

Pierwsze kroki na rynku pracy Ogólnopolskie badanie studentów i absolwentów



Mobilność kandydatów to duże wyzwanie dla pracodawców. Już teraz musimy konkurować o najlepszych studentów nie tylko na lokalnym rynku pracy, ale także z podmiotami działającymi za granicą

Badanie ogólnopolskie

Jak wynika z badania Deloitte i Katedry Kapitału Ludzkiego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, dla firm nadszedł czas na rewizję dotychczasowych strategii rekrutowania pracowników. Organizacje powinny zwrócić szczególną uwagę na ofertę skierowaną do studentów i absolwentów. Programy praktyk, staże i programy edukacyjne są dla nich niezwykle istotne, gdyż wiedzą, że dyplom uczelni wyższej nieoparty doświadczeniem, nie zapewni im sukcesu na rynku pracy.

Możliwość rozwoju i nauki jest najważniejsza przy ocenie atrakcyjności pracy i praktyk. Studenci i absolwenci poszukują tego typu doświadczeń zarówno w kraju jak i zagranicą. Doświadczenia międzynarodowe są jednak trudne do zdobycia, gdyż młodzi ludzie nie mają wsparcia instytucjonalnego. Nie ma wystarczających rozwiązań systemowych, które wspierałyby ich w internacjonalizowaniu swojej ścieżki zawodowej. Pragnienie zdobycia doświadczeń w innych kulturach i strefach językowych pozostaje silne także po ukończeniu uczelni. Absolwenci i studenci są gotowi do przeprowadzki kiedy otrzymają ciekawą ofertę pracy. Pracodawcy powinni przygotować się na to, że o najlepszych kandydatów konkurować będą także z firmami z innych krajów, dlatego ich oferta rozwoju zawodowego musi być równie atrakcyjna.

Kolejnym istotnym czynnikiem, którego nie mogą ignorować pracodawcy, jest oczekiwanie studentów i absolwentów, że realizacja kariery zawodowej umożliwi im jednocześnie spełnienie w życiu prywatnym. Równowaga pomiędzy tymi dwoma płaszczyznami jest dla kandydatów ogromnie ważna. Wiedzę o tym, jak wygląda kultura pracy w danej firmie zdobywają z internetu i od znajomych. To właśnie zdanie przyjaciół jest dla nich najważniejsze podczas poszukiwania opinii o organizacji. Wzrasta także rola nowych mediów, które są dla studentów i absolwentów kluczowym źródłem informacji o dostępnych ofertach i potencjalnych pracodawcach. Tutaj ważnym, nowym polem komunikacyjnym dla pracodawców są nowe media, a zwłaszcza portale społecznościowe, w których możliwy jest dialog „tu i teraz” z kandydatami. Odformalizowanie przekazu i otwarta forma rozmowy będzie zyskiwała na znaczeniu w budowaniu marki wymarzonego pracodawcy.

Żądni doświadczeń zawodowych

Studenci krytycznie oceniają rolę uczelni w przygotowywaniu do pracy

Studenci uważają, że polskie uczelnie wyższe nie przygotowują dobrze do przyszłych obowiązków zawodowych. Po ukończeniu studiów brakuje im wiedzy i narzędzi przygotowujących do wykonywania pracy. Uczelnie powinny rozważyć dostosowywanie programów edukacyjnych do zmieniających się potrzeb rynku. Chodzi głównie o merytoryczne przygotowanie do przyszłych zadań zawodowych.

Według ponad 70% badanych polskie uczelnie źle przygotowują do poszukiwania pracy. Jednocześnie ponad połowa respondentów deklaruje, że uczestniczyła w warsztatach i szkoleniach podnoszących umiejętności zdobywania pracy, takich jak właściwa autoprezentacja czy przygotowanie CV i listu motywacyjnego. Badanie nie rozstrzyga jednoznacznie, czy tego rodzaju doświadczenia zdobywali w ramach działań oferowanych przez uczelnie, czy też dzięki inicjatywie pracodawców lub organizacji studenckich.

Oczywiście przygotowywanie studentów do przyszłych obowiązków zawodowych oraz poszukiwania przez nich pracy nie stanowi i zapewne nie powinno stanowić głównego zadania uczelni wyższych. Niewątpliwie jednak studenci doceniliby zintensyfikowanie przez uczelnie działań, które pozwoliłyby im lepiej odnaleźć się na rynku pracy. Nie bez znaczenia dla uczelni mogłoby być śledzenie losów absolwentów. Dzięki temu zdobędą wiedzę niezbędną do dostosowania swojej oferty edukacyjnej do przygotowania studentów do skutecznego wejścia na rynek pracy.

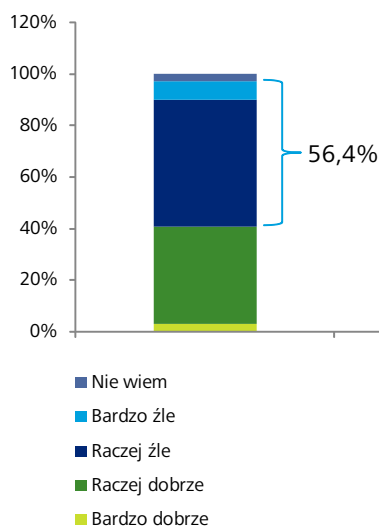
Doświadczenia zawodowe związane z kierunkiem studiów najważniejsze

Najbardziej pożądane przez studentów doświadczenie zawodowe to praca związana z kierunkiem studiów, zarówno zagranicą jak i w Polsce. Uczestnictwo w dodatkowych wykładach i ścieżkach edukacyjnych oferowanych przez pracodawców oraz własna działalność gospodarcza także są wysoko oceniane.

