DWA ŚWIATY

METODY POSZUKIWANIA PRACY A METODY POSZUKIWANIA PRACOWNIKA
PORÓWNANIE NA PRZYKŁADZIE AGLOMERACJI POZNAŃSKIEJ

RAPORT Z BADAŃ JAKOŚCIOWYCH



CENTRUM DORADZTWA ZAWODOWEGO DLA MŁODZIEŻY
OBSERWATORIUM GOSPODARKI I RYNKU PRACY AGLOMERACJI POZNAŃSKIEJ
POZNAŃ, STYCZEŃ 2017

Spis treści

Streszczenie 4
Wprowadzenie 6
1. O najpopularniejszych metodach poszukiwań na rynku pracy 8
1.1. Poszukiwanie zatrudnienia w ujęciu ekonomicznym 8
1.2. Sieć kontaktów i sieć internetowa a efektywność łączenia agentów 14
1.3. Uwagi końcowe 18
2. Metodologia badań jakościowych 19
2.1. Wprowadzenie do teorii badań jakościowych 19
2.2. Cel główny, cele szczegółowe, problemy badawcze 22
2.3. Dobór próby, narzędzia badawcze i struktura badań 24
3. Wyniki badań jakościowych 27
3.1. Perspektywa pracodawców 27
3.1.1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniem pracownika 27
3.1.2. Omówienie działań związanych z wykorzystaniem Internetu w procesie poszukiwań 30
3.1.3. Omówienie roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwań 32
3.1.4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy 34
3.1.5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy 36
3.1.6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy 38
3.2. Perspektywa uczniów 41
3.2.1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniem pracy 41
3.2.2. Omówienie działań związanych z wykorzystaniem Internetu w procesie poszukiwań 45
3.2.3. Omówienie roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwań 49
3.2.4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy 53
3.2.5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy 55
3.2.6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy. 57
3.3. Perspektywa szkół i instytucji rynku pracy 61
3.3.1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniami na rynku pracy 61
3.3.2. Omówienie działań związanych z wykorzystywaniem Internetu w procesie poszukiwań . 65
3.3.3. Omówienie roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwań 67
3.3.4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy. 70
3.3.5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy 72

3.3.6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy. 75
4. Podsumowanie 80
Bibliografia 87
Spis rysunków 91
Spis wykresów 92
Spis tabel 92

Streszczenie

Raport niniejszy zawiera omówienie badań jakościowych pn. *Metody poszukiwania pracy a metody rekrutacji pracownika. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej,* które było realizowane w 2015 roku. Analiza została opracowana przez zespół pracowników Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej.

Raport składa się: z wprowadzenia, trzech głównych rozdziałów oraz podsumowania. W rozdziale pierwszym omówiono kluczowe z ekonomicznego punktu widzenia procesy zachodzące na rynku pracy. Posłużono się w tym celu ramami wytyczanymi przez dobrze znaną i uznaną w literaturze przedmiotu teorią poszukiwań na rynku pracy. W rozdziale przedstawiono również wyniki Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności w odniesieniu do najczęściej wykorzystywanych metod poszukiwania pracowników, jak i wolnych miejsc pracy, tj. poszukiwania z wykorzystaniem sieci internetowej i sieci kontaktów osobistych. Istotnym elementem części pierwszej są rozważania dotyczące problemu efektywności dwóch wskazanych i zarazem najpopularniejszych metod poszukiwania zatrudnienia. W tym kontekście dokonano przeglądu polskich, jak i światowych badań empirycznych. Podejście to umożliwiło spojrzenie na badaną problematykę w szerszej perspektywie i nakreśliło najczęściej dyskutowane determinanty efektywności obu metod.

W rozdziale drugim przedstawiono metodologię przeprowadzonego badania jakościowego. Znalazły się tam najważniejsze teoretyczne elementy metodologii dotyczące przeprowadzania zogniskowanych wywiadów grupowych, jak i konstrukcji narzędzi badawczych. W części tej wskazano problemy badawcze, które zostały określone w toku przygotowywania procedury badawczej. Istotnym elementem jest także opis próby badawczej, która została wytypowana do uczestniczenia w zogniskowanych wywiadach grupowych. W badaniu uczestniczyły cztery grupy respondentów: przedstawiciele uczniów z aglomeracyjnych szkół zawodowych, przedstawiciele pracodawców, nauczyciele szkół zawodowych oraz pracownicy instytucji rynku pracy (komercyjnych i publicznych).

Najistotniejszą i zarazem najobszerniejszą z omawianych części stanowi rozdział trzeci. Przedstawia on wyniki badań jakościowych przeprowadzonych z przedstawicielami czterech wskazanych grup interesariuszy lokalnego rynku pracy. W odniesieniu do każdej z badanych grup omówiono działania związane z poszukiwaniem pracy bądź pracownika oraz działania związane z wykorzystaniem Internetu i sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwań na rynku pracy. Z wypowiedzi respondentów, oprócz oczywistej dużej popularności metod, wyłania się obraz ich przenikania w sferze wirtualnej, przede wszystkim na portalach społecznościowych. Wskazuje to na rosnącą rolę, ale i udział tego typu stron

w łączeniu uczestników rynku pracy. Następnie zebrano źródła wiedzy o rynku pracy, które dla respondentów pozostają najcenniejsze. Widać tutaj dużą dywersyfikację źródeł, chociaż nie zawsze wiąże się to z ich jakością i obiektywizmem. Najbardziej wszechstronni w wyszukiwaniu informacji w Internecie pozostają pracownicy instytucji rynku pracy, którzy oprócz specjalistycznych portali internetowych i prasy branżowej, korzystają również z danych statystki publicznej. Następnie omówiono wyniki badań w zakresie roli i znaczenia doradztwa zawodowego na współczesnym rynku pracy, a także barier i potencjalnych wyzwań jakie przed nowoczesnym doradztwem zawodowym stoją. Respondenci wskazywali tutaj na dwa aspekty: zbyt późne objęcie doradztwem młodzieży, a także niską atrakcyjność zajęć. Jako ostatnia przedstawiona została kwestia zdobywania praktycznego doświadczenia zawodowego. Może ona pełnić istotną dla pracodawców wartość w procesie rekrutacji, jednak jak pokazały badania, dzieje się tak coraz rzadziej, a kluczowa okazuje się motywacja i podstawowe kompetencje społeczne kandydatów do pracy. Każdy z przedstawionych powyżej podpunktów kończy schemat – mapa myśli, która podsumowuje najważniejsze i najciekawsze spostrzeżenia badawcze.

Całość opracowania kończy podsumowanie, w którym przedstawiono miejsce analizy wśród innych, podobnych opracowań, a także dokonano zebrania najważniejszych myśli. W ramach podsumowania omówiono najważniejsze wyniki badań jakościowych - nie tylko w odniesieniu do najważniejszych opracowań teoretycznych i empirycznych, ale i w nawiązaniu do wcześniejszego badania Obserwatorium z 2015 roku, które przedmiotowy temat podejmowało z punktu widzenia analizy ilościowej. W ostatniej części raportu znalazły się również wnioski i rekomendacje z badań.

Wprowadzenie

Badanie jakościowe opisane w niniejszym raporcie stanowi kontynuację badań ilościowych pn. *Metody poszukiwania pracy a metody rekrutacji pracownika. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej*[1][2] przeprowadzonych w 2015 roku przez zespół Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej. Zespół Obserwatorium podjął się eksploracji zagadnień mających uchwycić istotę doświadczeń poszukujących pracy i pracowników. Zdobyta w ten sposób wiedza ma umożliwić opracowanie działań zmierzających do promocji dobrych praktyk oraz niwelowania niespójności w przepływie informacji pomiędzy poszukującymi się na rynku pracy stronami.

Wspomniane badania ilościowe wskazały, że sieć internetowa oraz sieć kontaktów osobistych są obecnie najpopularniejszymi metodami poszukiwań, zarówno po podażowej, jak i popytowej stronie rynku pracy aglomeracji poznańskiej. Dla przypomnienia: 59,8% uczniów ostatnich klas szkół zawodowych i 55% pracodawców wskazuje, że wykorzystuje Internet w poszukiwaniu partnera na rynku pracy. Z kolei 43,5% przedsiębiorców i 28,5% uczniów deklaruje korzystanie z sieci kontaktów osobistych.

Ranking ten jest zgodny z wynikami badań przeprowadzonych w innych krajach. Kuhn i Mansour (2011) wskazuje, że 88% młodych osób poszukujących zatrudnienia w USA wykorzystuje sieć informacji o wolnych miejscach pracy. Co więcej, w związku ze wzrostem dostępności Internetu, na przestrzeni 10 lat odsetek ten wzrósł o ponad 25%. Pracodawcy również coraz chętniej zamieszczają ogłoszenia o pracę w sferze wirtualnej. Zjawisko to w dobie gwałtownego postępu technologicznego i przenoszenia kluczowych obszarów gospodarki w sferę cyfrową nie powinno zaskakiwać, szczególnie w perspektywie obecności po jednej i drugiej stronie rynku pracy generacji opisywanej jako cyfrowi tubylcy (Prensky 2001), nierozerwalnie związanej z technologią.

Wiele mówi się również o roli sieci kontaktów osobistych, których umiejętne wykorzystanie jest nie do przecenienia, zwłaszcza na rynku, gdzie znaczna ilość informacji o wolnych miejscach pracy jest dystrybuowana właśnie poprzez znajomości (np. Bolles 2006). Niektóre źródła wskazują na szczególną

[1] Badanie przeprowadzone zostało w III i IV kwartale 2015 roku. Została nim objęta próba 600 przedsiębiorstw oraz 604 uczniów ostatnich klas szkół zawodowych i techników z terenu aglomeracji poznańskiej. Raport *Dwa światy? Metody poszukiwania pracy a metody rekrutacji pracownika. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej* znaleźć można na storach Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej, http://www.obserwatorium-poznan.pl/badania/ .

[2] W ujęciu prezentowanym w niniejszym opracowaniu aglomeracja poznańska to miasto Poznań wraz z 17 gminami powiatu poznańskiego: Luboń, Puszczykowo, Buk, Czerwonak, Dopiewo, Kleszczewo, Komorniki, Kostrzyn, Kórnik, Mosina, Murowana Goślina, Pobiedziska, Rokietnica, Stęszew, Suchy Las, Swarzędz, Tarnowo Podgórne. Definicja ta jest również najczęściej spotykaną w literaturze przedmiotu (np. Kaczmarek i in. 2014; Bul 2014).

efektywność sieci kontaktów osobistych w porównaniu z innymi (np. Collins i Stevens 2002; Saks 2005), a ostrożne szacunki wskazują, że blisko 50% zatrudnień jest efektem wykorzystania sieci kontaktów osobistych (Trimble, Kmec 2011). W literaturze dostępne są także interesujące wyniki badań empirycznych dotyczących wpływu wykorzystania sieci kontaktów osobistych w poszukiwaniu zatrudnienia na długość okresu bezrobocia, wysokość płac czy produktywność pracowników (np. Greet Van Hoye i in. 2009).

W nasyconych szokami ekonomicznymi realiach rynku pracy, gdzie z jednej strony rośnie znaczenie rzeczywistości wirtualnej, a z drugiej bardzo istotne pozostają więzi społeczne, niezwykle ważna jest rola doradcy zawodowego. To właśnie odpowiednie zdiagnozowanie potencjału i ukierunkowanie osoby wchodzącej na kolejne szczeble edukacji może zagwarantować jej odniesienie sukcesu na rynku pracy. Niestety, również i w tej sferze pozostaje sporo do zrobienia. Jak pokazały badania ilościowe przeprowadzone przez zespół Obserwatorium w 2015, doradztwo zawodowe nie cieszy się zbyt dużym zainteresowaniem wśród uczniów szkół ponadgimnazjalnych (68% ankietowanych nie miało styczności z doradcą zawodowym i nie widziało potrzeby takiego kontaktu w przyszłości). Potwierdza to również wiele badań przeprowadzonych w innych regionach Polski. W szkołach gimnazjalnych, a więc tam, gdzie potrzeba kontaktu z doradcą zawodowym jest kluczowa, był on zatrudniony jedynie w 12,6% placówek, a jedynie 4% szkół prowadzi ośrodki kariery, których celem jest kompleksowe przygotowanie uczniów do świadomego kształtowania ścieżki edukacyjno-zawodowej (Wojtaszyk i in. 2014).

W ramach zrealizowanych badań jakościowych skupiono się na opisanych powyżej obszarach, które w jakimś sensie pozostają zaniedbane w polskiej rzeczywistości edukacyjnej i gospodarczej. W związku z tym przeprowadzone badania dotykają roli i znaczenia Internetu i sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwania zatrudnienia. Skupiono się również na doradztwie zawodowym, jego słabych stronach i propozycjach zmian. Podniesiono również kwestie związane z rolą i znaczeniem wykształcenia i doświadczenia w procesie wejścia na rynek pracy osób młodych.

1. O najpopularniejszych metodach poszukiwań na rynku pracy

Celem podrozdziału jest zwrócenie uwagi na ekonomiczny wymiar procesu poszukiwań i dopasowania na rynku pracy, a także omówienie potencjału dwóch najpopularniejszych metod poszukiwania pracownika i wakatu, tj. sieci kontaktów osobistych i sieci internetowej. W związku z tym dokonano prezentacji wybranej literatury dotyczącej wspomnianych zagadnień, a także przedstawiono najważniejsze dane statystyczne, które mogą pomóc zrozumieniu zjawisk zachodzących na współczesnym rynku pracy.

1.1. Poszukiwanie zatrudnienia w ujęciu ekonomicznym

Obecnie, łączenie uczestników na rynku pracy zachodzi w dużej mierze dzięki dwóm sieciom, tj. sieci kontaktów osobistych oraz sieci Internet. Proces ten zachodzi w warunkach zróżnicowanej rzeczywistości kształtowanej przez wiele procesów, których dynamika w ciągu ostatnich dziesięcioleci wyraźnie wzrosła. Te skomplikowane „uwarunkowania zewnętrzne" należy z pewnością brać pod uwagę, kiedy rozpatrujemy strategie poszukiwań na rynku pracy, zarówno po stronie pracodawców, jak i osób poszukujących odpowiedniego wakatu.

Ścierające się nieustannie grupy szukających zatrudnienia i pracodawców uwikłane są w kosztowny i długotrwały proces znajdowania odpowiedniego partnera, który charakteryzowałby się szeregiem ściśle określonych cech. Proces ten jest tym bardziej zasobochłonny, iż zachodzi w silnie heterogenicznym środowisku, w którym dostęp do informacji jest istotnie ograniczony, czego efektem jest występowanie tzw. frykcji-tarć (Mortensen, Pissarides 1994, 1999). W efekcie w tym samym miejscu i czasie współwystępuje zarówno liczna grupa poszukujących zatrudnienia, jak i wolnych miejsc pracy.

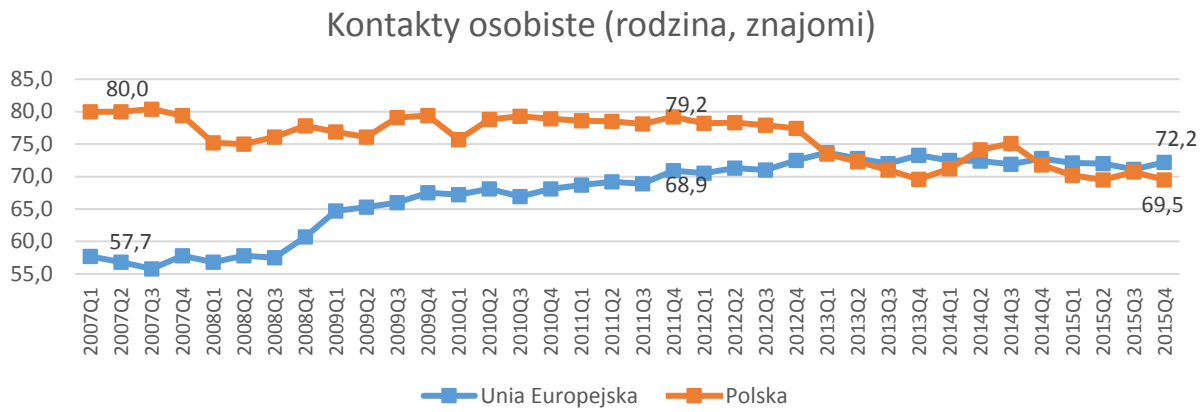
W związku ze wspomnianymi niedoskonałościami, uczestnicy rynku pracy są zmuszeni do ponoszenia kosztów, aby dotrzeć do odpowiedniego partnera. Do wydatków tych po stronie pracodawcy zalicza się najczęściej koszty związane z rekrutacją pracownika, np. umieszczenie ogłoszenia w prasie bądź Internecie, przeprowadzenie rozmowy rekrutacyjnej itp. W przypadku poszukujących zatrudnienia do wydatków zalicza się nakłady z tym związane poszukiwaniem (np. koszty korzystania z Internetu, połączeń telefonicznych czy też dotarcia do pracodawcy w celu odbycia rozmowy kwalifikacyjnej). Z tej perspektywy istotny jest również czas niezbędny na skuteczne połączenie się wolnego miejsca pracy i poszukującego zatrudnienia. Im czas dłuższy, tym koszt transakcji dla danego uczestnika rynku pracy wyższy.

