**Bez praxe nie sú koláče**

**Tlačová správa**

Bratislava - Bez praxe nie sú koláče. Tak by mohlo znieť novodobé príslovie, ktoré celkom výstižne opisuje situáciu absolventov nielen stredných odborných škôl. Po ukončení štúdia sa o nich zamestnávatelia veľmi nepobijú. Dokazuje to aj najnovší prieskum, ktorý sa zrealizoval v rámci projektu Odborné vzdelávanie a príprava pre trh práce. Zisťovali sme aj to, čo od odborných škôl zamestnávatelia očakávajú.

Takmer 21 percent oslovených spoločností deklarovalo, že v minulosti absolventov prijímali, ale dnes to už nerobia. Pridali sa k 51 percentám firiem, ktoré to tak nerobili a ani nerobia. Teda iba necelých 28 percent podnikateľov dáva čerstvým absolventom šancu. **Paradoxom je teda, že len menej ako tretina firiem dovychováva absolventov, aby ich boli ostatní ochotní prijať.** Najväčšiu ochotu prijímať nových zamestnancov bez praxe prejavili firmy s viac ako 250 zamestnancami.

**Prečo to tak je a prečo pätina firiem najskôr prax nevyžadovala a teraz na nej trvá, sa snažil overiť celoslovenský sociologický výskum, realizovaný na vzorke 1 000 zamestnávateľov na celom Slovensku.** Išlo o podnikateľské subjekty s.r.o. alebo a.s., živnostníci do výskumu neboli zaradení. „Oslovili sme zamestnávateľov všetkých kategórií od malých až po tých najväčších. Samozrejme, nie každý bol ochotný spolupracovať, ale obrázok o motivácii zamestnávať absolventov sme si mohli utvoriť veľmi presný. Výsledky kopírujú trendy, ktoré naznačili už predchádzajúce výskumy,“ hovorí výkonný riaditeľ Václav Hřích z agentúry AKO, ktorá realizovala tento v poradí už štvrtý výskum, zameraný na SOŠ.

Jasným trendom u zamestnávateľov je vyhýbanie sa absolventom. Malým prekvapením preto je aj fakt, **že iba niečo viac ako 22 percent firiem spolupracuje s niektorou zo SOŠ**. Logicky preto nemôžu očakávať, že im škola pripraví žiaka podľa potrieb. Chyba je však na oboch stranách. „Keď sme ďalej komunikovali s firmami, ktoré absolventov zamestnávajú, tak až 60 percent z nich prijalo takého, ktorý vyštudoval školu, s ktorou spolupracujú. **Jasne tu vidieť trend, že spolupráca medzi vzdelávacou inštitúciou a zamestnávateľom je kľúčová**,“ hovorí Hřích.

Iniciatívnejšie by mali asi byť aj školy. Zamestnávatelia totiž priznávajú, že oni sami sa aktívne nezaujímajú o obsah a formu výučby na SOŠ. Potvrdilo ich to takmer 80 percent. „**Aj školy si musia uvedomiť, že ich žiaci sú v podstate produkt, ktorému by mali robiť reklamu.** Propagovať sa viac, komunikovať so zamestnávateľmi a v neposlednom rade sa snažiť, aby ich žiaci boli úspešní aj v praxi,“ hovorí Marek Bezák z agentúry mediamedia, ktorá projekt zastrešuje. Pre školy je totiž podľa neho najlepšou reklamou zamestnanec, ktorý sa zamestná v lokálnej firme. „Z výskumu sme zistili, že viac ako polovicu informácií o SOŠ získavajú zamestnávatelia práve od ich bývalých žiakov, ktorí sú ich zamestnancami,“ vysvetľuje. Ďalšou dvojicou kľúčových kanálov na propagáciu je webstránka školy a osobná návšteva – či už individuálna alebo v rámci dňa otvorených dverí.

Zamestnávatelia prezradili aj to, čo od SOŠ očakávajú. Jednoznačným víťazom je prax. Pre viac ako 60 percent zamestnávateľov je kľúčová kvalita praxe a pre 18 percent je dôležitá aj jej dĺžka. „Túto otázku sme koncipovali ako otvorenú, čiže zamestnávatelia mohli odpovedať spontánne a uviesť takmer čokoľvek, prípustné boli aj viaceré odpovede. **Požiadavka praxe však jednoznačne nemá konkurenciu.** Zanedbávať by sa však nemala ani teoretická príprava, spolupráca s firmami, morálne vlastnosti žiakov, či cudzie jazyky. Všetky tieto požiadavky boli dôležité pre viac ako 10 percent zamestnávateľov,” hovorí Hřích z agentúry AKO.

Výskum ukázal, že na získanie zamestnania majú omnoho väčšiu šancu čerství absolventi z tých SOŠ, ktoré pravidelne spolupracujú s niektorým podnikom: kým z podnikov, ktoré pravidelne spolupracujú s niektorou SOŠ, prijíma jej čerstvých absolventov až 60,3 % podnikov, z celej vzorky skúmaných podnikov prijíma čerstvých absolventov len 27,8 % podnikov. Väčšou šancou pre absolventa na získanie práce je aj výber väčšieho podniku, ktorý zamestnáva viac ako 250 ľudí – takéto podniky so školami spolupracujú najčastejšie.

Kým sa však zlepší pozícia absolventov na trhu práce, je potrebné, aby školy kládli čo najväčší dôraz na prax a ideálne, aby sa snažili nadviazať spoluprácu so zamestnávateľmi z regiónu.