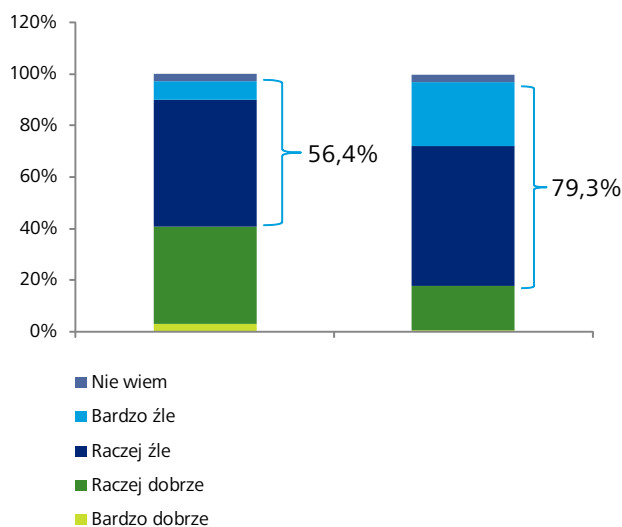
Ciekawe wnioski nasuwają się po porównaniu doświadczeń zawodowych i okołozawodowych posiadanych przez studentów z oceną ich przydatności z punktu widzenia poszukiwania praktyk lub pracy.

To, że studenci uznają dane doświadczenia za cenne z perspektywy zdobycia ciekawej pracy, wcale jeszcze

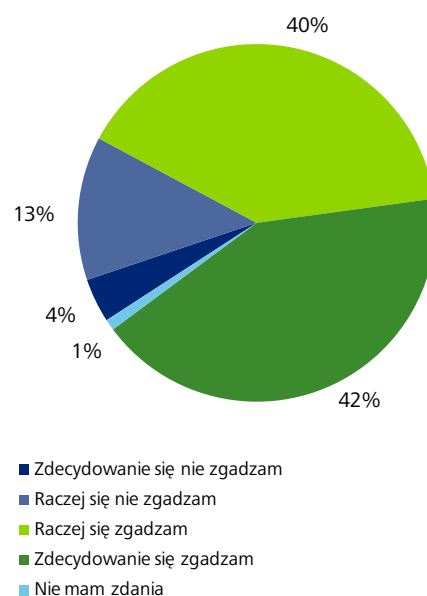
Jak Twoim zdaniem absolwenci studiów w Polsce są przygotowani przez uczelnie wyższe do przyszłych obowiązków zawodowych?



Jak Twoim zdaniem absolwenci studiów w Polsce są przygotowani przez szkoły wyższe do procesu poszukiwania pracy?



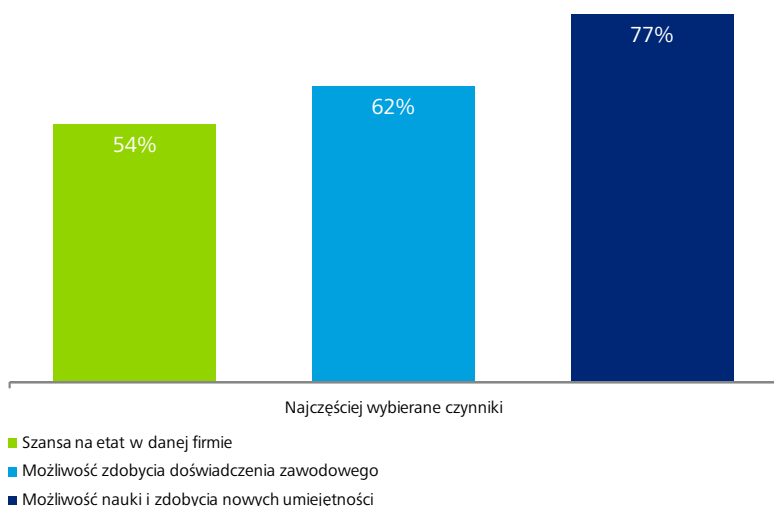
Absolwent uczelni bez doświadczenia zawodowego ma niewielkie szanse na zdobycie pracy.



Rodzaj doświadczenia	Posiadają	Uważają za bardzo przydatne
Praktyki w Polsce związane z kierunkiem	74%	71%
Dorywcze / sezonowe	68%	4%
Programy oferowane przez pracodawcę	56%	35%
Koło naukowe	44%	13%
Praktyki w Polsce niezwiązane z kierunkiem	41%	11%
Organizacja studencka	36%	16%
Wolontariat	35%	8%
Erasmus	20%	22%
Praktyki zagranicą niezwiązane z kierunkiem	18%	15%
Praktyki zagranicą związane z kierunkiem	7%	70%
Własna działalność	6%	36%
Inne	4%	2%

Porównanie doświadczeń posiadanych przez studentów z tymi, które uważają za szczególnie przydatne przy poszukiwaniu pracy.

Studenci mają różne oczekiwania wobec praktyk zawodowych. Wybierz trzy najważniejsze czynniki, które bierzesz pod uwagę przy wyborze praktyk.



nie oznacza, że je mają. Najlepiej wygląda sytuacja, jeśli chodzi o posiadanie w swoim doświadczeniu praktyki w Polsce związanej z kierunkiem studiów (posiada je 74% badanych) czy udział w dodatkowych programach oferowanych przez pracodawców (56%). Równocześnie wysoko oceniają oni użyteczność tego rodzaju doświadczeń (praktyki w Polsce jako bardzo przydatne określa 71% studentów, a udział w dodatkowych programach – 35%).

Studenci bardzo wysoko oceniają przydatność praktyk zagranicznych oraz posiadanie własnej działalności gospodarczej, jednak w obu wypadkach jedynie bardzo nieliczni posiadają tego rodzaju doświadczenia. Praktyki zagraniczne miało okazję odbyć tylko 7% studentów i absolwentów, a własną działalność gospodarczą prowadziło lub prowadzi jedynie 6% osób. Doświadczenia międzynarodowe są dostępne jedynie dla najbardziej zdeterminowanych, gdyż wsparcie instytucjonalne jest znikome, stąd tak mały odsetek pozytywnych odpowiedzi. Studenci są pozostawiani sami sobie, podczas gdy system powinien oferować im zagraniczne możliwości, a zarazem wspierać ich podczas całego procesu rekrutacyjnego. Zinternacjonalizowanie praktyk powinno być priorytetem dla szkół wyższych. Biura Kariery mogłyby oferować studentom pomoc, a jednocześnie pracować nad wzmocnieniem relacji z pracodawcami spoza Polski.