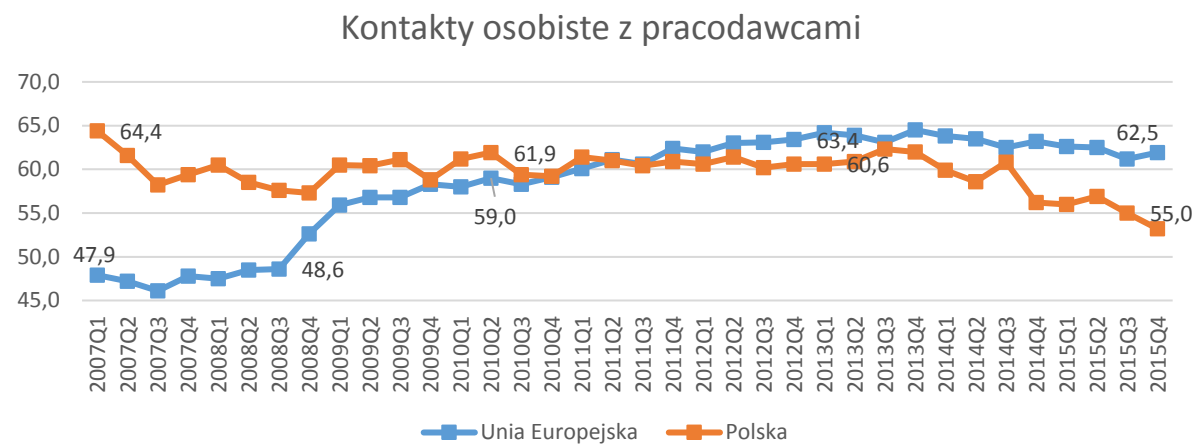
Optymalizacja strategii poszukiwania jest kluczowa w minimalizacji nakładów, które trzeba zaangażować, aby dotrzeć do odpowiedniego partnera. Dlatego też podejmujący racjonalne decyzje bezrobotny nie czeka w nieskończoność, aby podjąć pracę idealną, lecz kalkuluje potencjalne korzyści z akceptacji dostępnego miejsca pracy i ewentualnego kontynuowania poszukiwań, będąc już zatrudnionym. Jeśli pierwsze przewyższa drugie, dokonywana jest transakcja zatrudnienia. Podobny mechanizm dotyczy pracodawców. W efekcie pewną grupę pracowników stanowią osoby zatrudnione poniżej swoich kwalifikacji lub też na stanowiskach niezgodnych z własnymi preferencjami, które często szukają pracy w trakcie trwania zatrudnienia. Oprócz odpływu ze sfery bezrobocia do sfery zatrudnienia uaktywnia się również strumień przepływów „z pracy do pracy", który jest istotnym elementem opisanego mechanizmu (Mortensen 2005). W dużej mierze zjawisko to odpowiada za rotację pracowników w poszczególnych przedsiębiorstwach. Szacunki pokazują, że przepływy z pracy do pracy w Polsce mogą sięgać 23% (Socha 2006).

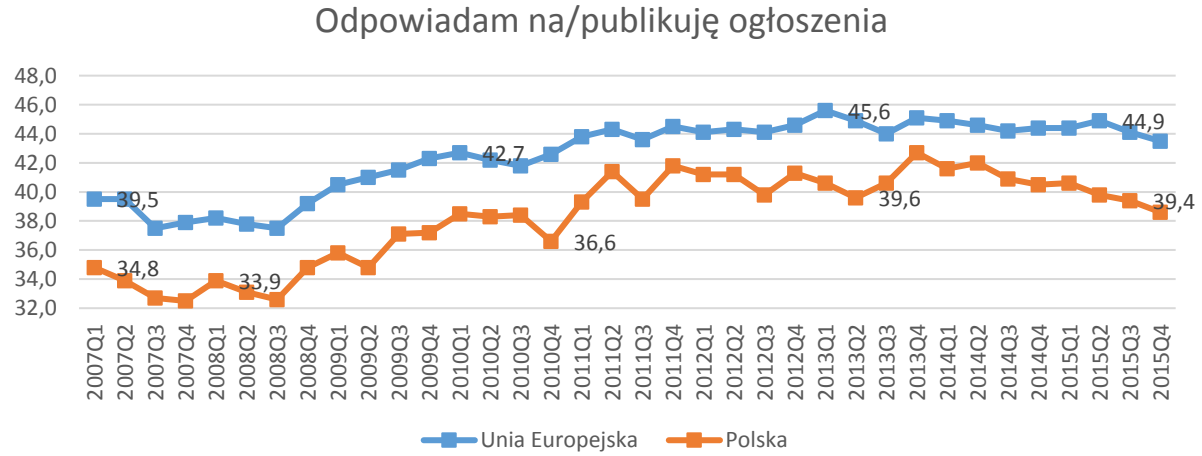
Ruch pomiędzy stanami na rynku pracy odbywa się z wykorzystaniem różnorodnych metod, dzięki którym możliwe jest pozyskanie cennej informacji na temat interesującego nas pracodawcy bądź pracownika. Wykorzystanie takiej a nie innej metody zależeć może od wielu czynników, których zakres waha się od indywidualnych preferencji danej jednostki, poprzez uwarunkowania społeczno-kulturowe aż do racjonalnie przemyślanych strategii poszukiwań, w ramach danej branży czy zawodu. Zakres stosowanych metod poszukiwań na rynku pracy pozostaje jednak ograniczony i zawiera najczęściej takie elementy, jak wykorzystanie sieci kontaktów osobistych, korzystanie z usług urzędów pracy, przeglądanie ogłoszeń o wakatach, kontakty osobiste z pracodawcami. Mimo zapowiedzi części analityków (HR Trendy, 2014) oraz ożywionego ruchu po stronie dostarczających cyfrowe rozwiązania łączące interesariuszy rynku pracy (Business Insider, 2016; Forbes, 2016), nadal rzadkie są deklaracje dotyczące korzystania z nieszablonowych metod poszukiwania pracy i pracownika. Za takie metody można uznać zarówno dopiero pojawiające się na rynku aplikacje mobilne (JobSquare), internetowe systemy poleceń pracowniczych (LepszaPraca), angażowanie do celów rekrutacyjnych portali społecznościowych niezwiązanych z karierą zawodową. O skuteczności i popularności powyższych rozwiązań dyskutuje się głównie w środowisku praktyków (Sołtysiak 2015).

Prześledzenie danych zgromadzonych w ramach Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności daje wyobrażenie na temat najchętniej stosowanych metod poszukiwania pracy i ewolucji ich popularności w czasie (Wykres 1). Z uwagi na brak danych na poziomie regionalnym, posłużono się danymi dla Polski i porównano je ze średnią wartością dla Unii Europejskiej.

Wykres 1. Zestawienie wykorzystania najpopularniejszych metod poszukiwania pracy w Polsce i Unii Europejskiej w % (I kwartał 2007 – IV kwartał 2015)







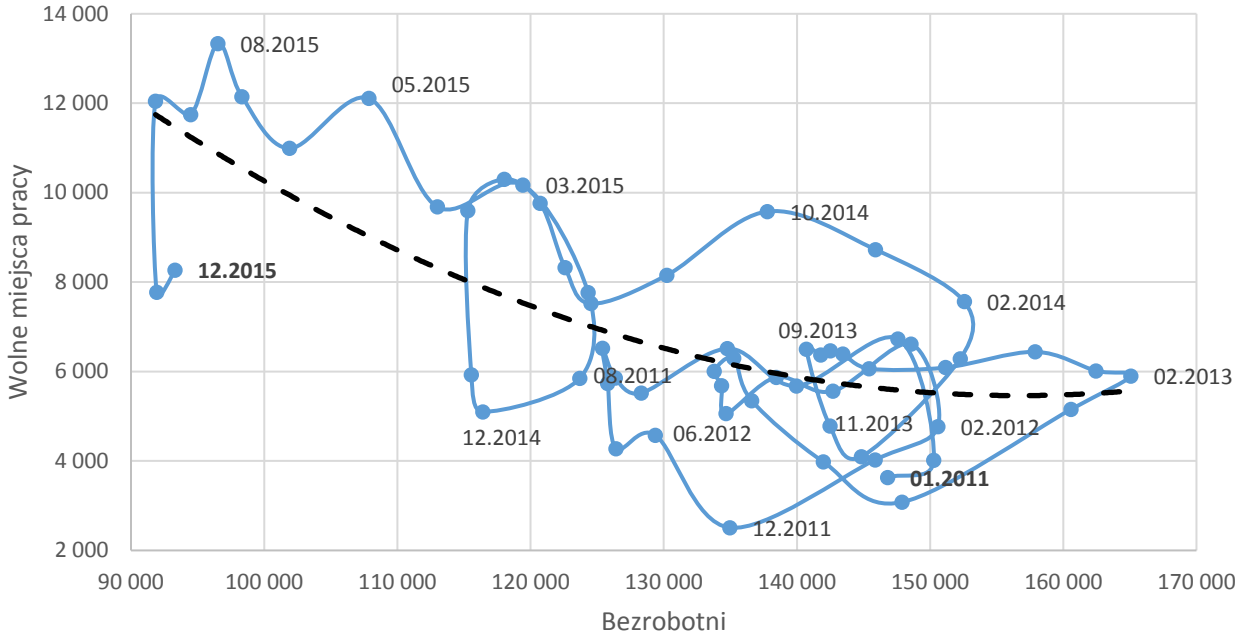
Źródło: LFS, Eurostat.

Pobieżne spojrzenie na powyższe wykresy pozwala zauważyć, że od lat najpopularniejszą metodą jest poszukiwanie zatrudnienia poprzez kontakty osobiste, do których zaliczono rodzinę oraz znajomych. Na drugim miejscu respondenci BAEL wskazują kontakty osobiste z pracodawcami. Jako trzecie wskazano odpowiadanie na ogłoszenia bądź ich zamieszczanie. Warto tutaj dodać, że nie jest sprecyzowane czy odbywa się ono w Internecie, czy też za pomocą prasy. Jednak rozwój portali pośrednictwa pracy każe skłonić się ku refleksji, że w większości ruch ten odbywa się w sferze wirtualnej.

Jeśli chodzi o ewolucję popularności poszczególnych metod, należy stwierdzić, że w ciągu ostatnich 10 lat poszukiwanie zatrudnienia z wykorzystaniem sieci kontaktów osobistych zyskiwało na popularności w krajach Unii Europejskiej (wzrost z 57,7% do 72%), natomiast traciło nieco na znaczeniu w Polsce (spadek z 80% do 69%). Wykorzystanie kontaktów osobistych z pracodawcami w krajach Unii Europejskiej wzrosło z 47% do 62%, natomiast w Polsce spadło z 64% do 53%. W związku z tym Polskę i Unię Europejską cechują odwrotne trendy w wykorzystaniu dwóch omówionych dotychczas metod, tzn. podczas gdy wykorzystanie w Polsce sieci kontaktów osobistych oraz kontaktów bezpośrednich z pracodawcami istotnie spadło, w Unii Europejskiej odnotowano wyraźny wzrost. Jeśli chodzi o korzystanie z ostatniej w tym zestawieniu metody - korzystania z ogłoszeń - to można zaobserwować podobne trendy zarówno w Polsce, jak i Unii Europejskiej, wykorzystanie metody wzrosło w ciągu ostatnich 9 lat z 35% do 39% w Polsce i z 39% do 43% w Unii Europejskiej.

Ścieranie się podażowej i popytowej strony rynku pracy można przedstawić na wykresie zwanym krzywą Beveridga, która na osi rzędnych przedstawia liczbę wolnych miejsc, natomiast na osi odciętych liczbę bezrobotnych. Krzywą Beveridga dla województwa wielkopolskiego przedstawia wykres 2.

Wykres 2. Empiryczna krzywa Beveridga dla Wielkopolski 2011-2015



Źródło: GUS, BDL.

Krzywa przedstawia negatywną zależność pomiędzy liczbą wakatów a bezrobociem, tzn. im większa liczba bezrobotnych, tym mniej wolnych miejsc pracy i odwrotnie: dużej liczbie wakatów odpowiadają niskie wartości bezrobotnych. Wykonuje ona ruchy po układzie współrzędnych przeciwnie do kierunku ruchu wskazówek zegara (Blanchard, Diamond 1990). Pozycja na krzywej obrazuje stan gospodarki w czasie trwania cyklu koniunkturalnego. Okres recesji łączy się zazwyczaj z dużą liczbą bezrobotnych i małą liczbą ofert pracy, podczas gdy czas dobrej koniunktury jest związany z mniejszą liczbą bezrobotnych i większą liczbą wakatów (Diamond 2014). Przemieszczanie się krzywej jest związane również z pewnymi zjawiskami, do których zalicza się przede wszystkim (Rampell 2013):

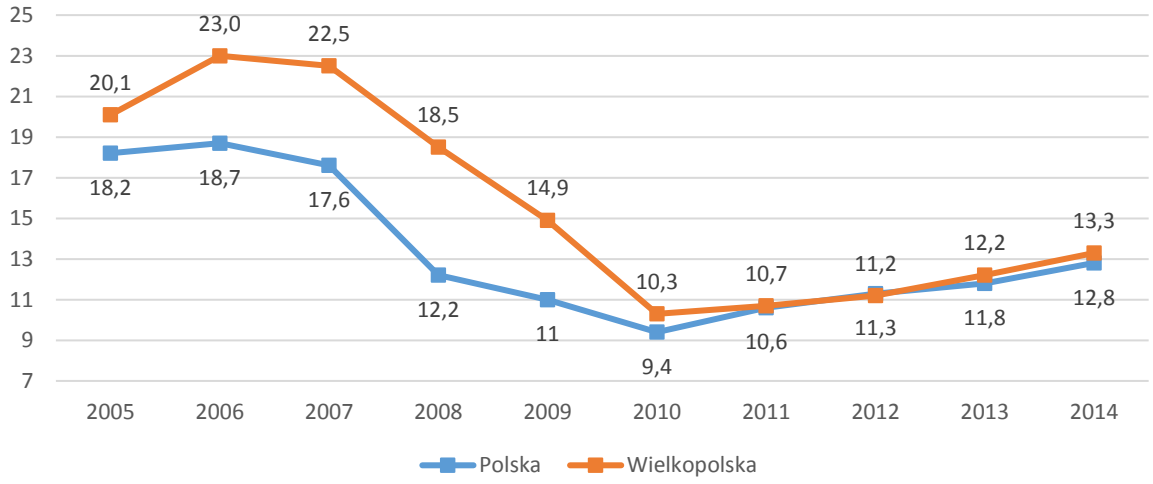
- efektywność procesu łączenia uczestników rynku pracy – działanie centrów pośrednictwa, wykorzystanie metod poszukiwania,
- niedopasowanie umiejętności poszukujących zatrudnienia do potrzeb pracodawców,
- aktywność ekonomiczną ludności zamieszkującej dany obszar,
- bezrobocie długookresowe -m większa liczba bezrobotnych długoterminowo, tym osiągi gospodarki gorsze, a krzywa Beveridga odsuwa się od początku układu współrzędnych,
- bezrobocie frykcyjne. Im mniejsze frykcje, tym krzywa przesuwa się bliżej w kierunku początku układu współrzędnych,

- niepewność gospodarczą i polityczną.

Od początku 2011 krzywa Beveridga dla Wielkopolski przesunęła się w górę w kierunku początku układu współrzędnych, co wskazuje na poprawę sytuacji poszukujących zatrudnienia na rynku pracy. Zwiększyła się liczba wolnych miejsc, natomiast zmniejszyła - liczba bezrobotnych. W praktyce oznacza to wzrost prawdopodobieństwa odpływu do zatrudnienia na lokalnym rynku pracy, jednocześnie prawdopodobieństwo pozyskania satysfakcjonującego pracownika przez pracodawcę spadło w rozpatrywanym okresie.

Kolejnym istotnym z ekonomicznego punktu widzenia wskaźnikiem jest czas niezbędny do efektywnego połączenia poszukującego zatrudnienia z pracodawcą – jest on pochodną współistniejących w gospodarce bezrobotnych i wolnych miejsc pracy ilustrowanych krzywą Beveridga (Shimer 2005). Długość tego okresu wiele mówi o efektywności zastosowanych przez uczestników rynku pracy strategii, a także o kondycji rynku pracy, w szczególności o niedopasowaniu podaży i popytu: im niedopasowanie większe, tym większy czas poszukiwania pracownika bądź pracodawcy. Liczba bezrobotnych ze względu na czas poszukiwania zatrudnienia została zobrazowana na wykresie 3.

Wykres 3. Średni czas poszukiwania zatrudnienia w miesiącach w Polsce i Wielkopolsce w latach 2005 - 2015



Źródło: LFS, GUS.

Największy udział w zasobie bezrobotnych na rynku, jeśli chodzi o czas poszukiwania zatrudnienia, mają dwie ich skrajne grupy: 468 tys. bezrobotnych poszukuje zatrudnienia mniej niż 3 miesiące, natomiast 508 tys. ma status bezrobotnego od ponad 13 miesięcy. Pierwsza grupa w dużej mierze stanowi tzw. bezrobocie frykcyjne: zasób osób, u których przerwa w zatrudnieniu związana jest ze zmianą miejsca pracy czy też wejściem na rynek pracy (np. absolwenci). Jest to naturalna konsekwencja różnorodności po

stronie popytowej i podażowej, a także niedoskonałości rynku, o których wspomniano we wcześniejszych akapitach. Najliczniejsza grupa to bezrobotni długookresowo; tego rodzaju bezrobocie wiąże się występowaniem wielu negatywnych skutków o charakterze ekonomicznym, społecznym i psychologicznym. Bezrobocie długookresowe jest bardzo trwałe, trudne do obniżenia, skupia się też zazwyczaj na względnie stałej grupie ludzi. Wiąże się z obniżeniem PKB i szeregiem wydatków związanych z utrzymaniem dużej grupy osób niezatrudnionych w gospodarce. Z punktu widzenia jednostki może łączyć się z zaniżoną samooceną, pogorszeniem stanu zdrowia zarówno psychicznego, jak i fizycznego.

1.2. Sieć kontaktów i sieć internetowa a efektywność łączenia agentów

Biorąc pod uwagę zarysowane powyżej ramy teoretyczne, głównym celem wykorzystania sieci kontaktów oraz sieci internetowej w procesie poszukiwania zatrudnienia jest usprawnienie procesu dotarcia do informacji na rynku pracy. Wiąże się to ze skróceniem czasu niezbędnego do odszukania partnera lub odnalezieniem atrakcyjniejszego pracownika/ stanowiska pracy w niezmienionym okresie.

W najprostszym rozumieniu sieć internetowa umożliwia użytkownikowi dotarcie do ogromnej liczby ogłoszeń/pracowników i rozesłanie swoich aplikacji w bardzo krótkim czasie, bez opuszczania miejsca pobytu. Z kolei dzięki sieci kontaktów osobistych, poprzez znajomości jest możliwe dotarcie do informacji o pojedynczym wolnym miejscu pracy/pracowniku, który w taki czy inny sposób *zostaje polecony* przez pośredników – osoby bliskie pracodawcy. W tym rozumieniu sieć internetowa umożliwia dostęp do informacji ilościowej (tysiące ofert na portalach pośrednictwa), a sieć kontaktów do informacji jakościowej (konkretny intersujący nas wakat), co powoduje, że pozornie podobne, metody te w swej istocie są skrajnie różne.

