym można unowocześnić wyposażenie i podnieść jakość oferowanych usług. W ostatnich latach w naszej branży ciężar związany z przygotowaniem do obsługi coraz bardziej nowoczesnych pojazdów ponosił sektor prywatny. Jeśli transformacja w motoryzacji ma się udać, to powinniśmy większą uwagę zwracać także na warsztaty motoryzacyjne.*

## Po pierwsze – edukacja

Edukacja zawodowa to pierwszy i najważniejszy element prawidłowego funkcjonowania rynku napraw pojazdów. Wspomniane wcześniej działania prywatnego biznesu oraz trwająca reforma systemu szkolnictwa zawodowego przyniosły już pierwsze wymierne korzyści. Od 2019 roku rokrocznie wzrasta liczba uczniów branżowych szkół I i II stopnia, a także techników. Ministerstwo Edukacji Narodowej prowadzi prace mające na celu dostosowanie podstaw programowych do dynamicznie zmieniających się realiów rynkowych oraz wprowadzenie do systemu kształcenia w nowych zawodach związanych z elektromobilnością.

Mimo wspomnianych pozytywów nadal pozostaje wiele do zrobienia. Jak mantra powraca problem złego wyposażenia szkół czy niedostatku zajęć praktycznych. Należy też zwrócić uwagę na szkolenia dla nauczycieli przedmiotów zawodowych. Według badania portalu MotoFocus.pl szkoły pokrywają koszty jedynie 1/3 z nich. Pozostałe finansowane są przez organizatorów szkoleń lub

samych nauczycieli, a mniej niż połowa z nich realizowana jest w ramach pensum i 40-godzinnego tygodnia pracy. Jak widać, rozwój kompetencji nie jest obecnie oparty na rozwiązaniach systemowych.

## Po drugie – praktyka

Praktyki zawodowe to drugi kluczowy element systemu edukacji zawodowej. To właśnie ten element nauki może przynieść najlepsze efekty. Podczas praktyk uczniowie na własnej skórze mogą przekonać się o zaletach i wadach pracy w wybranym przez siebie zawodzie. Praktyki zawodowe nie są możliwe bez znacznego zaangażowania firm, w których są one przeprowadzane.

Kwartalny raport przygotowany przez MotoFocus i Santander Bank Polska we współpracy ze Stowarzyszeniem Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych oraz Polską Agencją Inwestycji i Handlu wskazuje, że prawie połowa warsztatów nie przyjmuje uczniów na praktyki zawodowe. Pogłębione badania MotoFocus wskazały również, że wśród małych warsztatów odsetek ten jest jeszcze wyższy.



**Alfred Franke**  
Prezes Grupy  
MotoFocus.pl

*Pracodawcy nie zawsze mogą sobie pozwolić na możliwość prowadzenia praktyk zawodowych. Głównym czynnikiem jest czas, jaki należy poświęcić na przekazanie wiedzy. W sytuacji, w której tak wyraźnie odczuwalny jest brak rąk do pracy, a jej zakres rośnie, właściciel warsztatu staje przed trudnym dylematem: czy może sobie pozwolić na kształcenie ucznia kosztem czasu naprawy. Pomoc tu może lepsze zorganizowanie systemowe, zarówno ze strony państwa, szkół, jak i przedsiębiorców. Należy zwrócić uwagę na konieczność uproszczenia procedur związanych z partycypacją państwa w kosztach kształcenia. Dobrym pomysłem mogłyby być również zachęty podatkowe dla przedsiębiorców kształcących uczniów.*

## Po trzecie – dobry PR

W celu zachęcenia uczniów do podejmowania nauki i pracy w zawodzie mechanika konieczne jest także zadbanie o pozytywny wizerunek. Również na tym polu dystrybutorzy i producenci części podejmują wiele inicjatyw. Jedną z nich jest organizacja konkursów, takich jak *Young Car Mechanic*. Konkurs ten to wyjątkowa okazja dla młodych adeptów motoryzacji do wykazania się swoją wiedzą i umiejętnościami oraz do zdobycia cennego doświadczenia. Jednym z najważniejszych aspektów inicjatywy jest promowanie zawodu mechanika samochodowego wśród młodych osób.

Konkurs ma charakter międzynarodowy, w eliminacjach krajowych bierze udział aż 10 państw z regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Najlepsi uczniowie z poszczególnych państw, którzy wygrają finały krajowe, spotykają się na międzynarodowym finale rozstrzygającym, kto z nich posiada tytuł najlepszego młodego mechanika. W konkurs zaangażowana jest konkretna lista towarzyszących producentów, którzy w ramach partnerstwa pomagają w organizacji całego przedsięwzięcia.



**Armands Umbraško**  
Lider i koordynator projektu  
*Young Car Mechanic*

*Nie sądziliśmy, że konkurs Young Car Mechanic okaże się inicjatywą aż tak potrzebną w procesie promowania zawodu mechanika samochodowego wśród uczniów. Niemniej cieszymy się z tego, że możemy wziąć czynny udział w kształtowaniu nie tylko polskiego, ale również międzynarodowego szkolnictwa. Wzięcie częściowej odpowiedzialności za rynek przyszłych pracowników powoduje, że możemy dołożyć wartościową cegiełkę do poziomu wiedzy i umiejętności uczniów, a także pomóc im rozwinąć skrzydła. Bez względu na to, czy ostatecznie zostaną oni mechanikami czy pójdą inną ścieżką motoryzacyjnej kariery, dla nas każdy z ich wyborów będzie sukcesem, bo spełnił swoją rolę – pomogliśmy im stać się lepszymi ludźmi*