Zupełnie inaczej ma się sprawa z pracami dorywczymi i sezonowymi, które wykonywało aż 68% badanych studentów. Jedynie 4% z nich uznało tego rodzaju doświadczenia za bardzo przydatne z perspektywy dalszej kariery zawodowej.

Już teraz na większości uczelni działają tzw. inkubatory przedsiębiorczości, które pomagają studentom w zakładaniu własnych firm. Uczelnie mogłyby również zachęcać studentów do tego rodzaju działań poprzez uzupełnienie programów studiów o treści związane z przedsiębiorczością, poznawaniem siebie i uświadamianiem sobie swoich kompetencji jako przyszłych przedsiębiorców.

Studenci i absolwenci dobrze zdają sobie sprawę z roli doświadczeń zawodowych w szukaniu wymarzonej pracy oraz aktywnie zabiegają o ich zdobywanie. 80% osób twierdzi bowiem, że absolwent uczelni bez doświadczenia zawodowego ma niewielkie szanse na zdobycie pracy.

Gotowi do przeprowadzki

Studenci i absolwenci są niezwykle mobilni

Studenci i absolwenci deklarują gotowość do przeprowadzki ze względu na atrakcyjną ofertę. Ich wysoka mobilność jest zarówno szansą jak i zagrożeniem dla rodzimego rynku pracy. Polskie firmy już teraz konkurują ze sobą o najlepszych kandydatów, a Ci mają do wyboru także oferty zagraniczne. Zagrożenie migracją najlepszych pracowników wydaje się być realne, zwłaszcza ze względu na ułatwienia związane z zezwoleniami na pracę w wielu krajach Unii Europejskiej.

Młodszy szukają praktyk, starsi – pracy

Najwięcej badanych osób poszukuje pracy – czy to na cały etat (27%), czy też na część etatu (18%). Około 28% osób poszukuje praktyk, zaś 26% stwierdza, że nie poszukuje obecnie ani pracy, ani praktyk.

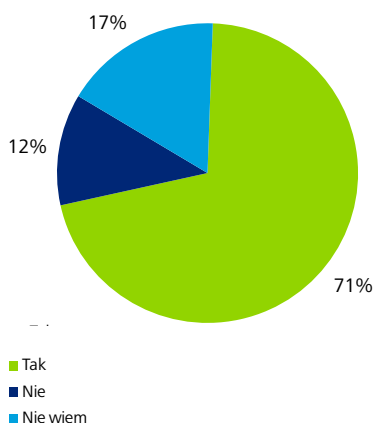
Głębsza analiza pokazuje istotne różnice pomiędzy tym jakiego rodzaju zatrudnienia poszukują studenci na różnych latach oraz młodzi absolwenci. Pracy na cały etat poszukują głównie młodzi absolwenci oraz studenci ostatnich lat. Właściwie do czwartego roku studiów studenci nie szukają stałej pracy, najczęściej przedkładając nad nią praktyki, których szuka ponad 40% studentów drugiego, trzeciego i czwartego roku. Pracy na część etatu poszukiwało 20-25% studentów od pierwszego do czwartego roku studiów. Absolwenci nie są zainteresowani praktykami, szuka ich zaledwie 2% z nich.

Żadnej formy zatrudnienia nie poszukuje 40% studentów pierwszego roku studiów oraz ponad 30% absolwentów. Studenci rozpoczynający naukę muszą skupić się na swoich studiach, mają także zdecydowanie więcej zajęć niż ich starsi koledzy. Absolwenci zaś prawdopodobnie mają już pracę, dlatego nie prowadzą poszukiwań.

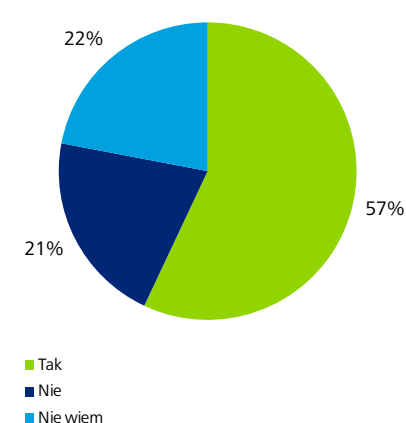
Jest to jednak zgodne z powiązаныmi danymi, które pokazują, że około 50% studentów pierwszego i drugiego roku nie ma w swoim doświadczeniu praktyk zawodowych, w przeciwieństwie do studentów wyższych lat i absolwentów – wśród nich bowiem 70-80% deklaruje posiadanie takiego doświadczenia.

Oferta praktyk na rynku pracy jest niewystarczająca, chociaż najlepsi studenci mogą znaleźć praktyki - twierdzi większość, bo aż 61% osób biorących udział w badaniu. Prawie jedna czwarta respondentów

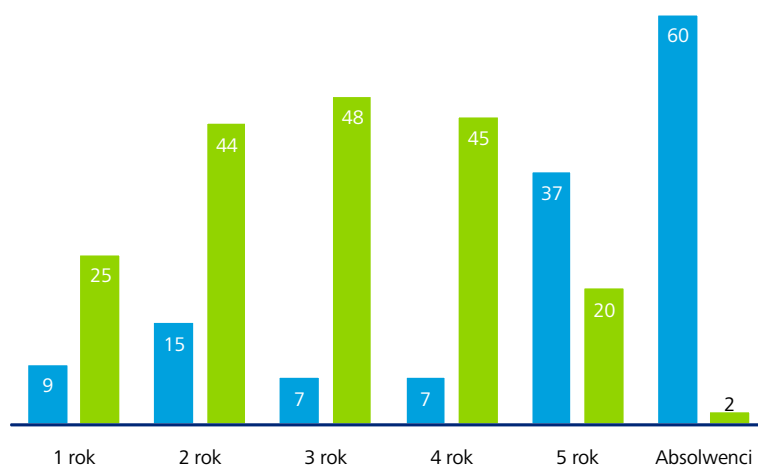
Czy jesteś skłonny przeprowadzić się do innego miasta w Polsce ze względu na ciekawą ofertę pracy?