Nie należy jednak zapominać, że szeroka funkcjonalność Internetu umożliwia pozyskanie również informacji jakościowej właśnie poprzez sieć kontaktów osobistych (np. wysyłając maila do zaprzyjaźnionego pracownika z działu HR pewnej firmy). Prowadzi to do trudności w sztywnym rozdzieleniu wirtualnej rzeczywistości na kanały-metody łączące podaż z popytem na rynku pracy. W tym przypadku wydaje się wręcz, że trudno rozdzielić obie sieci, zwłaszcza w środowisku uczącej się młodzieży i absolwentów szkół zawodowych, którzy w świecie wirtualnym spędzają czas również w celach towarzyskich. Skutkuje to przeniesieniem części znajomych i kontaktów z nimi w sferę elektroniczną.

Autor (2001) wskazuje na trzy sposoby, w jakie sieć internetowa wpływa na obraz lokalnego rynku pracy. Są to:

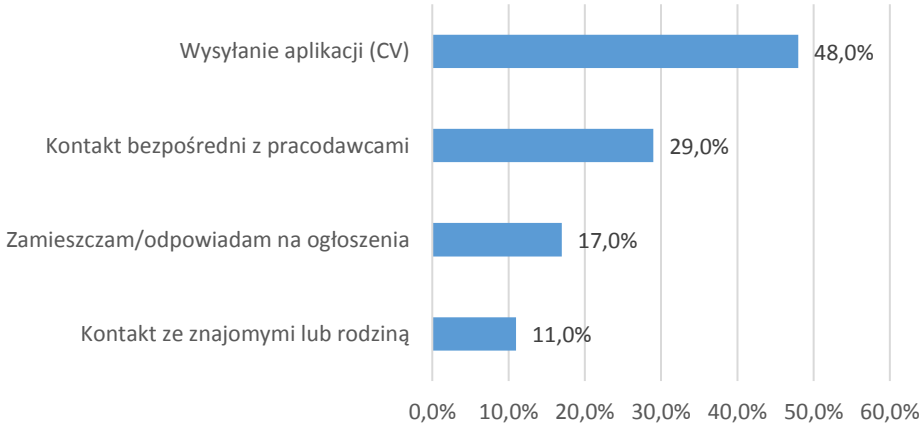
- sposób, w jaki pracodawcy i poszukujący zatrudnienia odnajdują się na rynku,

- sposób, w jaki praca jest dostarczana na rynek,
- sposób, w jaki kształtowany jest popyt na rynku pracy.

Pierwszy i najważniejszy z przytoczonych sposobów nadał nowe znaczenie tradycyjnym tablicom ogłoszeniowym jako punktowi stycznemu podaży i popytu. Sposób odnajdywania się uczestników na rynku z uwzględnieniem oddziaływania Internetu należy rozumieć wielopłaszczyznowo, tzn. poszukujący zatrudnienia mogą aplikować poprzez strony www pracodawców, poprzez zewnętrzne portale pośrednictwa pracy (np. pracuj.pl), ale mogą również w sposób aktywny poszukiwać zatrudnienia, chociażby na portalach umożliwiających budowanie sieci kontaktów zawodowych typu LinkedIn. Taką samą rolę, choć w bardziej ograniczonym zakresie, pełnią portale społecznościowe typu Facebook. W ten właśnie sposób sieć kontaktów osobistych stała się integralną częścią sieci internetowej. Atasoy (2013) zauważa, że omówiony powyżej mechanizm umożliwia szybsze i efektywniejsze dotarcie do informacji na rynku pracy. Niektórzy autorzy uważają ponadto, że sieć internetowa może podnieść jakość dopasowania, co będzie skutkowało dłuższym czasem obsadzenia danego stanowiska pracy i zmniejszeniem się rotacji pracowników (Prakash 2014).

Badania przeprowadzone przez Kuhna i Mansoura (2011) koncentrują się wokół pytania o efektywność Internetu w procesie łączenia uczestników rynku pracy. Wyniki potwierdzają hipotezę Prakasha (2014) i dostarczają dowodu na istnienie pozytywnej zależności pomiędzy czasem spędzonym on-line a jakością znalezionego wakatu. Respondenci w ramach badania wskazali również na najchętniej wykorzystywane za pomocą sieci internetowej metody poszukiwania wolnego stanowiska pracy.

Wykres 4. Wykorzystanie sieci internetowej w ramach najpopularniejszych metod poszukiwania zatrudnienia

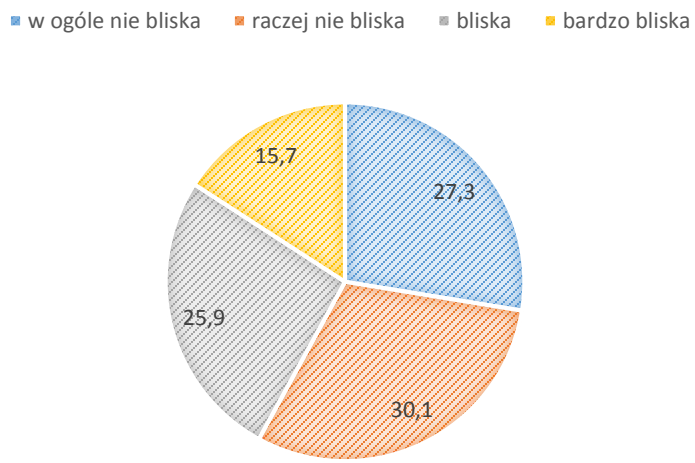


Źródło: Kuhn i Mansour (2011).

Najwięcej badanych wykorzystuje Internet w celu rozsyłania dokumentów aplikacyjnych do pracodawców, 29% wykorzystuje ten kanał do kontaktu bezpośredniego z pracodawcami, chodzi tutaj m.in. o zapytania mailowe dotyczące potrzeb kadrowych wybranych firm. Kolejna grupa wskazała na wykorzystanie portali internetowych, na których znajdują się ogłoszenia o wolnych stanowiskach pracy. Ostatnia z najczęściej stosowanych metod poszukiwania pracy w Internecie związana była z kontaktami ze znajomymi bądź krewnymi, aby uzyskać informację o wakacie (11%). Kuhn i Mansour (2011) wskazują ponadto na istnienie zależności pomiędzy takimi zmiennymi jak wykształcenie, wiek i status rodzinny a wykorzystaniem Internetu w ramach omówionych na wykresie metod.

Z kolei Hoye i in. (2009) zarysowują komponenty struktury sieci kontaktów osobistych, które są wykorzystywane w nieformalnym procesie poszukiwania zatrudnienia. Pierwszy z nich to wielkość sieci, którą można zdefiniować jako liczbę osób „podłączonych" do danej jednostki; drugi to siła więzi, jakie występują pomiędzy osobami w sieci a daną jednostką. Mogą być one silne - charakterystyczne dla bliskiego kręgu znajomych - lub słabe - cechujące dalsze kontakty. Sławecki (2009) wskazuje, że optymalne więzi dla pozyskania informacji o wolnym miejscu pracy to więzi o słabej sile. Jako argumentację podaje się fakt, że osoby z którymi jesteśmy połączeni słabymi więziami, bywają w innych od naszego kręgach znajomych i stają się pomostem pomiędzy różnymi grupami społecznymi, dostarczając unikatowych informacji (Seibert i in. 2001). Hipotezę tę potwierdzają badania dotyczące zatrudniania pracowników przeprowadzone na terenie Wielkopolski (wykres 5).

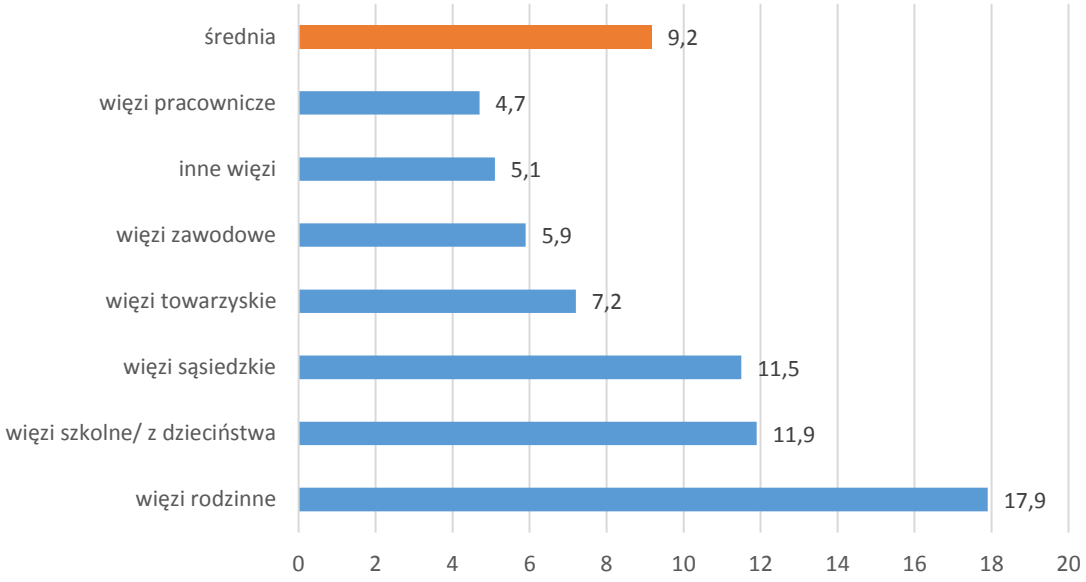
Wykres 5. Siła (bliskość) kontaktów osobistych wykorzystanych w zatrudnieniu pracownika



Źródło: Sławecki (2009).

Zgodnie z ich wynikami niemal 60% transakcji zatrudnienia było owocem wykorzystania słabszych więzi pomiędzy pracodawcą a osobami polecającymi pracownika. Z kolei zaledwie 15.7% zatrudnionych z wykorzystaniem sieci kontaktów osobistych wskazywała, że transakcja odbyła się z wykorzystaniem bardzo bliskich kontaktów. Więzi zostały również sklasyfikowane pod względem ich rodzajów i czasów trwania. Co nietrudne do przewidzenia, najdłuższym czasem trwania charakteryzowały się więzi rodzinne (średnio 18 lat), zaś najkrótszym więzi pracownicze (niecałe 5 lat). Średnia długość trwania więzi wyniosła nieco ponad 9 lat (wykres 6).

Wykres 6. Długość trwania więzi w latach w zależności od jej rodzaju



Źródło: Sławecki (2009).

Efektywność metod poszukiwań na rynku pracy nie może być rozpatrywana bez intensywności ich wykorzystania. Nawet potencjalnie najlepsza z metod kojarzenia pracowników z pracodawcami nie spełni swojej funkcji, jeżeli nie będzie wykorzystywana z odpowiednią częstotliwością. Najczęstszymi miernikami intensywności poszukiwań, jakie stosuje się w badaniach empirycznych, są czas spędzany na poszukiwaniach, liczba aplikacji wysłanych do pracodawców, koszt wykorzystania danej metody czy też liczba metod wykorzystywanych przez daną osobę. Nie zawsze jednak wzrost intensywności poszukiwań wiąże się z szybszym podjęciem zatrudnienia. W przypadku miernika jakim jest liczba metod wykorzystywanych przez daną osobę, można znaleźć znaczne rozbieżności. I tak badania przeprowadzone w Anglii sugerują, że wzrost liczby metod poszukiwania pracy jest pozytywnie skorelowany z prawdopodobieństwem znalezienia zatrudnienia; z kolei badania przeprowadzone w USA sugerują, że jest odwrotnie i im więcej metod wykorzystuje dana osoba, tym szanse na znalezienie przez nią

zatrudnienia maleją (Green, Hoyos, i in. 2011). Wiele wskazuje na to, że zwiększenie czasu przeznaczonego na poszukiwania pracy z wykorzystaniem danej metody skutkuje zwiększeniem częstotliwości napływu ofert pracy, co w efekcie może przyspieszyć znalezienie odpowiedniego wakatu. Jednocześnie przy tym samym z większą intensywnością może liczyć na zdobycie bardziej intratnej posady. Zależność ta została potwierdzona w przypadku intensywności wykorzystywania kontaktów osobistych (Hoye i in. 2009).

1.3. Uwagi końcowe

Zarysowane zależności teoretyczne stają się podstawą do stawiania pytań o obraz sytuacji lokalnej i procesy łączenia uczestników na lokalnym rynku pracy. Jest to istotne o tyle, że aglomeracja jest motorem napędowym województwa (co przypomniały ostatnio dokumenty robocze traktatu amsterdamskiego - COTER-VI/010), które w skali kraju wyróżnia się pod względem dynamiki i stanu gospodarki i rynku pracy (Ratajczak, 2011).

Rosnący popyt i spadek podaży pracy, prognozy demograficzne wskazujące na rosnącą nierównowagę popytową, spadająca liczba absolwentów ponadgimnazjalnych szkół zawodowych wraz z utrzymującym się zapotrzebowaniem na kompetencje techniczne w tych szkołach wyuczane – te przesłanki doprowadziły do realizacji projektu *Metody poszukiwania pracy a metody rekrutacji pracownika. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej*. Udowodniona w tych badaniach zbieżność metod stosowanych do poszukiwania zatrudnienia i pracownika nie tłumaczy współwystępowania braków kadrowych oraz bezrobocia absolwentów. Zrelacjonowane powyżej zależności związane z wykorzystaniem sieci kontaktów osobistych oraz sieci Internet do poszukiwania zatrudnienia i poszukiwania pracownika otwierają kolejne pole badań istotnych z punktu widzenia sytuacji na rynku pracy aglomeracji poznańskiej.

2. Metodologia badań jakościowych

2.1. Wprowadzenie do teorii badań jakościowych

Badania jakościowe stanowią specyficzny dla badań społecznych zespół metod i technik, którymi badacz posługuje się, obserwując, analizując, przetwarzając informacje pochodzące ze świata społecznego, w tym m.in. z rynku pracy. Od metod ilościowych badania jakościowe odróżnia uwzględnienie tzw. tła, otoczki czy kontekstu, w którym każdorazowo umieszczone jest badanie. Badacz, posługując się tym właśnie typem badań, ponosi szczególną odpowiedzialność[3] zarówno za utrzymanie rzetelności na każdym etapie procesu badawczego, jak i na etapie przetwarzania i interpretacji jego wyników. Zastosowanie badań jakościowych może zostać wsparte różnorodnymi technikami badawczymi. Innym atrybutem tego rodzaju badań jest możliwość omówienia podjętego problemów badawczych językiem respondenta (Denzin i Lincoln 2009).

Najpopularniejszą z metod badawczych w obrębie badań jakościowych[4] są wywiady indywidualne i grupowe. Ich zasadniczą przewagą nad innymi metodami i technikami badań jest to, że dają one badaczowi swobodę docierania do obszarów wiedzy, które z reguły pomijane są w ściśle ustrukturyzowanych, charakterystycznych dla badań ilościowych, narzędziach badawczych[5]. Wywiady pozwalają na dosyć swobodne przyjęcie perspektywy respondentów na potrzeby procesu badań. W tej metodzie czas i przestrzeń, w której odbywa się sytuacja badania jest ciągle dyskutowana między moderatorem, a respondentami (Peräkylä 2009).

Postawa badacza posługującego się metodą wywiadu powinna być zbalansowana pomiędzy negocjowaną w procesie komunikacji respondentami wiedzą, a rygorem zapewniającym powtarzalność badań umożliwiającą zestawianie i analizowanie odpowiedzi różnych respondentów. W badaniach jakościowych podmiotem badania są ludzie, a jego przedmiotem zachodzące wokół niego/ nich procesy uwikłane w wartości. Jednym z zadań badacza jakościowego w procesie badań jest ukazanie tego, jak przyjmowane przez respondentów postawy i wartości wpływają na udzielane przez nich odpowiedzi. Grupowy proces badawczy wymaga dodatkowo analizy tego, jak wartości poszczególnych uczestników

[3] Rzetelność w procesie badawczym wykorzystującym badania ilościowe wspierają działania związane z budowaniem i utrzymaniem reprezentatywności próby badawczej czy badaniami na dużych próbach.
[4] W badaniach społecznych o charakterze ilościowym najczęściej stosuje się wywiady kwestionariuszowe.
[5] Przykładem wykorzystania metod i technik jakościowych w obszarze badań nad edukacją zawodową i rynkiem pracy są projekty: *Obraz kształcenia zawodowego w województwie łódzkim. Dyskusja nad formą oraz efektywnością kształcenia praktycznego* (Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy w Łodzi) czy *Losy absolwentów - kobiet pracujących które ukończyły zasadnicze szkoły zawodowe* (Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy).

badania wpływają na udzielane odpowiedzi – jak konstruuje się synergiczna wartość badań (Denzin i Lincoln 2009).

Badania fokusowe to szczególna metoda badań jakościowych angażująca jednocześnie kilka wybranych osób w proces badawczy. Respondenci do badania dobierani są w procesie rekrutacji. FGI (Focus Grup Interview) odbywa się w specjalistycznej sali, tak zwanej „fokusowni" wyposażonej w sprzęt audio i video służący rejestracji przebiegu spotkania. Badanie fokusowe prowadzić powinien specjalnie przeszkolony do tego celu badacz. Do przeprowadzenia zogniskowanych wywiadów grupowych niezbędne jest przygotowanie wariantowanego[6] narzędzia badawczego, które stanowić ma zespół wskazówek do przeprowadzenia procesu badań zgodnego z założoną w procesie badawczym metodologią badań

> *[…] badanie fokusowe to dyskusja grupowa w gronie kilkorga zaproszonych respondentów, moderowana przez badacza z założonym wcześniej scenariuszem. Pełna nazwa metody – zogniskowany wywiad grupowy – oddaje najważniejsze jej cechy. Po pierwsze więc, badanie jest realizowane w formie wywiadu. Po drugie, wywiad ten odbywa się w grupie. Po trzecie, jego charakter nie jest w pełni ustrukturyzowany, a raczej swobodnie zogniskowany wokół tematyki badania.* [Gawlik 2012, s. 131]

Pojedyncza grupa fokusowa powinna składać się z od 6 do 10 osób[7]. Taka liczba uczestników badania z jednej strony zapewnia różnicowanie pojedynczych wypowiedzi, którego celem jest wprowadzenie różnych punktów widzenia do dyskusji, a z drugiej strony nie jest jeszcze (prawdopodobnie) na tyle duża, by zakłócać jej przebieg (Gawlik 2012).

Pomimo tego, że badania fokusowe rozwijane są głównie na gruncie nauk społecznych, czerpią one z nauk humanistycznych oraz nauk o człowieku. Do ich realizacji niezbędna jest także ogólna wiedza o współczesnym świecie, procesach politycznych i zjawiskach o charakterze lokalnym, które mogą mieć wpływ na sytuację badania. Moderator prowadzący takie badania musi wykazywać się obszerną, stale aktualizowaną wiedzą (Kamberelis i Dimitriadis 2009).

Grupy fokusowe umożliwiają realizację badań o charakterze deliberatywnym, czyli takich, w których podjęty problem badawczy jest dyskutowany w grupie za pomocą odpowiedzi na określone pytania. Takie podejście do badań zwiększa demokratyzację ich przebiegu. Prócz tego, że moderator zadaje pytania mające na celu udzielenie odpowiedzi na postawione pytania badawcze, respondenci mają możliwość

[6] Jeśli grupy fokusowe biorące udział w badaniu są zróżnicowane, na przykład pod względem płci czy specyfiki wykształcenia konieczne jest wariantowanie narzędzia badawczego.

[7] W rynkowej praktyce badawczej na badanie fokusowe zaprasza się zazwyczaj wyższą o 2 osoby niż planowana liczba uczestników spotkania. Takie działanie ma ograniczyć ryzyko tego, że któryś z respondentów może nie przyjść na badanie. Ekwiwalent finansowy.

zadawania sobie pytań nawzajem. Zarówno efekt tak zorganizowanych rozmów, jak i dyskusja prowadząca do tego efektu stanowią materiał badawczy poddawany dalszej obróbce przez badacza. Dzięki trójkierunkowej komunikacji (moderator-respondenci, respondenci-moderator, respondenci-respondenci) zmniejsza się ryzyko nadinterpretacji danych przekazanych przez respondentów biorących udział w badaniu. Żadna inna metoda jakościowych badań społecznych[8] nie pozwala w tak szybki sposób uzyskać poszukiwanych, skonfrontowanych z wyobrażeniami innych respondentów informacji.

Jako takie grupy fokusowe dają unikatowy wgląd w możliwości krytycznego badania lub dla krytycznego badania, będąc deliberatywną, dialogiczną i demokratyczną praktyką, które od zawsze jest zaangażowana w rzeczywiste problemy oraz nierówności w dystrybucji społecznego i ekonomicznego kapitału. (Kamberelis i Dimitriadis 2009)

Wiedzę moderatora wzbogacają informacje, których dostarczają respondenci w procesie właściwego badania. Informacje te ułatwiają komunikację z respondentami, na przykład przez to, że moderator dzięki tej wiedzy ma możliwość posługiwania się językiem bardziej zrozumiałym dla uczestników badania (Denzin i Lincoln 2009).

Do odpowiedzialności moderatora należy każdorazowe podejmowanie decyzji o stopniu ustrukturyzowania badania fokusowego. Im wywiad bardziej ustrukturyzowany, tym większa pojawia się trudność w dopasowaniu jego przebiegu do grupy respondentów. Im mniej ustrukturyzowany wywiad, tym większy wysiłek moderator włożyć musi w uzyskanie odpowiedzi na postawione.

W wywiadzie grupowym prowadzący wywiad/ moderator kieruje się wywiadem i interakcją jaka zachodzi pomiędzy respondentami w sposób bardzo ustrukturyzowany albo też całkowicie nieustrukturyzowany, w zależności od celu wywiadu. (Fontana i Frey 2009)

Literalne odtworzenie scenariusza wywiadu grupowego przez moderatora odbiera sens prowadzeniu wywiadów grupowych. Moderator, którego celem jest pozyskanie informacji o charakterze jakościowym, musi przyjmować postawę aktywną albo dostosowując ją do tempa pracy respondentów, albo wykorzystywać, by tempo tej pracy zwiększyć. Aktywne badania jakościowe pozostawiają respondentom przestrzeń do dygresji. Odpowiedzialnością za jej ograniczenie do przydatnego i niezbędnego minimum obarczony jest moderator badania (Gawlik 2012).

W realizowanym projekcie badawczym badania fokusowe wykorzystane zostały jako metoda pozwalająca pogłębić i poszerzyć przeprowadzone w projekcie *Metody poszukiwania pracy a metody rekrutacji pracownika. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej* badania ilościowe. Celem tego

[8] Obecnie w metodologii badań społecznych mówi się o tzw. badaniach w działaniu, które przynoszą podobny efekt, a osadzone są na idei interakcji wywoływanej przez dyskusję.

działania było uzyskanie pogłębionych wypowiedzi na tle szeroko zarysowanego kontekstu badawczego (Gawlik 2012).

Prócz wymienionych korzyści wynikających z zastosowania techniki wywiadu grupowego w badaniach niosą one za sobą konkretne ryzyka, których zniwelowanie leży w gestii moderatora wywiadów:

> (a) *prowadzący lub prowadząca wywiad nie może dopuścić, aby jedna osoba czy też mała koalicja zdominowały grupę,*
> (b) *osoba prowadząca wywiad musi zachęcać opornych do uczestnictwa, a także*
> (c) *osoba prowadząca musi uzyskać odpowiedzi od całej grupy, aby zapewnić jak najpełniejsze objęcie tematu.*
>
> *W dodatku osoba ta musi znaleźć równowagę pomiędzy ukierunkowującą rolą prowadzącego a rolą moderatora, co wymaga kierowania dynamiką grupy, z którą prowadzony jest wywiad. Co więcej, osoba prowadząca musi jednocześnie troszczyć się o scenariusz wywiadu i być wyczulona na ewoluujące wzory grupowej interakcji.* (Fontana i Frey 2009).

Ze względu na grupowy i bezpośredni charakter badań fokusowych, respondenci muszą zostać otoczeni szczególną troską wynikającą z trzech podstawowych zasad prowadzenia tego typu badań: świadomej zgodzie, prawie do prywatności oraz ochronie przed krzywdą.

> *Ponieważ podmiotem badań w wywiadzie są ludzie, trzeba podjąć najwyższe środki ostrożności, by uniknąć sprawienia im jakiejkolwiek krzywdy. Tradycyjne kwestie etyczne krążyły wokół tematu świadomej zgody (otrzymywania zgody od respondenta po przekazaniu jemu/jej dokładnych informacji na temat badania), prawa do prywatności (ochrona prywatności respondenta) i ochrony przed krzywdą (fizyczną, emocjonalną lub jakąkolwiek inną).* (Fontana i Frey 2009).

2.2. Cel główny, cele szczegółowe, problemy badawcze

W wyniku rozeznania problemowego poczynionego dzięki przeprowadzonym badaniom ilościowym zdiagnozowano 6 obszarów do analiz jakościowych związanych z poszukiwaniem pracy/pracownika. Stały się one podstawą do sformułowania celów badawczych, które wymieniono w poniższej tabeli.

Tabela 1. Główny i szczegółowe cele badawcze

CEL GŁÓWNY	Diagnoza czynników wpływających na proces poszukiwania pracy i rekrutacji pracowników na aglomeracyjnym rynku pracy.
CELE SZCZEGÓŁOWE	1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniem pracy/ pracownika. 2. Omówienie działań związanych z wykorzystaniem sieci internetowej w procesie poszukiwań na rynku pracy. 3. Omówienie roli i znaczenia „dobrego" i „złego" kapitału społecznego w procesie poszukiwania pracownika/ pracy. 4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy. 5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy. 6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy.

W wyniku postawionych celów badania wypracowano następujące pytania badawcze prowadzące do ich osiągnięcia:

1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniem pracy/ pracownika.
   1) Z jakich elementów składa się katalog mechanizmów i usług rynku pracy wykorzystywany przez badanych w poszukiwaniu pracy/ pracownika?
   2) Jaka jest postrzegana skuteczność mechanizmów i usług pracy wykorzystywanych przez badanych w poszukiwaniu pracy/ pracownika?
   3) Jakich narzędzi w badanym zakresie brakuje na rynku pracy?

2. Omówienie działań związanych z wykorzystaniem sieci internetowej w procesie poszukiwań na rynku pracy.
   1) Czy badani wykorzystują Internet w sposób bezrefleksyjny, czy według obranej strategii?
   2) Z jakich strategii i w jaki sposób korzystają z Internetu badani należący do poszczególnych grup badanych?
   3) Jak powinien być skonstruowany idealny kanał internetowej komunikacji pomiędzy nimi?

3. Omówienie roli i znaczenia „dobrego" i „złego" kapitału społecznego w procesie poszukiwania pracownika/ pracy.
   1) Jakie czynniki determinują powstawanie kapitału społecznego w obszarze rynku pracy?
   2) Na podstawie jakich zmiennych oceniana jest wartość posiadanego kapitału społecznego (w obszarze rynku pracy)?
   3) Jak budować sieć kontaktów w obszarze rynku pracy?
   4) Jak wykorzystywać sieć kontaktów w obszarze rynku pracy?

4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy.

1) Jak postrzegane są dostępne źródła wiedzy na temat rynku pracy?
2) Jak postrzegana jest ich jakość?
3) Jakie źródła wiedzy byłyby najbardziej efektywne?
4) Idealne źródło wiedzy o rynku pracy?

5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnik sukcesu na rynku pracy.
   1) Jak oceniana jest rola i znaczenie doradztwa zawodowego w procesie poszukiwania pracy?
   2) Jakie są (występują) kanały upowszechniania informacji związanych z doradztwem zawodowym?
   3) Jakie są najbardziej skuteczne formy doradztwa zawodowego?
   4) Jakie powinno być doradztwo zawodowe?
6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy.
   1) Kto i dlaczego zwraca uwagę na wykształcenie pracowników?
   2) Jak oceniana jest wartość wykształcenia w procesie poszukiwania pracy?
   3) Kto i dlaczego zwraca uwagę na praktykę zawodową?
   4) Jak oceniana jest wartość praktyki zawodowej w procesie poszukiwania pracy?
   5) Jak powinien wyglądać idealny dorobek edukacyjno-zawodowy potencjalnego pracownika?

2.3. Dobór próby, narzędzia badawcze[9] i struktura badań

Część populacji przeprowadzonego badania jakościowego stanowili respondenci, którzy w III i IV kwartale 2015 roku wzięli udział w badaniu ilościowym *Metody poszukiwania pracy a metody rekrutacji pracownika. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej.* Reprezentowali oni pracodawców prowadzących działalność gospodarczą na terenie aglomeracji poznańskiej oraz uczniów, którzy uczęszczali do ostatnich klas szkół zawodowych funkcjonujących na terenie (obszarze) aglomeracji poznańskiej. Do badań zaproszone zostały osoby, które brały udział w badaniu ilościowym oraz wyraziły zgodę na udział w projekcie jakościowym.

Dodatkowo zastosowano dobór badanych za pomocą metody kuli śnieżnej, polegający na zaproszeniu do badań respondentów wskazanych przez innych respondentów oraz interesariuszy Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej, których charakterystyka odpowiada profilowi grup badanych. Na tej podstawie wyłonione zostały cztery typy respondentów:

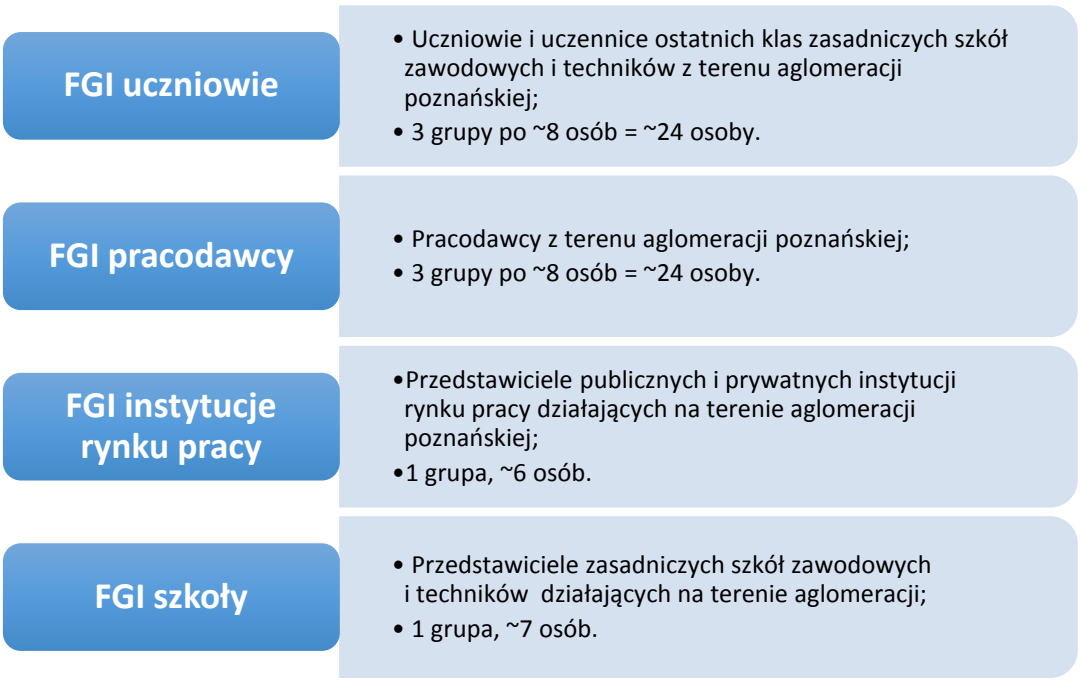
[9] Scenariusze do zogniskowanych wywiadów grupowych można pobrać bezpośrednio z: http://www.obserwatorium-poznan.pl/wp-content/uploads/2017/01/C_narzedzia_badawcze.zip

1) pracodawcy z terenu aglomeracji poznańskiej,
2) uczniowie i uczennice ostatnich klas/ absolwenci zasadniczych szkół zawodowych i techników funkcjonujących na terenie aglomeracji poznańskiej,
3) przedstawiciele publicznych i prywatnych instytucji rynku pracy działających na terenie aglomeracji poznańskiej,
4) przedstawiciele zasadniczych szkół zawodowych i techników działających na terenie aglomeracji poznańskiej.

Narzędzie badawcze – scenariusz FGI – dostosowano do roli instytucji reprezentowanych przez respondentów biorących udział w badaniu jakościowym. W efekcie powstały cztery scenariusze do przeprowadzenia zogniskowanych wywiadów grupowych. Narzędzia badawcze złożone z sześciu bloków tematycznych odpowiadają postawionym pytaniom badawczym zawartym w metodologii. Pilotaż narzędzi badawczych został przeprowadzony na początku III kwartału 2016 r. Scenariusze FGI poddane zostały krytyce osób kompetentnych ze środowisk odzwierciedlających charakterystykę badanej próby.

Respondentów do wywiadów rekrutowano spośród uczniów ostatnich klas zasadniczych szkół zawodowych, pracodawców z terenu aglomeracji poznańskiej, przedstawicieli publicznych i prywatnych instytucji rynku pracy (w tym agencji pracy tymczasowej) z terenu aglomeracji, a także nauczycieli – kierowników praktyk w aglomeracyjnych szkołach zawodowych. Zestawienie grup respondentów przedstawiono na schemacie.

Rysunek 1. Próba zogniskowanych wywiadów grupowych



Łącznie w badaniach fokusowych udział wzięło 60 osób. Badanie było realizowane przez pracowników Obserwatorium. Przeprowadzono je w terminach od 23 września do 17 listopada 2016r. Transkrypcje wywiadów zlecono firmie zewnętrznej, a opracowania materiału podjęli się pracownicy Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej.

3. Wyniki badań jakościowych

W rozdziale zaprezentowano wyniki badań jakościowych, które przeprowadzono z przedstawicielami czterech grup respondentów: uczniami, kształcącymi się w szkołach zawodowych; pracodawcami, nauczycielami – kierownikami praktycznej nauki zawodu; pracownikami instytucji rynku pracy – zarówno tymi pracującymi w jednostkach publicznych, jak i prywatnych. Wszystkie grupy respondentów pochodziły z terenu aglomeracji poznańskiej. Zebrany materiał przedstawiono w ramach trzech kolejnych podpunktów niniejszego rozdziału.

W ramach pierwszego podpunktu zaprezentowano opinie pracodawców i ich ogląd na proces poszukiwania zatrudnienia na lokalnym rynku pracy (pięć grup fokusowych). W ramach drugiego podpunktu podobne podejście zastosowano stosunku w stosunku do uczniów (trzy grupy fokusowe).

Wyniki badań z pracownikami lokalnych instytucji rynku pracy oraz kierownikami kształcenia praktycznego zaprezentowano w ramach podpunktu trzeciego. Z każdą z tych grup przeprowadzono po jednym zogniskowanym wywiadzie grupowym, w związku z czym ilość materiału empirycznego była mniejsza w porównaniu do grup uczniów i pracodawców. To natomiast spowodowało, że wyniki z tymi dwiema grupami respondentów należało zaprezentować zbiorczo. Wywiady te stanowiły swoiste uzupełnienie dla opinii pracodawców i uczniów.

3.1. Perspektywa pracodawców

W ramach pierwszego podrozdziału niniejszego raportu przedstawiono wyniki badania fokusowego z pracodawcami, w którym wzięły udział łącznie 23 osoby. Podczas 5 spotkań dyskutowali przedstawiciele małych, wielkich i średnich przedsiębiorstw, instytucji publicznych i podmiotów sektora organizacji pozarządowych z terenu miasta Poznania i aglomeracji poznańskiej.

3.1.1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniem pracownika

Respondenci biorący udział w badaniach fokusowych podkreślali wielotorowość (Internet vs. kontakty osobiste) podejmowanych działań związanych z poszukiwaniem pracowników. Działania te mają zarówno charakter akcyjny (np. związany z pojawieniem się nowych wakatów), jak i stały, polegający na gromadzeniu CV potencjalnych pracowników na wypadek rozpoczęcia rekrutacji. Większość respondentów posiadała w swoich organizacjach komórki (większe podmioty) bądź pojedyncze osoby (mniejsze podmioty) odpowiadające za procesy rekrutacyjne. W najmniejszych badanych podmiotach za

rekrutację pracowników odpowiada najczęściej właściciel firmy. Respondenci raczej zgodnie przyznawali, że proces rekrutacyjny należy do skomplikowanych i czasochłonnych i dlatego wymaga poświęcenia uwagi i podejmowania działań w różnych przestrzeniach.