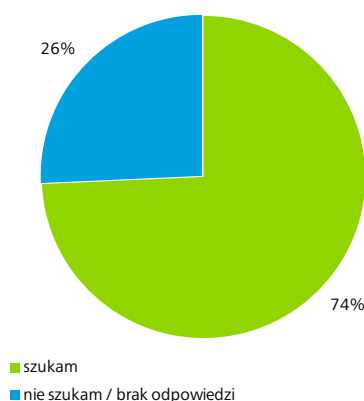
Czy jesteś skłonny przeprowadzić się za granicę ze względu na ciekawą ofertę pracy?



Starsi poszukują pracy, a młodszy praktyk



Czy poszukujesz pracy lub praktyk?



Pragnący możliwości rozwoju

W pierwszej pracy nie mniej ważna od wynagrodzenia jest oferta rozwoju zawodowego.



uznała ofertę praktyk za zdecydowanie za małą, zaś jedynie 12% osób uznało, że firmy i instytucje oferują wystarczająco dużo praktyk. Wyniki te wydają się stać w sprzeczności z osobistymi doświadczeniami respondentów, z których 74% deklaruowało, że posiadają już tego rodzaju doświadczenia na swoim koncie.

Doświadczenia zawodowe ważniejsze niż wynagrodzenia – przynajmniej na początku

Spośród osób poszukujących praktyk 37% poszukuje wyłącznie praktyk płatnych, zaś 63% jest skłonne podjąć je bez wynagrodzenia. Przy wyborze praktyk bowiem pensja nie jest dla poszukujących najważniejsza. Okazuje się, że studenci znacznie wyżej cenią sobie możliwość, jakie praktyki dają w zakresie nauki oraz zdobycia doświadczenia zawodowego i nowych umiejętności. Również szansa na zdobycie etatu po praktykach odbytych w firmie ma dla nich niebagatelne znaczenie. Prawie połowa, bo 48% osób, uważa odbycie praktyk za jeden z najskuteczniejszych sposobów zdobycia pracy.

Mała istotność wysokości wynagrodzenia przy podejmowaniu decyzji o wyborze praktyk wydaje się być spójna z tym podejściem. Choć i tutaj rysują się pewne różnice. Dla osób dopuszczających możliwość bezpłatnych praktyk wysokość wynagrodzenia była określana jako ważny czynnik jedynie w 9% przypadków. Inaczej było w przypadku osób rozważających tylko praktyki płatne: dla 30% z nich wysokość wynagrodzenia była istotnym czynnikiem. Ciekawa zależność pojawia się po bliższej analizie odpowiedzi pod kątem profilu studiów. Im bardziej techniczny kierunek, tym mniejsza skłonność studentów do podejmowania bezpłatnych praktyk. Studenci kierunków humanistycznych chętniej podejmują bezpłatne praktyki, gdyż traktują je jako naturalne uzupełnienie toku studiów.

Studenci wyższych lat studiów częściej oczekiwali płatnych praktyk niż ich młodszy koledzy. W zależności od roku studiów założenie, iż praktyki będą wiązały się z wynagrodzeniem, rosło. I tak, na trzecim roku wyłącznie płatnych praktyk poszukiwało 36%, a na piątym już 48% respondentów.

Jak wskazuje tabela, stosunkowo małe znaczenie mają dla badanych takie aspekty pracy jak miła atmosfera pracy, kontakt z międzynarodowym środowiskiem czy też poznanie ludzi z branży.

Najważniejsze czynniki przy wyborze praktyk

Możliwość nauki i zdobycia nowych umiejętności	77%
Możliwość zdobycia doświadczenia zawodowego	62%
Szansa na etat w danej firmie	54%
Prestiż pracodawcy	25%
Elastyczność czasu pracy	23%
Wysokość wynagrodzenia	18%
Miła atmosfera w firmie	14%
Kontakt z międzynarodowym środowiskiem	14%
Poznanie ludzi z branży	10%

Najważniejsze czynniki decydujące o wyborze praktyk.

Praktyki niosą ze sobą wiele korzyści także dla pracodawców, którzy zyskują nie tylko pracowników, ale jednocześnie mogą poznać kandydata w codziennych realiach firmy. Być może pomysłem wartym rozważenia przez pracodawców jest zaferowanie praktyk studentom młodszych lat (np. trzeciego, a nawet drugiego roku). Osoby te są na tyle mocno zainteresowane zdobyciem doświadczeń zawodowych (czasem pierwszych w życiu), że możliwość taką znacznie przedkładają nad ewentualne wynagrodzenie. Ważną korzyścią dla pracodawcy jest także wczesne wyłonienie talentów spośród praktykantów.

Praca to nie praktyki, tu liczy się coś innego

Inne kryteria są istotne przy wyborze praktyk i przy wyborze pierwszej pracy. Różnice te widać szczególnie w znaczeniu jakie przywiązują ankietowani do wynagrodzenia czy dobrej atmosfery w pracy. O ile w przypadku praktyk osoby nie były nastawione na otrzymywanie wysokiego wynagrodzenia (18%), to już w przypadku pierwszej pracy jest to istotny czynnik (32%). Podobnie atmosfera w pracy: dla praktyk uznano ją za ważną jedynie 14%, a w przypadku pierwszej pracy – 35%.

Optymistyczny jest fakt, że respondenci zarówno na praktykach, jak i w pracy, wysoko cenią sobie możliwości rozwoju. W przypadku rozważania ofert pracy 49% osób uznało możliwość uczestnictwa w ciekawych i rozwijających projektach za ważny czynnik wyboru pierwszej pracy.