U nas wygląda to tak, że w momencie kiedy następuje jakaś rotacja, ktoś się po prostu… wyjeżdża, kończy studia, szuka pracy już w swoim kierunku studiów, uruchamiamy wtedy rekrutację i idziemy tutaj jakby właśnie internetowo w dużej mierze, czyli profil na Facebook, pojawia się po prostu informacja, gdyż jakby sądzimy, że z grona tych, którzy nas odwiedzają, jakieś osoby zainteresowane, oczywiście też jakby naszym pracownikom wtedy o tym mówimy, że poszukujemy kolejnych osób, więc jeżeli ktoś ze znajomych pyta, to jakby teraz jest ten moment. Też na Gumtree ogłaszamy, ale jakby tutaj mniej z sukcesem. Mniejsza efektywność jest tego sposobu. No i też bywają takie okresy, że jakby same… CV do nas wpływają i mamy jakąś tam pulę, gdzie możemy się odezwać.

Kluczowym ograniczeniem wszystkich stosowanych metod poszukiwania pracownika jest to, że nie gwarantują one znalezienia pracownika, który sprawdzi się na oferowanym stanowisku pracy. Kwestia ta z jednej strony wiąże się z podejściem do pracy młodych osób, które, według pracodawców, z dużą łatwością decydują się na przyjęcie danej oferty pracy i z równie dużą łatwością rezygnują z zatrudnienia[10]. Inną ważną niedoskonałością prowadzonych procesów rekrutacyjnych jest to, że spływające do pracodawców życiorysy zawodowe potencjalnych pracowników nie oddają ich faktycznych umiejętności. Kolejną trudnością procesu rekrutacyjnego jest to, że osoby poszukujące pracy wysyłają swoje CV w sposób „hurtowy", nie dostosowując ich zawartości do wymogów określonych w ofercie pracy – curriculum vitae są albo zbyt obszerne, albo zbyt lapidarne. Najczęściej brakuje w nich jasnej i jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, dlaczego kandydat na dane stanowisko pracy nadaje się do jej wykonywania.

Respondenci reprezentujący większe podmioty częściej wskazywali na korzystanie z usług agencji pośredniczących w poszukiwaniu pracowników niż przedstawiciele małych firm i instytucji. Częściej i chętniej korzystają oni z odpłatnych usług agencji pracy tymczasowej i prywatnych agencji zatrudnienia niż z nieodpłatnych usług Powiatowego Urzędu Pracy. Respondenci podkreślali większą efektywność usług związanych z poszukiwaniem pracowników oferowanych przez podmioty prywatne.

[10] Innymi wymienianymi przez respondentów powodami niepowodzenia w rekrutacji związanymi z postawą młodych pracowników na rynku pracy były brak realnej wiedzy o wysokości płac w konkretnych branżach bądź niechęć lub nieumiejętność dostosowania się młodych pracowników do pracy zmianowej.

[…] na dzień dzisiejszy posługujemy się agencjami pracy tymczasowej, rekrutują dla nas trzy agencje pracy, plus jedna firma rekrutuje pracowników niepełnosprawnych, bo też takich zatrudniamy, oczywiście też mamy ogłoszenia w Internecie, ale spływ jest bardzo słaby. Zdarza się, że dajemy zgłoszenie do Powiatowego Urzędu Pracy, jeszcze nam się żaden kandydat… nikt nie przesłał nam żadnego CV. To chyba tyle.

Kluczowym oczekiwaniem pracodawców związanych z korzystaniem ze wsparcia Powiatowego Urzędu Pracy jest aktywność tego podmiotu w budowaniu relacji z pracodawcami. Pracę tej instytucji od pracy podmiotów prywatnych zajmujących się pośrednictwem w zatrudnieniu odróżnia to, że nie stara się ona nawiązywać kontaktu z pracodawcami, którzy potencjalnie mogliby potrzebować ich wsparcia. Przez taką postawę Powiatowy Urząd Pracy jest stosunkowo słabo rozpoznawalny jako instytucja wspierająca pracodawców w poszukiwaniu pracowników.

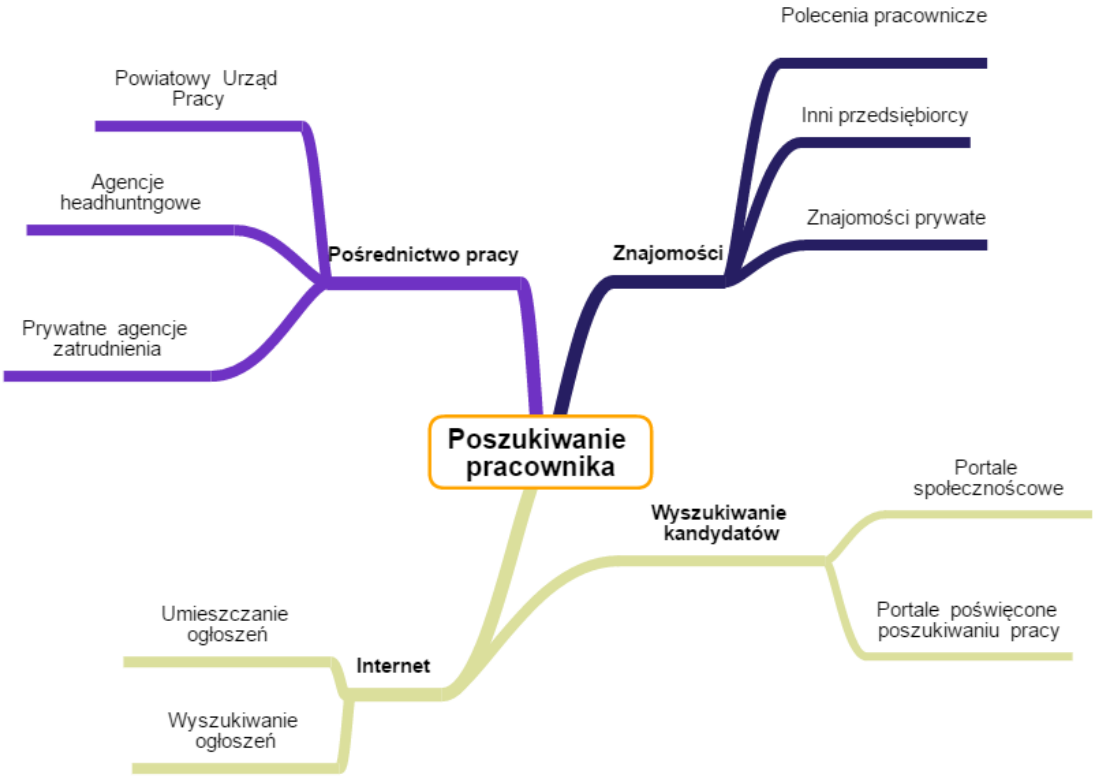
Respondenci poszukujący pracowników określili ten proces jako raczej żmudny. Dzisiaj, zadziej niż w przeszłości spotykają się z kandydaturami pracowników świadomie poszukujących pracy, których zatrudnienia określić można mianem sukcesu procesu rekrutacyjnego.

[…] czasami zdarzają się perełki w postaci CV, że ktoś akurat szuka pracy, jest wyjątkowo sprofilowany i składa w ciemno. Po prostu rozsyła i trafia. I raz na jakiś czas takie CV spływa, ale to raczej w kategoriach złotego ziarna, niż po prostu reguły. Ale czasami jest, że ktoś aktywnie poszukuje, już ma odpowiednie kompetencje, wie czego szuka, wie za ile szuka i wie co może zaoferować. Rzadko bo rzadko ale tak się trafia.

Respondenci raczej nie wskazywali na braki w narzędziach rekrutacji pracowników. Twierdzili oni, że kluczową barierą efektywności tego procesu jest brak porozumienia pomiędzy pracownikiem a pracodawcą w tym, co jedna strona jest w stanie zaoferować, a czego druga strona oczekuje.

Podsumowanie najważniejszych opinii dotyczących poszukiwania pracownika, a także główne wnioski z analizy zgormadzonego materiału empirycznego przedstawia rysunek 2.

Rysunek 2. Poszukiwanie pracownika w opiniach przedstawicieli pracodawców



Źródło: opracowanie własne.

3.1.2. Omówienie działań związanych z wykorzystaniem Internetu w procesie poszukiwań

Respondenci jednogłośnie przyznali, że Internet jest przez nich na stałe wykorzystywany w procesie poszukiwania pracowników. Jest najszybszym, a także najtańszym kanałem komunikacji z potencjalnymi pracownikami, pozwalającym zebrać najwięcej kandydatur na dane stanowisko pracy, w najkrótszym czasie. Internet jako przestrzeń poszukiwania pracowników jest przez pracodawców wykorzystywany w pierwszej kolejności.

Zawsze w pierwszej kolejności sięga się oczywiście po Internet, dlatego, że jest to najprostsze też z punktu widzenia przygotowania. Wystarczy wrzucić ogłoszenie, zapłacić za to i właściwie koniec. Potem już się tylko czeka na odpowiedzi. Ale wadą tego rozwiązania podstawową i tą, która najczęściej… która powoduje, że ta metoda nie jest zbyt dobra – jest to, że dostaje się bardzo dużo nieadekwatnych odpowiedzi.

Wypowiedzi respondentów wskazywały na różny poziom świadomości możliwości prowadzenia procesu rekrutacyjnego w sieci. Decyzja o tym, jaki kanał komunikowania o ofercie pracy w Internecie zostanie wykorzystany, jest kształtowana głównie przez doświadczenie respondentów.

[…] w dzisiejszych czasach chyba Internet to jest podstawa. Na pewno duża rolę odgrywają też również wszystkie te strony internetowe, które pozwalają złożyć CV i sensu stricte się tym zajmują, czyli takie portale, jak pracuj.pl, praca.pl i inne […]

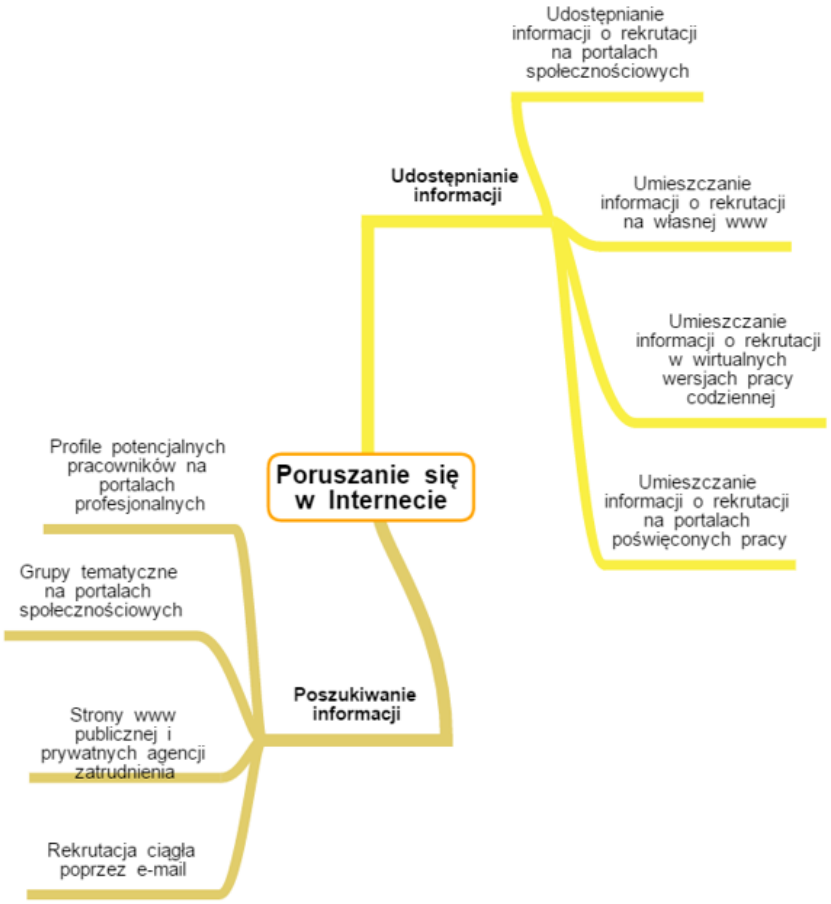
Respondenci wskazywali na różne rodzaje aktywności podejmowanej w Internecie w celu znalezienia pracownika. Przedstawiciele największych instytucji wymieniali głównie umieszczanie informacji o wakacie na własnych stronach internetowych oraz na stronach ogólnopolskich portali zajmujących się pośrednictwem pracy. Przedstawiciele podmiotów średniej wielkości wskazywali zarówno na korzystanie ze stron takich jak pracuj.pl i praca.pl, jak i z portali społecznościowych. Przedstawiciele najmniejszych badanych podmiotów wskazywali głównie na korzystanie z mediów społecznościowych w procesie poszukiwania pracowników. Wskazywali oni na dwa istotne aspekty tego rozwiązania. Po pierwsze, media społecznościowe umożliwiają dotarcie do bardzo specyficznych zasobów pracowników – albo wysoko wyspecjalizowanych, albo charakteryzujących się unikatowymi cechami związanymi z pracą na danym stanowisku. Po drugie, według respondentów, informacje o potencjalnych pracownikach zawarte na ich indywidualnych kontach bądź wynikające z ich aktywności w mediach społecznościowych dają szerszy obraz kandydata na dane stanowisko pracy. Po wtóre, komunikacja przez tego typu portale jest łatwiejsza i bardziej bezpośrednia niż komunikacja mailowa.

Dla mnie Facebook na przykład się najbardziej sprawdza i trafianie do konkretnej grupy.

Respondenci nie wskazywali na korzystanie z wirtualnych narzędzi poleceń pracowniczych. Podkreślali to, że cały czas eksplorują Internet w poszukiwaniu jak najbardziej efektywnych sposobów nawiązywania kontaktu z potencjalnymi pracownikami.

Podsumowanie najważniejszych spostrzeżeń dotyczących wykorzystania sieci internetowej w procesie poszukiwania pracownika zaprezentowano na rysunku 3.

Rysunek 3. Wykorzystanie Internetu w procesie poszukiwania pracownika



Źródło: opracowanie własne.

3.1.3. Omówienie roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwań

W swoich wypowiedziach respondenci rozróżniali najszybsze metody poszukiwania pracownika od tych najbardziej efektywnych. O ile do najmniej czasochłonnych zaliczane było nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi pracownikami poprzez Internet, o tyle najbardziej efektywne było wykorzystywanie do tego celu kontaktów osobistych[11]. Pracownicy pozyskani przez tzw. polecenie byli oceniani przez badanych jako osoby bardziej zdeterminowane do zdobycia i utrzymania pracy. Dodatkowo potencjalni pracownicy pozyskani w ten sposób przychodzili na rozmowy kwalifikacyjne z większą świadomością specyfiki firmy, w której szukają zatrudnienia.

[11] Kontakty osobiste są tutaj rozumiane jako poszukiwanie pracownika przez tzw. polecenie innych pracowników, pracodawców czy znajome osoby.

W naszym przypadku [polecenie jest] bardzo ważne, wielu pracowników, ich dzieci zaczynają pracować u nas na przykład, znajomych, kolegów, zwłaszcza teraz te osoby, które na sezon zatrudniamy, to przez wiele lat, kiedy jeszcze nie współpracowaliśmy z agencjami, to tak naprawdę te osoby się same znajdywały, rekrutowały, były stałe osoby, które do nas na studiach przychodziły co roku na sezon i przyprowadzały swoich znajomych, więc to źródło rzeczywiście jest bardzo ważne. No i rekrutacja przez polecenia świetna sprawa. Zawsze wiadomo, że ta osoba jest już jakkolwiek zweryfikowana.

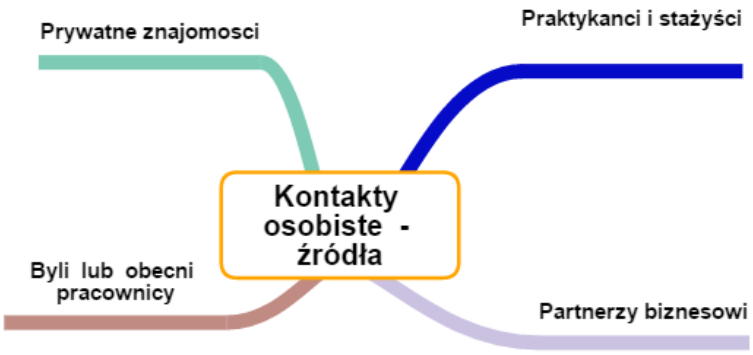
Pracodawcy biorący udział w badaniu stwierdzili, że chętnie przeanalizowaliby zawarte w życiorysach zawodowych kandydatów na dane stanowisko pracy informacje o charakterze referencji od poprzednich pracodawców bądź informacje dotyczące przebiegu praktyki zawodowej.

Na wyższe stanowiska to jest standard, że teraz prosi się o referencje w cv. Prosta rzecz zadzwonić i zapytać o opinię na temat danej osoby.

Taką wiedzę o osobie poszukującej pracy traktowaliby jako zapośredniczone polecenie pracownika. Respondenci stwierdzili, że referencji o osobie bez doświadczenia zawodowego mógłby także częściowo dostarczać doradca zawodowy.

Podsumowanie wykorzystania sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwania pracownika przez pracodawców z terenu aglomeracji poznańskiej zaprezentowano na rysunku 4.

Rysunek 4. Rola i znaczenie sieci kontaktów osobistych w opiniach przedstawicieli pracodawców



Źródło: opracowanie własne.

3.1.4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy

Respondenci czerpią ze zdywersyfikowanych źródeł wiedzy o rynku pracy i pracownikach. Każdy z badanych podkreślał wagę Internetu w procesie poszukiwania pracy. Respondenci korzystają z tego narzędzia na różne sposoby: umieszczają w Internecie ogłoszenia o pracę oraz pozyskują za pomocą tego kanału dokumenty potencjalnych pracowników.

Przede wszystkim z polecenia, Internet, na OLX, na Facebook, na portalach. Po prostu po znajomych, przeważnie tego typu rekrutacja.

Badani wskazywali także na rosnące znaczenie aktywności pracodawców na takich portalach społecznościowych, jak Facebook lub OLX. Są to media, przez które można pozyskać albo nisko kwalifikowanych pracowników, albo wręcz przeciwnie: specjalistów z branży mediów społecznościowych i pokrewnych.

[…] i przede wszystkim Facebook. Facebook, OLX. To jest też nawet zaskakujące. Wrzucaliśmy ogłoszenia na poważniejsze portale właśnie jak pracuj.pl to odpowiedzi było bardzo niewiele na te podstawowe stanowiska, dużo łatwiej jest zrekrutować osoby właśnie poprzez Facebook, poprzez OLX, gratka i tego typu otwarte tak je nazwę portale gdzie tam jest spora grupa ludzi […]

Innym ważnym źródłem pozyskiwania pracowników są tzw. polecenia i choć to narzędzie i metoda rekrutacji jednocześnie jest najbardziej czasochłonne, to według respondentów, również najbardziej skuteczne, ponieważ pozwala pozyskać stosunkowo trwałe kadry. Mocną stroną stanowiącą o efektywności tego źródła jest odpowiedzialność, jaką osoba polecana i polecający biorą na siebie w procesie rekrutacji. Polecenie zobowiązuje również pracodawcę do bardziej uważnego przyjrzenia się kandydaturze na dane stanowisko pracy.

Okazuje się, że najlepsze jest jednak polecenie, dlatego, że też… dlatego, że następuje wtedy jakaś taka wstępna weryfikacja pracownika, jeśli ktoś go zna, to… a pracuje załóżmy, że pracuje u nas, zakładamy, że zależy mu na dobru firmy, to jest w stanie coś powiedzieć dobrego o tym człowieku, do czegoś on ma predyspozycje, i czy ktoś chciałby z nim pracować. To w naszej małej firmie jest szczególnie ważne dlatego, że cały czas i każdy jest narażony – to nie jest dobre słowo – ale na kontakt z innymi współpracownikami, dlatego taka łatwość współżycia z innymi jest dość istotna. Wadą tego rozwiązania jest to, że zazwyczaj długo trwa. Zanim ktoś się…. spośród pracowników znajdzie kogoś – znajdzie

w cudzysłowie, ktoś mu się napatoczy znajomy, kto chciałby, kto szuka pracy, komu by ta praca odpowiadała, to zazwyczaj zajmuje gdzieś około – no myślę, że spokojnie z pół roku.

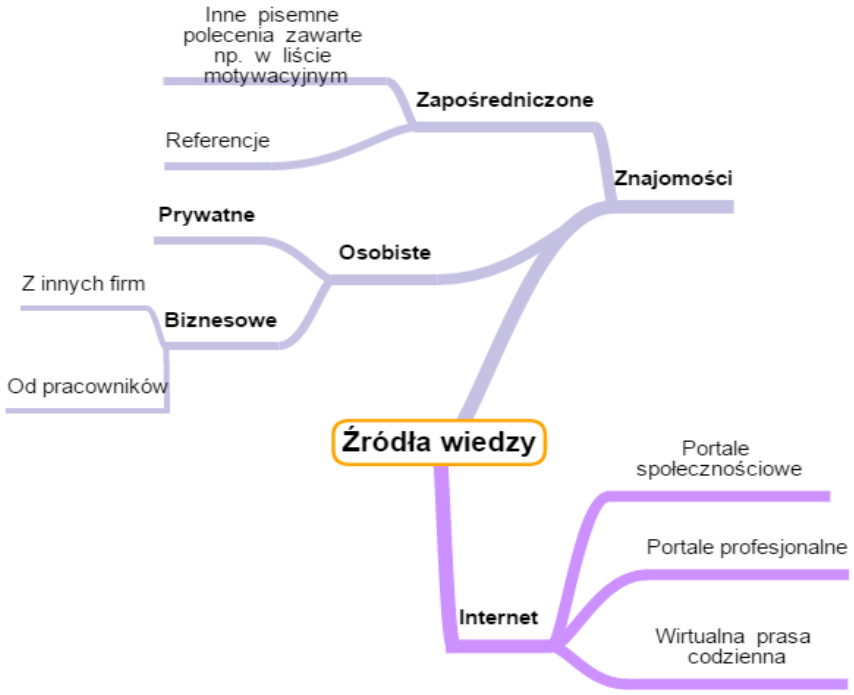
Według respondentów stosowane źródła wiedzy o potencjalnych pracownikach są efektywne; w przypadku Internetu problem stanowi to, że jego możliwości (m. in. łatwość i szybkość przesłania aplikacji na dane stanowisko) dają pole do różnych nadużyć, które dyskwalifikują potencjalnego pracownika w oczach pracodawcy, a w oczach niektórych przyszłych pracowników wydają się być akceptowalne. Prócz tego, że pozyskiwanie pracowników przez Internet nie daje pełnego obrazu kapitału umiejętności, a czasem i kwalifikacji pracownika, osobom, które umówiły się z pracodawcą na rozmowę kwalifikacyjną z pośrednictwem portali społecznościowych zdarza się nie przychodzić na spotkanie.

R5: I tak, tak że tu nie wiem czy tu bym generalizowała tak, że młody czy dorosły.
R2: Nie przyjdzie, po prostu nie przyjdzie [na rozmowę kwalifikacyjną]. Ma to gdzieś. Bardzo często się zdarzają [takie sytuacje].
R3: U nas klienci starsi raczej przychodzą na spotkania, albo zadzwonią.
R2: Ale często się zdarza, że w ogóle nie... nawet nie poinformują, że nie przyjdą. Po prostu nie przychodzą.

Co ważne, problem ten nie jest związany z wiekiem osób aplikujących o pracę, a raczej z podejściem do tego procesu potencjalnych pracowników. Według pracodawców osoby rekrutowane poprzez Internet nie są tak samo mocno zaangażowane z pozyskiwanie pracy, jak osoby, które są polecane lub dostarczają CV samodzielnie.

Podsumowanie źródeł wiedzy o rynku pracy, z których korzystają pracodawcy z terenu aglomeracji poznańskiej przedstawia rysunek 5.

Rysunek 5. Źródła wiedzy o rynku pracy: pracodawcy



Źródło: opracowanie własne.

3.1.5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy

Respondenci oceniają doradztwo zawodowe jako ważne w procesie rekrutacji, a przede wszystkim kluczowe na etapie preorientacji zawodowej już na poziomie gimnazjum. Według pracodawców właściwie prowadzone doradztwo zawodowe mogłoby wpłynąć na zmniejszenie ilości rozczarowań na rynku pracy związanych z wyborem niewłaściwego zawodu bądź niewłaściwego pracownika.

[…] doradztwo musi być na poziomie gimnazjum, a nie szkół, gdzie uczniowie trafili bo oczywiście można jeszcze kształtować czy brać pod uwagę zmianę, bo uczeń dokonał niewłaściwego, można pomóc, ale tak na prawdę na poziomie wcześniejszym edukacyjnym, czyli gimnazjum na pewno i na pewno jeszcze wcześniej. Systemowe.

Według respondentów doradztwo pełni bardzo ważną rolę w wyborze ścieżki zawodowej przez młode osoby i, w przypadku osób bezrobotnych, wsparcie w rewizji tej ścieżki. Doradca zawodowy

powinien być osobą o predyspozycjach do komunikacji interpersonalnej oraz osobą, która dobrze orientuje się w oczekiwaniach rynku pracy.

[…] niestety lwia część doradców zawodowych, nie znam wszystkich, więc powiem tylko na podstawie moich doświadczeń, nie powinna w ogóle wykonywać tego zawodu.

Według respondentów ważne jest także to, by doradca zawodowy wychodził z inicjatywą w komunikacji z potencjalnymi pracodawcami – dawcami praktyk zawodowych i pracodawcami szukającymi pełnoetatowych pracowników. Doradztwo zawodowe wypełnia lukę informacyjną osobom, które nie potrafią samodzielnie stworzyć CV bądź skontaktować się z pracodawcą.

[…] mieliśmy doświadczenie dosyć pozytywne z doradztwem zawodowym, z fundacją, która pomagała znaleźć zatrudnienie osobom bezrobotnym i właśnie przy tej rekrutacji na korektora pani bardzo szybko zareagowała, zaraz po tym jak opublikowałam ogłoszenie, w ciągu piętnastu minut, odezwała się e-mailem, że może mi przesłać CV kandydatów, jeżeli jestem zainteresowana i rzeczywiście te CV wysłała w ilości piętnastu, czy dwudziestu, wybraliśmy kilka osób na rozmowę, akurat nie wybraliśmy osoby stamtąd, ale rzeczywiście CV były dobrze przygotowane, te osoby w miarę dobrze wypadły na rozmowie kwalifikacyjnej. Więc myślę, że takie… czasami też jest potrzebne chyba, żeby to CV wysłać. Bo to myślę, że to ma znaczenie, nie rozumiem, czemu te osoby nie mogły same znaleźć pracy na stanowisko biurowe, miały wszystkie te osoby kwalifikacje. Widocznie musiały mieć pomoc ze strony jakiejś osoby, która za nich […].

Doradca zawodowy powinien pełnić rolę pośrednika pomiędzy edukacją a rynkiem pracy: dostarczać uczniom wiedzę o sprofilowanych do ich potrzeb i możliwości opcjach rynku pracy oraz dostarczać pracodawcom wiedzę o tym, w jakie kompetencje, kwalifikacje i umiejętności zostały wyposażone, a także jakie predyspozycje mają konkretne osoby wchodzące na rynek po ukończeniu szkoły.

Oni nie szukają kontaktu. Są bardziej na tym etapie uczeń-doradca, trudno mi powiedzieć co się na tym etapie dzieje, bo nie mam pojęcia, natomiast już nie ma tego, że jest doradca-firma.

Respondenci wielokrotnie podkreślali wagę roli doradztwa zawodowego w tworzeniu kadr wchodzących na rynek pracy. Badani zwrócili szczególną uwagę na to, że kluczową funkcją doradcy zawodowego powinno dostarczanie wiedzy o potencjale nowo kształconych kadr na rynek pracy i odwrotnie.

Dlatego wydaje mi się, że ważna praca doradców zawodowych, żeby jakby nie tylko badali kompetencje, czy zasoby młodych ludzi, ale też co oferuje rynek teraz i jakie są prognozy za kilka lat, kiedy te osoby będą kończyć szkołę, czy studia. Wydaje mi się, że tu bardziej dotyka to polityki oświatowej w tym zetknięciu, że nie kształciły tylko tak kształcenia, tylko przygotują do pracy te osoby. Gdzieś tutaj brakuje.

Opinie na temat doradztwa zawodowego, które wskazali pracodawcy z terenu aglomeracji poznańskiej, przedstawia rysunek 6. Znalazły się tam zarówno obszary do potencjalnego rozwoju, jak funkcje, które według pracodawców doradztwo zawodowe pełni.

Rysunek 6. Funkcje i propozycje zmian w systemie doradztwa zawodowego: pracodawcy



Źródło: opracowanie własne.

3.1.6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy

Respondenci uznali, że główną przewagą szkolnictwa zawodowego nad kształceniem ogólnym jest to, że szkoły zawodowe zapewniają w trakcie edukacji wstępne rozpoznanie rynku poprzez możliwość

i obowiązek odbycia praktyk zawodowych bądź praktycznej nauki zawodu przez uczniów. Jednocześnie pracodawcy przyznali, że nie posiadają wystarczającego rozeznania w ofercie poznańskich szkół zawodowych i przez to częściej i chętniej przyjmują na staże lub zatrudniają na okres próbny studentów niż uczniów z wykształceniem średnim bądź zawodowym.

Respondenci określili praktyki zawodowe realizowane podczas nauki w technikum lub na studiach oraz praktyczną naukę zawodu w zasadniczej szkole zawodowej jako pierwszy etap rozwoju kariery zawodowej osób wchodzących na rynek pracy. Z jednej strony jest to czas, w którym pracodawca może praktycznie bezkosztowo dokonać rekrutacji pracowników, a z drugiej jest to moment, w którym młode osoby mogą rozpoznać oczekiwania pracodawców co do swoich pracowników. Pracodawcy reprezentujący firmy produkcyjne przyznali, że praktyki zawodowe i praktyczna nauka zawodu są dla nich ważnym kanałem pozyskiwania przyszłych pracowników.

Tak, te praktyki zawodowe, to jest naprawdę świetna sprawa, bo widać, że uczeń może jakkolwiek, czegokolwiek się nauczyć to przede wszystkim może zobaczyć na czym polega ta praca, czy w ogóle jakkolwiek mu to odpowiada. I ma ogromne szanse na zatrudnienie później, bo się nie zdarzyło, żebyśmy jeszcze nie zatrudnili po zakończeniu praktyk uczniowskich pracownika. Może to drukarz, który był uczniem w drukarni nie został drukarzem od razu, bo najpierw pomocnikiem, ale mamy do dzisiaj kilka osób, które są u nas od praktyk zawodowych ze szkoły nadal. Więc myślę, że to naprawdę jest duża szansa i dla pracodawcy, że może pozyskać osoby i ukształtować to pod siebie, od początku ją nauczyć tej pracy, która jest u niego, no i przede wszystkim ta osoba ma szansę zobaczyć, czy odpowiada jej ten zawód, ta praca.

Badani przyznali, że praktyczna nauka zawodu i praktyki zawodowe pełnią jeszcze jedną ważną funkcję – pozwalają uczniowi (bądź studentowi) zweryfikować nabyte w trakcie edukacji wyobrażenie o pracy.

I to jest najlepsza sprawa, kiedy oni przychodzą te dwa dni w tygodniu, na bieżąco są z tym, są w stanie się nauczyć, widzą dokładnie pracę, przychodzą na dwie zmiany, więc mogą też zobaczyć… poczuć tą pracę po prostu.

Osoby, które zetknęły się w trakcie edukacji z rynkiem pracy, są w stanie z większą precyzją i pewnością określić oczekiwania wobec przyszłego miejsca pracy. Proces rekrutacyjny dotyczący osób, które miały okazję przetestować swoje umiejętności w wyuczonym zawodzie, jest zazwyczaj krótszy i bardziej efektywny.

Najważniejsze opinie pracodawców na temat roli i znaczenia praktyki zawodowej na rynku pracy zostały przedstawione na rysunku 7. Z kolei podsumowanie podrozdziału zawiera tabela 2.

Rysunek 7. Rola wykształcenia i praktyk w opiniach przedstawicieli pracodawców



Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Perspektywa pracodawców - podsumowanie

Obszar diagnozy	Kluczowe elementy
Działania związane z poszukiwaniem pracownika	*Czasochłonny i skomplikowany proces obarczony dużym ryzykiem niepowodzenia.* *Dzisiaj trudniejsze, bardziej czaso- i kosztochłonne niż w przeszłości.* *W przeważającej mierze związane z aktywnością pracodawcy i potencjalnego pracownika w Internecie.*
Działania związane z wykorzystaniem Internetu	*Wielokierunkowe i zapewniające możliwie najszerszy odbiór informacji o wakacie.* *Dają szybki odzew na ofertę pracy.* *Wiążą się z większym niż w przypadku np. rekrutacji przez polecenie ryzykiem nieznalezienia odpowiedniego kandydata.* *Udostępnia najtańsze i najszybsze sposoby rekrutacji.*
Rola i znaczenie kontaktów osobistych	*Zwiększenie skuteczności i przyspieszenie procesu rekrutacyjnego.* *Uwiarygodnienie kandydata na dana stanowisko pracy.*
Źródła wiedzy	*Różnorodność i dywersyfikacja.* *Otwartość na nowe rozwiązania w zakresie rekrutacji.*
Ocena doradztwa zawodowego	*Działania sprzyjające uświadomieniu potencjału zawodowego młodych osób.* *Pomost między edukacją a rynkiem pracy.* *Etap preorientacji zawodowej przyszłych pracowników.*
Ocena wykształcenia i praktyki	*Ważny element procesu rekrutacji pracowników.*

	Możliwość zapoznania się osób wchodzących na rynek pracy z jego mechanizmami i prawidłami. *Możliwość niskokosztowego przetestowania pracownika.*

3.2. Perspektywa uczniów

W badaniu fokusowym wzięło udział 24 uczniów ostatnich klas z trzech szkół zawodowych znajdujących się na terenie aglomeracji poznańskiej. Respondenci kształcili się w następujących zawodach: technik cyfrowych procesów graficznych, technik mechatronik oraz w zawodzie technik żywienia i usług gastronomicznych. Analizie zebranego materiału podlegały transkrypcje z nagrań audio z przeprowadzonych trzech spotkań z uczniami.

3.2.1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniem pracy

Na początku badania uczniowie zostali poproszeni o przedstawienie się, podanie nazwy szkoły, do której uczęszczają, kierunku kształcenia oraz podzielenie się doświadczeniami związanymi z rynkiem pracy. Uczestnicy bardzo chętnie opowiadali o tym, jak poszukują i poszukiwali zatrudnienia, jaka aktywność zarobkowa ich interesuje na tym etapie życia oraz wspominali o współpracy z instytucjami rynku pracy. Wskazywali również obszary, które według nich są istotne z perspektywy osób niebawem wchodzących na rynek pracy.

Młodzież biorąca udział w badaniu to osoby, które poszukiwały już zatrudnienia, a większość z nich łączyła naukę z aktywnością zarobkową. Wśród uczniów byli również tacy, którzy na rynku pracy funkcjonują już od kilku lat.

Ja poszukiwałem pracy od 15tego roku życia, tak pracuję od czterech lat, pięciu. W różnych miejscach. (uczeń ZSZ Nr 6)

Uczniowie głównie poszukiwali pracy, którą będą mogli godzić z nauką. W kręgu ich zainteresowań były przede wszystkim prace dorywcze i sezonowe. Wśród respondentów były również osoby, które jednocześnie pracują na pełen etat i uczęszczają do technikum. Opinie co do trudności w znalezieniu dogodnej dla respondentów pracy były podzielone. Jedni podkreślali, że niepełna dyspozycyjność wpływa na efektywność poszukiwania zatrudnienia (uczniowie kształcący się w zawodzie technik cyfrowych procesów graficznych), inni natomiast uważali, że stosunkowo łatwo jest znaleźć dorywcze zatrudnienie (uczniowie kształcący się w zawodzie mechatronik). Uczniowie podejmowali zarówno pracę w zawodach,

w których się kształcą, jak i poza nimi. Badani przyznawali, że początkowe prace były podejmowane bez umów, z pozostaniem pracownika w szarej strefie. Obecnie to się zmieniło, jest dla nich ważne, by wszelkie relacje z pracodawcami były formalnie uregulowane.