Wydaje się, że w przypadku praktyk studenci traktują je przede wszystkim jako szansę na zdobycie doświadczenia zawodowego, bez którego trudno jest walczyć o ciekawe oferty pracy. Właśnie dlatego mniej istotne są takie czynniki, które już w przypadku stałej posady mają większe znaczenie – jak wynagrodzenie czy dobra atmosfera w pracy.

Osoby podejmujące pierwszą pracę w małym stopniu cenią sobie takie aspekty jak dobry pakiet socjalny czy poczucie bezpieczeństwa, ale też – co ciekawe – samodzielność w działaniu.

Rozwój zawodowy kluczowy. Życie prywatne też, ale niekoniecznie od razu

Jak już wcześniej zasygnalizowano ankietowane osoby bardzo wysoko ceniły sobie możliwości nauki i rozwoju zawodowego oraz zdobywania nowych,

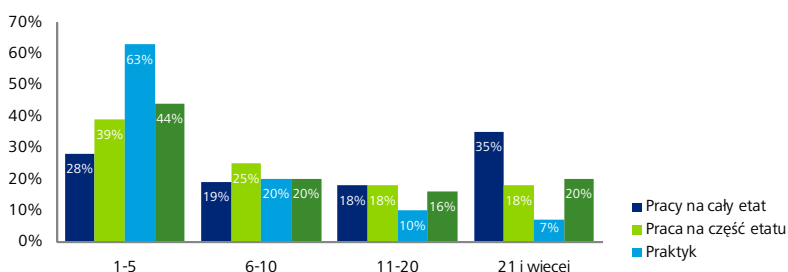
Najważniejsze czynniki przy wyborze pierwszej pracy	Praca	Praktyki
Ciekawe, rozwijające projekty	49%	
Bogata oferta szkoleń	36%	
Dobra atmosfera pracy	35%	14%
Prestżowy pracodawca	33%	25%
Wysokie wynagrodzenie	32%	18%
Współpraca z wysokiej klasy specjalistami	31%	
Równowaga między pracą a życiem prywatnym	27%	
Szybki awans	17%	
Międzynarodowe środowisko pracy	13%	14%
Samodzielność w działaniu	11%	
Poczucie bezpieczeństwa	9,7%	
Dobry pakiet socjalny	4,1%	

Najważniejsze czynniki decydujące o wyborze pracy (druga kolumna pokazuje wagę tych samych czynników przy wyborze praktyk)

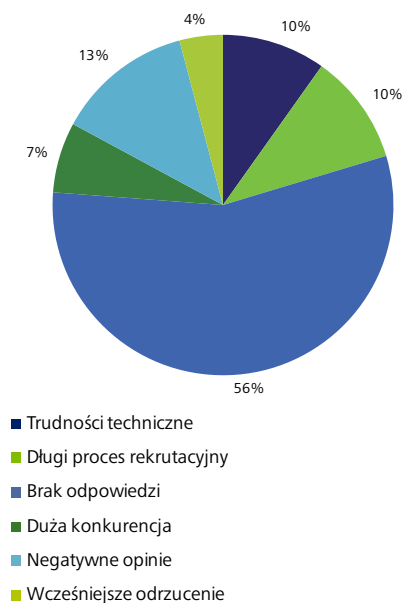
Opinie i stwierdzenia dotyczące pracy i życia prywatnego	Odpowiedzi negatywne	Odpowiedzi pozytywne
W pierwszej pracy nie mniej ważna od wynagrodzenia jest oferta rozwoju zawodowego	5%	93%
Mógłbym pracować 10-12 godzin dziennie, wiedząc, że czeka mnie szybki awans i odpowiednie wynagrodzenie	29%	68%
W życiu najważniejsze jest, by mieć wystarczająco dużo czasu na zainteresowania, rozrywkę i spotkania z przyjaciółmi	26%	69%
W życiu najważniejsze jest, by mieć szczęśliwą rodzinę, czas dla współmałżonka, dzieci, rodziców	9%	87%

Opinie osób wchodzących na rynek pracy.

Ilość wysłanych ofert a typ poszukiwanej posady



Co najbardziej zniechęca Cię do aplikowania?



ciekawych doświadczeń. O wadze jaką, przywiązują do tego studenci i absolwenci niech świadczy fakt, że 71% zdecydowanie stwierdza, iż w pierwszej pracy nie mniej ważna od wynagrodzenia jest oferta rozwoju zawodowego.

Kolejnym istotnym czynnikiem decydującym przy wyborze pracy jest możliwość łączenia życia prywatnego z zawodowym. Aż 70% uznaje to za ważny atut potencjalnego pracodawcy przy wyborze oferty pracy.

Ma to tym większe znaczenie, że 47% osób zdecydowanie stwierdza, że w życiu najważniejsze jest, by mieć szczęśliwą rodzinę, czas dla współmałżonka, dzieci i rodziców. Również posiadanie wystarczającej ilości czasu na zainteresowania, rozrywkę i spotkania z przyjaciółmi jest bardzo istotne dla jednej czwartej osób wchodzących na rynek pracy.

Co jednak ciekawe, prawie 40% respondentów jest w pełni zdecydowana pracować 10-12 godzin dziennie w zamian za możliwość szybkiego awansu i odpowiedniego wynagrodzenia. Wydaje się to stać w sprzeczności z deklarowanymi wartościami rodzinnymi jak i tymi dotyczącymi równowagi między pracą a życiem prywatnym.

Z drugiej jednak strony może to być świadoma strategia młodych osób, gotowych ciężko pracować przez pierwsze lata, przesuwać założenie rodziny na moment, kiedy będą mieli silniejszą pozycję zawodową.

Obserwujemy silny trend, w którym młodzi ludzie kładą nacisk na równowagę pomiędzy życiem prywatnym a pracą. Pracodawcy powinni budować strategię rozwoju zawodowego swoich pracowników, która będzie podnosić efektywność przy jednoczesnym ograniczeniu czasu spędzanego w zakładzie pracy.