Na początku to były prace na czarno były, na CV, i jeżeli chodzi o mnie o znalezienie pracy nie jest problemem. (uczeń ZSZ Nr 6).

Uczniowie pomimo młodego wieku i stosunkowo małego doświadczenia na rynku pracy, czuli się dość pewnie w kontaktach z pracodawcami. Świadczyć o tym może fakt negocjowania stawek godzinowych oraz grafików czasu pracy.

- Troszkę musiałem ponegocjować, jeśli chodzi o stawkę godzinną, ale akurat miałem takie założenie, że miałem tylko na ranną zmianę (uczeń ZSZ Nr 6)

Wśród respondentów znajdował się jeden uczeń, który był równocześnie pracodawcą. To on poszukiwał pracowników do rodzinnej firmy, którą prowadzi wraz z ojcem i dziadkiem. W kwestii rekrutacji mówił głównie o problemach z naborem wykwalifikowanych pracowników, których oczekiwaniom finansowym byłby w stanie sprostać.

- Ja mam swoją firmę. Ja nie szukam nigdy pracy (...) Ja poszukuję pracowników. Szukam, bo nie ma ludzi, którzy chcieliby przyjść do pracy i jakby coś jeszcze potrafili, to już by było dobrze, ale nie ma takich ludzi. A jak już są to naprawdę chcą tyle (...).(uczeń ZSM im. KEN)

Uczniowie, niezależnie od kierunku kształcenia, poszukiwali zatrudnienia przez sieć kontaktów osobistych oraz poprzez Internet. Pod pojęciem poszukiwania zatrudnienia poprzez sieć kontaktów osobistych zawierało się przede wszystkim rozpowszechnianie informacji o poszukiwaniu zatrudnienia wśród kolegów, znajomych, rodziców i rodziny. Uczniowie deklarowali także, że dostawali informacje za pośrednictwem znajomych o prowadzonych rekrutacjach w danym miejscu pracy i sami zgłaszali się do pracodawców. Wspominali również o tym, że byli polecani pracodawcom przez członków rodziny i w ten sposób otrzymywali zatrudnienie.

- Ja przez znajomych pytałem, i na OLX szukałem też. (uczeń ZSZ Nr 6)

- (…) szukałem w Internecie, na różnych ogłoszeniach.(uczeń ZSZ Nr 6)

- Przez znajomych na przykład.(...) No przy rozmowie wyszło, że tam gdzie kolega pracuje (…) poszukują kogoś do pomocy i kolega polecił mnie (…). (uczeń ZSM im. KEN)

- (…) warto czasami wejść na Internet i po prostu wpisać zawód(…), kierunek, miejsce pracy, które by nas satysfakcjonowało. (...) raczej konkretnym kierunku, które chcielibyśmy… o stanowisku, które chcielibyśmy. (uczeń ZSM im. KEN)

- Przez znajomych, przez Internet, popytać, że mam czas wolny i chciałbym coś znaleźć jakąś pracę, tyle.(...) Koledzy po szkole raczej, którzy już pracują, w zakładach. W zakładach też często poszukują pracy.(uczeń ZSM im. KEN).

Kilkoro uczniów jako jedną z metod poszukiwania zatrudnienia wskazało również praktyki zawodowe. Możliwość poznania umiejętności i kompetencji uczniów oraz sprawdzenia ich w rzeczywistych warunkach pracy skłaniały pracodawców do oferowania im zatrudnienia. Uczniowie również samodzielnie pytali o możliwość angażu. Takie działanie skracały czas poszukiwania pracy przez uczniów, jak również pozwalały zaspokoić potrzeby kadrowe w przedsiębiorstwach.

- Znaczy na początku szukałem też czegoś przez Internet, ofert pracy jakie tam pracodawcy się ogłaszają. Następnie popytałem… powiedziałem mamie, że poszukuję jakieś tam pracy dorywczej, że może by tam popytała wśród swoich znajomych. (…) finalnie wyszło właśnie tak, że na praktykach – pracodawca sam do mnie podszedł, że potrzebują na wakacje pracownika, i czy tam nie jestem chętny. No to się zgodziłem. (uczeń ZSZ Nr 6)

- Jakoś tak bez problemu to przebiegało. (...)Spytaliśmy się naszego kierownika zakładu, czy jest możliwość, żebyśmy właśnie przychodzili w dni kiedy mamy wolne. Zgodził się, powiedział, że jeszcze tam porozmawia z szefem i nie było jakiegoś większego problemu (uczeń ZSM im. KEN)

Uczniowie zapytani o najlepszą metodę poszukiwania zatrudnienia, jednogłośnie wskazywali na sieć kontaktów osobistych. Czynnikami wpływającymi na taką ocenę były przede wszystkim: wiarygodność informacji na temat pracodawcy oraz warunków pracy, możliwość bezpośredniego zgłoszenia ich kandydatury oraz ułatwiony kontakt z pracodawcą. Niewątpliwą zaletą szukania pracy za pośrednictwem znajomych jest możliwość polecenia ich na wolne stanowisko, o które się ubiegają. Młodzi adepci rynku pracy nie ukrywali, że liczą na takie rekomendacje. Uczestnik badania, który sam rekrutuje pracowników do rodzinnej firmy, również podzielał ten wybór. Zwracał uwagę, że poszukiwanie pracownika poprzez znajomych daje możliwość poznania opinii o kandydacie zanim przyjdzie na rozmowę kwalifikacyjną, a to pozwala zaoszczędzić czas poświęcony na rekrutację.

- Przez znajomych, to jest najlepsza metoda. Ktoś powie, że ktoś szuka, ktoś komuś przekaże, to jest najlepsza metoda (…) wtedy ta osoba, która może od razu polecić i powiedzieć dobre zdanie o tym pracowniku, a jak tak idzie z Internetu to nie wiadomo kto przejdzie (uczeń pracodawca ZSM im. KEN)

- Znajomi to często jest tak, któryś ze znajomych powie: a u nas w pracy poszukują kelnerki czy coś, może byś się zgłosiła, bo wiem, że masz doświadczenie czy coś takiego (uczeń ZS w Murowanej Goślinie).

Uczniowie wskazywali również zalety poszukiwania pracy przez Internet. Dostrzegali ograniczony zasięg informacji po stronie znajomych. Jednak w przypadku poszukiwania pracy w przestrzeni wirtualnej podkreślali, że pracodawcy i potencjalni pracownicy są anonimowi, co zwiększa ryzyko wprowadzenia w błąd zarówno jedną, jak i drugą stronę.

- Znajomi jednak nie wiedzą wszystkiego, nie.(uczeń ZS Murowana Goślina)

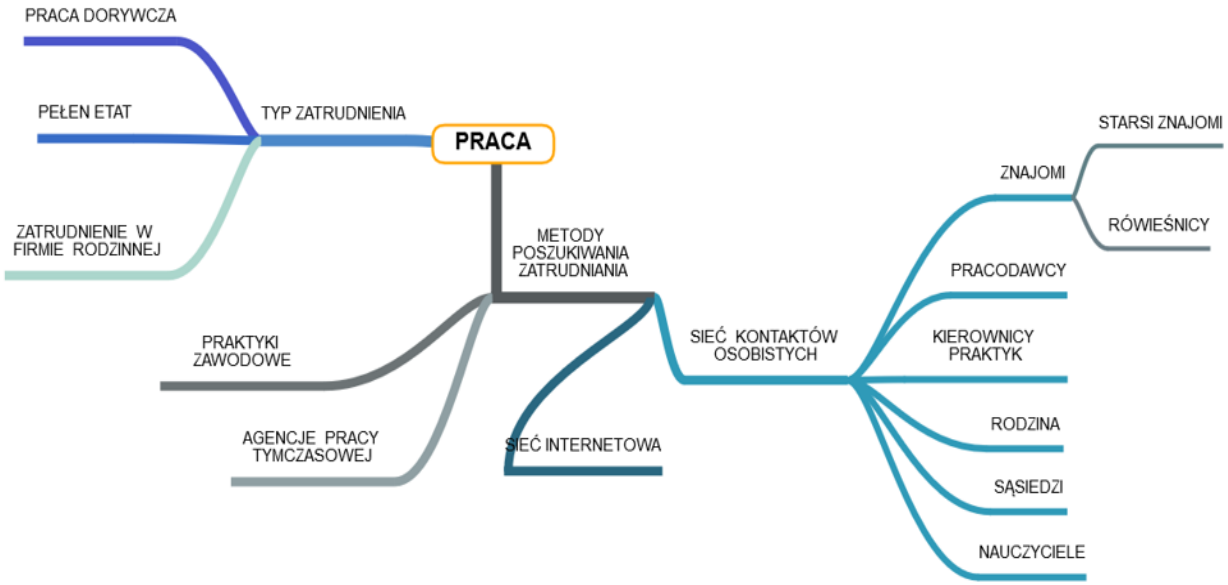
- (przez Internet) Najlepiej, wszystko jest zebrane na różnych portalach, na przykład pracuj.pl (…) jest szerszy zakres, bo na przykład w gazecie jest jedno albo dwa ogłoszenia, a tutaj jest dużo. (uczeń ZS Murowana Goślina)

Uczestnicy badania zapytani o wsparcie oferowane przez instytucje rynku pracy deklarowali, że korzystali głownie z usług agencji pracy tymczasowej oraz agencji pośrednictwa pracy. Dowiadywali się o nich m.in. w szkole (podczas wizyty przedstawicieli takich instytucji) lub od swoich znajomych (rówieśników i starszych kolegów). Działanie to przełożyło się bezpośrednio na podjęcie zatrudnienia. Ich zdaniem takie usługi są dobre, ze względu na to, że wyręczają z samodzielnego szukania pracy. Argumentem przemawiającym za skorzystaniem z oferty firm pośredniczących była również możliwość wyboru pracy pod względem m.in. dogodnej dla nich lokalizacji. Uczniowie odnosząc się do funkcjonowania tych instytucji, mieli jednak zastrzeżenia. Uwagi dotyczyły przede wszystkim aspektu ekonomicznego. Deklarowali, że ich płace były pomniejszane o prowizję dla tych agencji.

O funkcjonowaniu innych instytucji rynku pracy, tj. powiatowych urzędów pracy, uczniowie nie mieli wyrobionej opinii, gdyż nigdy nie korzystali z ich usług (nawet nie przeglądali zamieszczanych przez nie ogłoszeń). Jeden z uczniów, bazując na doświadczeniu członków rodziny, był zniechęcony do korzystania w przyszłości z tego typu instytucji czy to w celu znalezienia pracy czy też pracownika. Uczniowie zdecydowanie podkreślali, że samodzielne poszukiwanie pracy jest bardziej opłacalne i satysfakcjonujące. Korzystanie z usług instytucji postrzegali jako ostateczność.

Opinie uczniów szkół zawodowych na temat poszukiwania zatrudnienia zostały zobrazowane na rysunku 8. Znalazły się tam zarówno wykorzystywane metody poszukiwania zatrudnienia, jak i preferowane formy kontraktów.

Rysunek 8. Poszukiwanie pracy w opiniach przedstawicieli uczniów szkół zawodowych



Źródło: opracowanie własne.

3.2.2. Omówienie działań związanych z wykorzystaniem Internetu w procesie poszukiwań

W badaniach ilościowych pt. *Metody poszukiwania pracy i metody rekrutacji pracowników. Porównanie na przykładzie aglomeracji poznańskiej* realizowanych w 2015 roku przez zespół Obserwatorium, poszukiwanie zatrudnienia poprzez Internet było drugim, najczęściej wskazywanym kanałem, za pośrednictwem którego uczniowie starali się o zatrudnienie. Również w badaniu jakościowym respondenci przyznali, że Internet jest ważnym medium poszukiwania ogłoszeń zamieszczanych przez pracodawców. W tym celu korzystali z serwisów ogłoszeniowych typu: olx.pl, gumtree.pl, branżowych forów internetowych, co do których mają przekonanie, że pracodawcy wystawiają ogłoszenia, portalach związanych z poszukiwaniem pracy (pracuj.pl, infopraca.pl) oraz zaglądają na strony konkretnych firm, poszukując informacji o naborze. Szukając pracy przez Internet, uczniowie mieli różne preferencje. Jedni tylko przeszukują serwisy ogłoszeniowe, a inni pomijają to źródło informacji, skupiając się na forach branżowych. Sami jednak nie zamieszczali informacji, że poszukują zatrudnienia, lecz nie wykluczali, że

w przyszłości takie ogłoszenia zamieszczą. Chcąc opisać schemat postępowania w procesie poszukiwania pracy na podstawie zebranych odpowiedzi, można wskazać na trzy ścieżki:

1. Uczeń wpisuje do przeglądarki np. google.pl nazwę stanowiska, zawód lub charakter pracy (stała, dorywcza, sezonowa, weekendowa), którą chcą wykonywać oraz określają zasięg terytorialny do obszaru, który go interesuje. Następnie przeszukuje zawartość, która została wskazana. Znajduje ogłoszenie, które go interesuje i pod wskazany adres mailowy wysyła dokumenty aplikacyjne lub próbuje skontaktować się telefonicznie na podany numer telefonu. Często zanim zgłosi swoją kandydaturę dzwoni upewniając się czy ogłoszenie jest aktualne.
2. Uczeń w serwisach ogłoszeniowych typu olx.pl, gumtree.pl (często na tych serwisach ma założone konto) wpisuje nazwę zawodu, stanowisko lub charakter pracy, którą chce wykonywać. Następnie dodaje kryterium terytorium. Wybiera ogłoszenie, które jego zdaniem jest najbardziej interesujące i za pośrednictwem tego serwisu wysyła odpowiedź na ogłoszenie albo jeśli jest podany numer telefonu, kontaktuje się z pracodawcą osobiście weryfikując, czy ogłoszenie jest aktualne.
3. Uczeń przegląda internetowe fora branżowe w celu znalezienia intersującej go oferty pracy. Następnie kontaktuje się we wskazany przez autora ogłoszenia sposób.

Innym sposobem poszukiwania pracy przez Internet jest korzystanie z możliwości założenia konta i umieszczenia w bazie swojego CV na portalach poświęconych pracy. Kilkoro uczniów miało doświadczenie z tego typu metodą poszukiwania pracy. Byli zadowoleni, gdyż skróciło to czas poszukiwania, a oferty, które ich interesowały, otrzymywali bezpośrednio na pocztę elektroniczną. Formularz na stronie takiego portalu ułatwiał respondentom kontakt z pracodawcą. Innych natomiast zniechęcała rejestracja i konieczność podawania danych osobowych. Osoby te widzą zagrożenie wykorzystania danych osobowych przez osoby trzecie i deklarują, że nie zdecydują się nigdy na pozostawienie CV w takiej bazie.

Ja szukając pracy dorywczej chciałem z takiej strony skorzystać, ale była najpierw rejestracja i trzeba było podać strasznie dużo danych osobowych. I to mnie po prostu zniechęciło. (uczeń ZSZ Nr 6)

Uczniowie nie posiadali również profili na portalach społecznościowych poświęconych pracy, typu Goldenline.pl i Linkedin.com. Powodem był brak wiedzy o takich platformach. Postanowili jednak zapoznać się z możliwościami, które oferują te serwisy i zastanowić się nad stworzeniem własnej wizytówki jako pracownika. Wszyscy uczniowie byli za to aktywni na Facebooku. Zdania na temat wykorzystywania mediów społecznościowych w procesie poszukiwania zatrudnienia były podzielone.

Zwolennicy poszukiwali w ten sposób informacji na temat prowadzonych rekrutacji. Uważali, że jest to łatwe, szybkie i skuteczne rozwiązanie (odpowiadając na ogłoszenie zamieszczone na Facebooku, podjęli zatrudnienie). Efektywność i skuteczność tej metody zdaniem uczniów zależy od branży i charakteru pracy. Przeciwnicy natomiast postrzegali Facebook jako nieprofesjonalne narzędzie. Może wynikać to z faktu, że uczniowie nie tworzyli profesjonalnych profili, za pośrednictwem których mogliby zaprezentować się potencjalnemu pracodawcy. Ich profile służą głównie do nawiązywania i podtrzymywania relacji towarzyskich. Mieli jednak świadomość, że tworzenie profesjonalnych profili, to dobry sposób aby zaistnieć w świadomości potencjalnych pracodawców.

Tak, bo można tam wstawić rzeczy, zaprezentować własne umiejętności i to nie będzie pomieszane z prywatnymi rzeczami, które nie wiem, znajomi nam wstawiają, albo my i osoba, która widzi taki profil widzi, ta osoba umie coś takiego, o fajnie, umie jeszcze coś takiego, może to się przyda. (uczeń ZS Murowana Goślina)

Ponadto uczniowie wiedzieli o tym, że aktywność w przestrzeni wirtualnej wpływa na ich wizerunek jako przyszłych pracowników. Przyznawali, że byli ostrzegani o tym (przez nauczycieli), że pracodawcy w taki sposób chętnie zdobywają informację na temat kandydatów, którzy aplikują na rekrutowane stanowisko. W związku z tym uczniowie dbają o zabezpieczenia prywatności swoich kont na portalach społecznościowych. Zakładając konta, ustawiali możliwości dostępu do informacji o ich życiu przez osoby spoza kręgu znajomych.