Opinia znajomych o firmie jest niezwykle istotna

Do interesujących wniosków prowadzi analiza częstotliwości wysyłania aplikacji na praktyki i do pracy w ciągu ostatniego półrocza. Deklaracje o szukaniu pracy lub praktyk nie znajdują pokrycia w czynach, respondenci byli umiarkowanie aktywni w poszukiwaniach. Niepokojące jest, że prawie dwie trzecie respondentów to osoby pasywne. Jedna trzecia badanych wysłała mniej niż jedną ofertę miesięcznie, a kolejne trzydzieści procent w ogóle nigdzie nie aplikowało w ciągu ostatnich sześciu miesięcy. Osoby

Ufający znajomym

najbardziej aktywne w tym obszarze, a więc 15% badanych, wysłały ponad 21 aplikacji w tym okresie.

Skąd ta niechęć do informowania pracodawców o swojej dostępności na rynku pracy? Zdecydowaną uwagę zwraca brak odpowiedzi na ich wcześniejszą aplikację. W porównaniu do tego pozostałe kwestie wydają się znacznie mniej istotne. Wśród istotnych można jeszcze wymienić negatywne opinie znajomych (13%) oraz długi proces rekrutacyjny (10%). Pracodawcy powinni doskonalić różnorodne formy kontaktu z kandydatami, także tymi, którzy zostali odrzuceni w procesie rekrutacyjnym. Obserwujemy trend polegający na zmianie dynamiki komunikacyjnej pomiędzy pracodawcą a kandydatami. Oczekują oni otwartej, dwustronnej wymiany opinii, w której są równorzędnym partnerem wobec przyszłych pracodawców. Stąd rosnąca popularność nowych mediów w Employer Brandingu.

Najskuteczniejsze sposoby zdobycia pracy według poszukujących

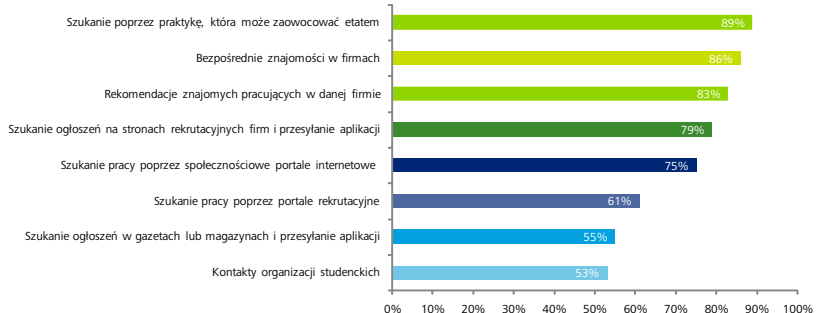
Pomimo, że internet jest dla osób poszukujących pracy doskonałym źródłem informacji o potencjalnych pracodawcach i ofertach pracy, to jednak za najskuteczniejsze metody poszukiwania pracy studenci uznali:

- bezpośrednie znajomości,
- szukanie pracy poprzez praktyki, które mogą zaowocować etatem,
- rekomendacje znajomych pracujących w firmie.

Zadowoleni pracownicy ambasadorami marki pracodawcy

Studenci uważają, że bezpośrednie znajomości bądź rekomendacje znajomych są niezwykle skuteczne w poszukiwaniu pracy. Dlatego pracodawcy powinni skupić się na komunikacji wewnętrznej, tak by obecni pracownicy przyciągali kolejnych. Znajomi mogą być doskonałymi kandydatami, gdyż zazwyczaj reprezentują równie wysoki poziom, co rekomendujący. Obecni pracownicy są postrzegani przez studentów jako źródło nieformalnych, acz wiarygodnych, informacji o firmie. Należy zadbać, by pracownicy byli zadowoleni i znali najnowsze oferty pracy w swojej organizacji, w ten sposób stając się ambasadorami swojego pracodawcy. Istotną grupą kształtującą opinię są byli pracownicy, o których przychylność firma powinna szczególnie zabiegać.

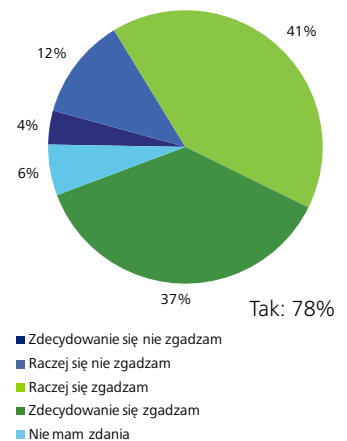
Jak oceniasz skuteczność poniższych sposobów szukania pracy? (procent odpowiedzi „skuteczne” i „bardzo skuteczne”)



Firmy, które są znane z mediów i mają wysoki prestiż, są wymarzonymi pracodawcami.



Firmy, które obok działalności biznesowej prowadzą działalność w zakresie odpowiedzialności społecznej, są interesującymi pracodawcami.



Obecni w nowych mediach

Firmy działające na polskim rynku niewystarczająco wykorzystują nowoczesne internetowe kanały kontaktu z młodzieżą, jak portale społecznościowe, np. YouTube.



Internet jest najważniejszym źródłem informacji o rynku pracy.



Ciekawe jest, że studenci wysoko cenią targi pracy, podając je jako jedną z najbardziej preferowanych form kontaktu z pracodawcami. Być może jest to podyktowane możliwością bezpośredniej rozmowy z przedstawicielami firm, uzyskania informacji w sytuacji mniej formalnej.

Znany z mediów pracodawca, to pożądanym pracodawcą

Potwierdza się teza, że firmy, które są znane z mediów i mają wysoki prestiż, są wymarzonymi pracodawcami. Marka pracodawcy jest ważnym czynnikiem wyboru dla większości osób poszukujących praktyk czy też pracy. Budowanie reputacji firmy jest niezwykle istotne, na znaczeniu zyskuje także postrzeganie pracodawców, jako firm zaangażowanych społecznie. 78% respondentów twierdzi, że firmy, które stosują zasady społecznej odpowiedzialności biznesu są interesującymi pracodawcami.

Internet najważniejszym źródłem informacji oraz kontaktu z pracodawcą

Internet jest wymieniany jako najważniejsze źródło wiedzy o pracodawcach, dlatego należy skupić się na wizerunku firmy w tym medium. Istotne jest pozycjonowanie w wyszukiwarce, dobrze zbudowana i aktualizowana korporacyjna strona rekrutacyjna oraz obecność w portalach rekrutacyjnych.

Najczęstszym źródłem informacji o ofertach praktyk i pracy okazały się strony internetowe pracodawców (74%) i portale rekrutacyjne (65%). Około jedna trzecia osób wskazała jako źródło informacji również ogłoszenia prasowe, targi pracy czy biura karier.

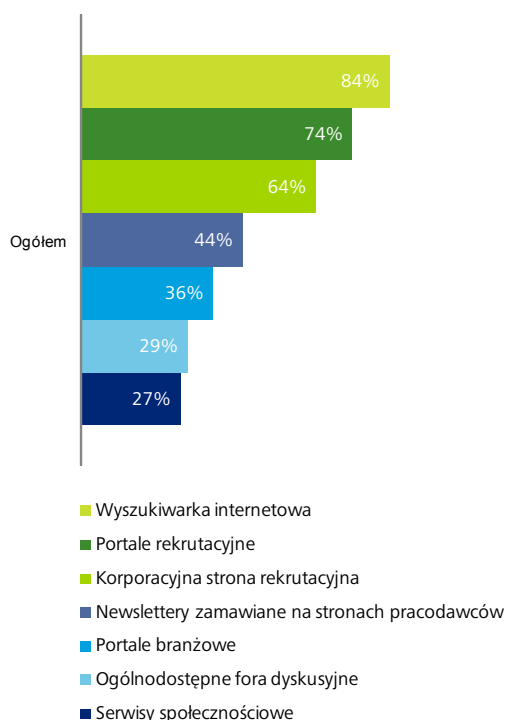
Zgodnie z powyższymi wynikami studenci aplikowali do pracy lub na praktyki głównie wykorzystując narzędzia internetowe. Do najczęściej używanych należały: strony internetowe pracodawcy (79%), ich adresy e-mail (68%), internetowe portale rekrutacyjne (63%).

Nowe media zaniebywane przez pracodawców

Studenci twierdzą, iż firmy działające na polskim rynku niewystarczająco wykorzystują nowoczesne internetowe kanały kontaktu z młodzieżą, jak portale społecznościowe np. YouTube. Dzięki nim pracodawca może zaprosić studentów do dialogu i wymiany doświadczeń, co może wzmocnić i zbudować markę firmy jako „pracodawcy z wyboru”. Ponad 90% badanych posiada profil na portalu społecznościowym, a jedna trzecia jest otwarta na kontakt z pracodawcą za ich pośrednictwem. Można przypuszczać, że w niedalekiej przyszłości na znaczeniu zyskają portale profesjonalne, takie jak Goldenline i LinkedIn, ale także mikroblogi, takie jak Twitter i Facebook.

W przypadku portali profesjonalnych, takich jak GoldenLine czy LinkedIn, działania takie mogą wydawać się uzasadnione, a nawet oczekiwane przez użytkowników. Jeśli jednak chodzi o portale rozrywkowe, takie jak Nasza-Klasa czy Facebook, to można odnieść wrażenie, że dla dużej części ich użytkowników stanowią one sferę prywatną, w której kontakt z potencjalnym pracodawcą nie jest szczególnie pożądanym. Mimo wszystko tego rodzaju nowe kanały komunikacji mogą w przyszłości odgrywać coraz większe znaczenie w budowaniu wizerunku i nawiązywaniu kontaktów z potencjalnymi kandydatami.

Najważniejsze internetowe źródła wiedzy o pracodawcach.



Rekomendacje płynące z badania

Analiza wyników badania pozwoliła na przygotowanie rekomendacji dla studentów, uczelni i pracodawców.

Studenci

- Powinni skupić się na świadomym budowaniu swoich kompetencji;
- Poszukiwania pracy należy rozpocząć jak najwcześniej, na piątym roku już powinni działać na rynku;
- Warto korzystać z dodatkowych programów edukacyjnych pracodawców.

Uczelnie

- Ważne jest wspieranie programów promujących przedsiębiorczość wśród studentów;
- Współpraca z pracodawcami to nie tylko działalność czysto dochodowa;
- Śledzenie losów absolwentów dostarczy cennej wiedzy.

Pracodawcy

- Powinni prowadzić dialog z obecnymi i przyszłymi pracownikami
- Warto rozszerzyć ofertę merytoryczną praktyk dla studentów początkowych lat;
- Praca nad pozytywnym wizerunkiem wśród obecnych, przyszłych i byłych pracowników;
- Należy wykorzystać możliwości mediów cyfrowych.

O badaniu

Grupa badana

W grupie badanej kobiety stanowiły 60% respondentów, a mężczyźni 40%. Wiek osób badanych wahał się pomiędzy 19 a 26 r.ż. Średnia wieku badanych wynosiła 23,3 lata, a medianę stanowił wiek 23 lat. Studenci od trzeciego do piątego roku oraz absolwenci stanowili 83,5% całej grupy badanej, a liczebności poszczególnych kategorii były zbliżone do siebie i wahały się między 18 a 25% całej badanej grupy.

Prawie 88% badanych stanowili studenci studiów dziennych, studium na uczelniach publicznych (94%). Jedna czwarta respondentów realizowała studia licencjackie, zaś 75% - studia magisterskie. W grupie badanej największą reprezentację posiadali studenci kierunków ekonomicznych (63%) i prawniczych (20%). Kolejne grupy to studenci kierunków technicznych (8%) i humanistycznych (7%).

Prawie 31% osób badanych studiowało w Warszawie. Kolejne 47% respondentów wywodziło się z takich dużych ośrodków akademickich jak Kraków, Katowice, Poznań, Wrocław, Gdańsk czy Lublin.

Metoda badania

Tekst ankiety składał się z 25 pytań merytorycznych, 8 pytań metryczkowych i jednego pytania o adres e-mail na potrzeby losowania nagród. Jedynie pytania metryczkowe były obowiązkowe. Użyto pytań jednokrotnego i wielokrotnego wyboru, pytań oceniających postawy na skali i uzupełniających pytań tekstowych („inne, jakie?”).

Respondentów zapytano między innymi o następujące kwestie:

- jak oceniają szkolnictwo wyższe w Polsce,
- jakie mają oczekiwania wobec praktyk zawodowych,
- gdzie i na jakich warunkach chcieliby rozpocząć pierwszą pracę,
- w jaki sposób poszukują ofert i informacji o pracodawcach,
- w jaki sposób budują swoje CV (np. działalność w samorządach, kołach naukowych, stypendia, staże),
- jak postrzegają kanały komunikacji z pracodawcami (także udział i ocena nowych mediów),

Kwestionariusz umieszczono na dedykowanej platformie elektronicznej „Deloitte DEX”, gwarantującej bezpieczeństwo danych i anonimowość respondentów. List z linkiem dostępu do strony internetowej zawierającej ankietę wysłano do bazy osób zainteresowanych karierą w Deloitte. Jednocześnie zamieszczono informację na stronie „Kariera w Deloitte” w portalu społecznościowym Facebook. Jako zachętę do wypełniania ankiet zaproponowano ponad 70 drobnych nagród rzeczowych, które zostały rozlosowane wśród odpowiadających (wśród nich iPod nano, eleganckie wieczne pióra i gadżety komputerowe).

Dane zbierano od 12 lutego do 8 marca 2010 r. W tym okresie uzyskano ponad 3000 wejść na stronę, z czego około 2200 zakończyło się wypełnieniem ankiety oraz obowiązkowej metryczki. Z uwagi na fakt, że przedmiotem badania mieli być młodzi ludzie wkraczający na rynek pracy, do dalszej analizy zakwalifikowano 2044 ankiety wypełnione przez studentów oraz absolwentów do 26 r.ż. włącznie.

Kontakt

Mimo świadomości, że doświadczenie jest dużym atutem, studenci rzadko decydują się na zdobywanie go poprzez założenie własnej działalności gospodarczej.

Autorzy badania

Halina Frańczak

PR & Marketing Dyrektor
Deloitte Polska
Tel.: +48 (0) 22 511 08 11
E-mail: hfranczak@deloitteCE.com

Krzysztof Kwiecień

HR Dyrektor
Deloitte Polska
Tel.: +48 (0) 22 511 08 11
E-mail: kkwiecien@deloitteCE.com

dr Tomasz Rostkowski

Katedra Rozwoju Kapitału Ludzkiego
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Tel.: +48 602 386 400
E-mail: tomasz.rostkowski@frkl.pl

Autorzy raportu

Łukasz Mlost

Menedżer
Deloitte Polska

Barbara Czyżowicz-Lorek

Koordinator
Deloitte Polska

dr Tomasz Rostkowski

Katedra Rozwoju Kapitału Ludzkiego
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Współpraca

Tomasz Godlewski

Dariusz Danilewicz

Rafał Łabędzki

Jan Czarzasty

Kluczową kwestią dla wizerunku firmy jest podejście pracodawcy do osób biorących udział w procesie rekrutacji. Brak odpowiedzi na aplikację, nawet jeśli miałyby być odmowna, na długo zapada w pamięci potencjalnych pracowników.

Deloitte świadczy usługi audytorskie, konsultingowe, doradztwa podatkowego i finansowego klientom z sektora publicznego oraz prywatnego, działającym w różnych branżach. Dzięki globalnej sieci firm członkowskich obejmującej 140 krajów oferujemy najwyższej klasy umiejętności, doświadczenie i wiedzę w połączeniu ze znajomością lokalnego rynku. Pomagamy klientom odnieść sukces niezależnie od miejsca i branży, w jakiej działają. 169 000 pracowników Deloitte na świecie realizuje misję firmy: stanowić standard najwyższej jakości.

Specjalistów Deloitte łączy kultura współpracy oparta na zawodowej rzetelności i uczciwości, maksymalnej wartości dla klientów, lojalnym współdziałaniu i sile, którą czerpią z różnorodności. Deloitte to środowisko sprzyjające ciągłemu pogłębianiu wiedzy, zdobywaniu nowych doświadczeń oraz rozwojowi zawodowemu. Ekspert Deloitte z zaangażowaniem współtworzą społeczną odpowiedzialność biznesu, podejmując inicjatywy na rzecz budowania zaufania publicznego i wspierania lokalnych społeczności.

Nazwa Deloitte odnosi się do Deloitte Touche Tohmatsu, podmiotu prawa szwajcarskiego i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas.

Powyższa publikacja zawiera jedynie informacje natury ogólnej. Deloitte Touche Tohmatsu, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie świadczą tym samym, ani nie przedstawiają w tej publikacji porad księgowych, podatkowych, inwestycyjnych, finansowych, konsultingowych, prawnych czy innych.

Nie należy także wyłącznie na podstawie zawartych tu informacji podejmować jakichkolwiek decyzji dotyczących Państwa działalności. Przed podjęciem jakichkolwiek decyzji lub działań dotyczących kwestii finansowych czy biznesowych powinni Państwo skorzystać z porady profesjonalnego doradcy.

Deloitte Touche Tohmatsu, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody wynikające z wykorzystania informacji zawartych w publikacji ani za Państwa decyzje podjęte w związku z tymi informacjami. Osoby korzystające z powyższej publikacji robią to na własne ryzyko i ponoszą pełną związaną z tym odpowiedzialność.