Nas przestrzegali w szkole (…) pierwsze, to pracodawca robi to… przegląda nasze profile w sieci. Właśnie chodzi o Facebooka, o Instagramy, takie różne profile, i patrzy się. Dlatego mówili, żeby jakieś tam zdjęcia z imprez, cokolwiek, żeby nie udostępniać tego w sieci, bo to potem szkaluje na nasz wizerunek (Uczeń ZSZ Nr 6)

Respondenci poproszeni o zaproponowanie idealnego kanału internetowej komunikacji pomiędzy pracownikiem a pracodawcą reagowali dość sceptycznie na taki sposób komunikacji z przełożonym lub potencjalnym przełożonym. Ich zdaniem możliwość wykorzystania nowych mediów zależy od otwartości pracodawcy na nowe formy komunikacji. Gdyby jednak od nich miał zależeć wybór kanału komunikacji internetowej, w pierwszej kolejności skorzystaliby z narzędzia typu *Skype.* Nie wykluczali również kontaktu za pomocą czatu typu *Messenger* lub komunikatora *Gadu-gadu.* Dodatkowo polecali kontakt za pośrednictwem poczty e-mail (w przypadku wysyłania CV lub po zapoznaniu się z pracodawcom). Widzieli

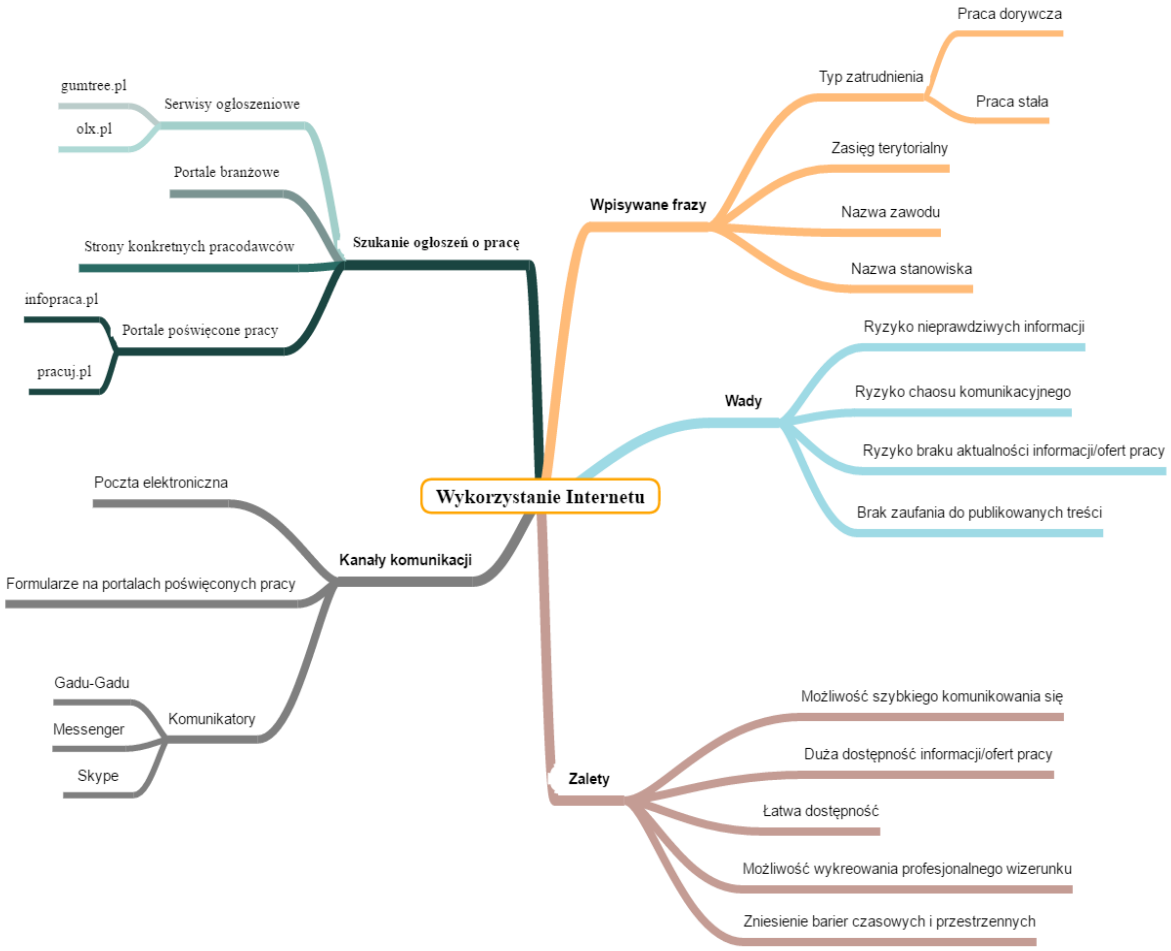
w tym przede wszystkim zniesienie barier czasowych oraz przestrzennych (natychmiastowy kontakt bez względu na lokalizację, którą daje dostępność on-line).

- To byłby Skype jest praktycznie idealny (…). myślę, że już z pracodawcą stricte, jak już byśmy byli dłużej zatrudnieni w jakiejś firmie. Tak na początku to nie wydaje mi się, żeby dzwonienie na Skype między sobą było takie eleganckie, kulturalne, że jednak rozmowa „twarzą w twarz" jest jednak jest najlepszym sposobem rozwiązania jakichś tam problemów. (uczeń ZSZ Nr 6)

Niemniej jednak uczniowie do budowania relacji z pracodawcą preferowali kontakt bezpośredni. Podkreślali, że najlepsze warunki do tworzenia płaszczyzny współpracy z pracodawcą, to komunikacja bezpośrednia podczas spotkania (*face to face*) lub rozmowa telefoniczna. Byli zdania, że eliminuje to możliwość niedomówień i chaos komunikacyjny. Co więcej, dla uczniów ważne było to, jakie wrażenie zrobi na nich potencjalny przełożony. Obawiali się również, że rozmowę za pośrednictwem komunikatorów z przyszły przełożonym może zostać odebrana jako niekulturalne zachowanie. Dlatego też, podczas pierwszego kontaktu preferowali bezpośrednią rozmowę z pracodawcą. Zaprezentowane powyżej podejście sprzyja budowaniu sieci kontaktów, a tym samym kapitału społecznego bardzo przydatnego na rynku pracy.

Podsumowanie wykorzystania Internetu przez uczniów zostało przedstawione na rysunku 9. Znalazły się tam najważniejsze w opiniach respondentów zalety i wady wirtualnego medium, a także najczęściej wpisywane frazy, wykorzystywane wirtualne kanały informacji, a także miejsca w sieci, z których uczniowie pozyskują informacje o wakatach.

Rysunek 9. Wykorzystanie Internetu w procesie poszukiwania pracy



Źródło: opracowanie własne.

3.2.3. Omówienie roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwania pracy

Kapitał społeczny jest dla uczniów terminem nowym, z którym się nie spotkali. Wszyscy byli zgodni, że między kontaktami osobistymi a znajomościami nie można postawić znaku równości. Zdaniem uczniów kontakty osobiste są bardziej przelotne od znajomości. Podkreślano, że stopień znajomości osoby, z którą ma się kontakt osobisty, wpływa na styl komunikacji (bardziej i mniej formalny). W kontakcie osobistym pojawił się aspekt tworzenia więzi, z uwagi na bezpośrednią styczność z rozmówcą. Podkreślano natomiast, że kontakty osobiste mogą przerodzić się w znajomości.

- Znajomości, a kontakty osobiste to są trochę dwie różne bajki. (uczeń ZSZ Nr 6)

- Osobiście mogę mieć kontakt gdy załatwiam sprawy w urzędzie, mogę mieć kontakt z ekspedientką w sklepie, bo też robię to osobiście i to jest na takiej zasadzie. (uczeń ZS Murowana Goślina)

- Kontakt osobisty, moim zdaniem, to taka więź się tworzy. (uczeń ZS Murowana Goślina)

- Myślę, że po jakimś czasie kontakt osobisty może się zmienić w znajomość. (uczeń ZS Murowana Goślina)

Pojęcie znajomości utożsamiane było jedynie ze sferą zatrudnienia. W próbach zdefiniowania czym one są, wybrzmiało, że to relacje nieformalne, często z rówieśnikami, dzięki którym można odnieść jakąś korzyść (w rozumieniu ułatwienia zatrudnienia). Podkreślano, że charakter komunikacji jest inny niż w kontaktach osobistych: jest bardziej spontaniczny, mniej formalny, bardziej „na luzie".

- Na znajomości to idziemy na luzie, a kontakty osobiste to niekoniecznie muszę znać tą osobę. *(uczeń ZSM im KEN)*

- Formalne, a jeżeli już kogoś znamy dłużej czy to był stary znajomy czy aktualny, to pozwalamy sobie na więcej luzu i inaczej zupełnie rozmawiamy ze znaną osobą, przykład „hej stary co tam", a tutaj „dzień dobry" taki bardziej formalny, na pokaz, że tak powiem.(uczeń ZS Murowana Goślina)

Zdaniem uczniów osoba posiadająca znajomości, to taka, która zna pracodawców, osoby wpływowe, jest szanowana w ich gronie i ma możliwość pomocy w znalezieniu zatrudnienia. Z jednej strony takie atuty były pożądane i postrzegane jako zaradność na rynku pracy lub jako pewien „fart". Z drugiej natomiast, uczniowie poddawali wątpliwość uczciwość zdobywania takich kontaktów. Uczniowie zapytani czy mają znajomości w obszarze rynku pracy, podzielili się na tych, którzy nie widzieli takich relacji, oraz na tych, którzy najbliższą rodzinę, znajomych postrzegali jako osoby, które mogłyby ułatwić im zdobycie zatrudnienia. Część uczniów postrzegała praktyki zawodowe jako przestrzeń do nabycia znajomości. Według uczniów ocenę wykorzystywania znajomości w obszarze rynku pracy należy rozpatrywać indywidualnie. Pierwszym aspektem, który przemawia za nieetycznością takich działań, jest to, że znajomości zdobyte mogą być nieuczciwą pracą. Innym są nierówności, jakie wynikają z możliwości ułatwionego dostępu do dóbr (w tym wypadku pracy).

Z jednej strony to jest fajnie, bo jeżeli osoba, która ma znajomości jest naszym znajomym, to możemy wiele osiągnąć, ale osoby, które nie mają znajomości są postawione na trochę gorszej pozycji, ponieważ muszą same, od zera wszystko wypracować. (uczeń ZS Murowana Goślina)

Nieetyczna dla uczniów była przede wszystkim sytuacja, gdy osoba bez kompetencji dostaje pracę, zabierając miejsce wykwalifikowanemu kandydatowi. Za etyczne natomiast uznawali sytuacje, gdy przez wzgląd na znajomości, pracownik posiadający wysokie kompetencje i umiejętności zdobędzie zatrudnienie. Uczniowie zwracali uwagę, że gdy pracowali w miejscu, gdzie to im załatwiono posadę po znajomości, odczuwali dyskomfort.

- To się zdarza tak, że osoby, które nie mają znajomości mają często większe kompetencje niż osoby ze znajomościami, a nie mają pracy.(uczeń ZS Murowana Goślina)

- Moim zdaniem to zależy, czy ta osoba mając znajomości ma tą pracę - jest kompetentna na swoim stanowisku, czy właśnie nie. Jak jest kompetentna, to nie widzę żadnych przeciwwskazań, żeby miała akurat tą pracę. (uczeń ZSZ Nr 6)

- Ja korzystałem, aczkolwiek nie czułem się z tym dobrze.(uczeń ZS Murowana Goślina)

Młodzież w poszukiwaniu pracy wspierana była głównie przez najbliższe im osoby, rodziców, rodzeństwo, znajomych, nauczycieli oraz przez sympatie. Nieraz pomocna okazała się sytuacja, w której dana osoba się znalazła. Dla jednej z uczestniczek badania motywujący i wspierający w poszukiwaniu pracy był fakt urodzenia dziecka. Natomiast inna osoba postrzegała potencjalnych pracodawców jako osoby wspierające, przez sam fakt dawania informacji, że poszukują pracowników. Uczniowie deklarowali, że wymiar wspierający w poszukiwaniu zatrudnienia ma wewnętrzna motywacja do zarobku. Otrzymywanie wynagrodzenia wpływa na nich mobilizująco do dalszego podejmowania starań w obszarze poszukiwania pracy. Za zachowania wspierające uczniowie uznali pomoc w poszukiwaniu ofert pracy, w pisaniu i wysyłaniu dokumentów aplikacyjnych.

Uczniowie w świat reguł funkcjonowania rynku pracy byli wdrożeni albo przez nauczyciela *podstaw przedsiębiorczości,* albo sami zdobywali tę wiedzę. Ta druga grupa reprezentowała trzy podejścia: nabyte doświadczenia uczą ich jak poruszać się na rynku pracy, mechanizmy rynku pracy odczytuje się intuicyjnie, nauka zachodzi przez obserwację zachowań osób z ich środowiska.

- Sami z jakimiś doświadczeniami jakie by nie były, już trochę to zrozumieliśmy … (uczeń ZSZ Nr 6)

- Ja tak myślę, że to już bardziej są intuicyjne już sprawy. Takie już z natury człowieka. (uczeń ZSZ Nr 6)

- (…) patrzymy na to, jak inni się zachowują i myślimy jak my się powinnyśmy zachowywać. (uczeń ZSZ Nr 6)

Wśród uczniów można zaobserwować dwa typy postaw w obszarze budowania sieci kontaktów na rynku pracy: bierną i aktywną. Przedstawiciele pierwszej uznali, że taka sieć kontaktów buduje się sama, drudzy natomiast uważali, że należy włożyć w to zaangażowanie i wysiłek. Zdaniem tych drugich sieć kontaktów powstaje w wyniku poznawania ludzi, rozmów, podejmowania zatrudnienia w różnych miejscach. Podkreślali, że warunkami do zbudowania powiązań są otwartość i komunikatywność. To, co sprzyja w budowaniu dobrych relacji na rynku pracy, to bycie godnym zaufania, odpowiedzialnym, prawdomównym, rzetelnie wywiązującymi się ze zobowiązań. Uczniowie podkreślali, że żeby zbudować dobry kontakt z pracodawcą, należy poznać jego zasady i starać się je respektować oraz być posłusznym

zaleceniom czy uwagom. Uczniowie uważają, że zdobyte kontakty osobiste należy wykorzystywać w procesie poszukiwania pracy. Nie widzą w tym nic złego. Podkreślają wręcz, że przyspiesza to proces szukania pracy. Uczestnicy badania akcentowali wartość nawiązanych relacji z pracodawcami. Byli świadomi, że o takie relacje należy dbać, stawiając na jakość a nie ilość nawiązanych kontaktów z pracodawcami.

- Nie ma w tym nic złego, żeby wykorzystać taki kontakt. Dlaczego nie? Można szukać pracy po prostu po ogłoszeniach, i mieć nadzieję, że się w końcu coś trafi, a można faktycznie wziąć sprawy w swoje ręce i być kowalem swojego losu i korzystać z tego, co się ma, i co można wykorzystać (uczeń)

- Można powiedzieć, że jak już mamy te kontakty, powinniśmy o nie dbać, bo chodzi po prostu o jakość tych kontaktów (uczeń ZSZ Nr 6)

Jak już wcześniej wybrzmiało przy omawianiu komunikacji internetowej, uczniowie zgodnie uznali, że najlepiej kontaktować się z pracodawcą osobiście. Ich zdaniem zwiększało to szansę na otrzymanie zatrudnienia. Dzięki rozmowie z pracodawcą nie są anonimowymi autorami dokumentów aplikacyjnych. Najczęstszy sposób kontaktu uczniów z pracodawcami to rozmowy telefoniczne lub przesłanie wiadomości za pośrednictwem poczty elektronicznej. Rysunek 10 podsumowuje najważniejsze opinie uczniów dotyczące roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwania zatrudnienia.

Rysunek 10. Rola i znaczenie sieci kontaktów osobistych w opiniach badanych uczniów



Źródło: opracowanie własne.

3.2.4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy

Uczniowie wchodzący na rynek pracy szukają przede wszystkim informacji na temat obowiązujących przepisów w zakresie prawa pracy, rodzajów umów, specyfiki pracy w branży, w zawodzie, w którym się kształcą, sytuacji na rynku pracy oraz metod poszukiwania zatrudniania. Nie wskazywali natomiast jednego uniwersalnego dla wszystkich źródła wiedzy, z którego korzystają. Pojawił się też głos, że wiedza z tego zakresu nie jest potrzebna, gdy ma się zatrudnienie.

- Ja akurat takiej wiedzy nie czerpię, bo mi to nie jest mi potrzebne, bo pracę na razie mam weekendową, a jak skończę szkołę, to już miałem ofertę, że mogę tam być na stałe. (uczeń ZSM im. KEN)

Wśród osób pogłębiających swoją wiedzę występuje podział, na tych, którzy wszystkich informacji związanych z zatrudnieniem poszukują w Internecie oraz tych, którzy źródła wiedzy dzielą w zależności od rodzaju informacji, które chcą pozyskać. W tej drugiej grupie rodzaj treści decyduje, skąd pozyskają informacje. Uczniowie ci w sprawach związanych z prawem pracy konsultują się z rodzicami i bardziej doświadczonymi znajomymi, a informacji dotyczących specyfiki zatrudnienia w branży, w której się kształcą, poszukują wśród znajomych i w Internecie. W tym ostatnim przypadku były wymieniane takie źródła, jak: strony internetowe poświęcone tematyce pracy, fora branżowe, strony internetowe pracodawców, a także portale społecznościowe (np. Facebook). O aktualnej sytuacji na rynku pracy czytali także w Internecie, ale również dowiadywali się z serwisów informacyjnych telewizji publicznej (tj. *Wiadomości).*

- (…) od prawnej strony to jednak ja osobiście słucham się rodziców wtedy, bo wiadomo, że mają większe doświadczenie niż ja, także są to dla mnie osoby po prostu, które są pierwowzorami. (uczeń ZSZ Nr 6)

- Jeszcze ewentualnie zapytałbym kogoś kto miał doświadczenie w tej dziedzinie, brata, który miał w tym kierunku zajęcia, w administracji w tym kierunku miał zajęcia.(uczeń ZS Murowana Goślina)

- Duża część to pewnie znajomi (…), którzy już normalnie pracują, (…), to też swoje zdanie podpowie każdy, w jakiejś luźnej rozmowie. Drugie to na pewno Internet też. Są różne fora. Czasami na Facebooku można się czegoś dowiedzieć. (uczeń ZSM im. KEN)

- Takie informacje to dosyć często w Wiadomościach podają, jeśli jest jakiś deficyt w danym zawodzie. To faktycznie Wiadomości, ale tego te sprawy co pani wymieniła (o aktualnej sytuacji na rynku pracy, o instytucjach właśnie rynku pracy) to myślę, że właśnie Internet jest jednak. (uczeń ZSZ Nr 6)

Z kolei o tym, jak przygotować dokumenty aplikacyjne, uczniowie zostali informowani podczas lekcji przedsiębiorczości w szkole. Dodają, że do tworzenia CV korzystają z generatorów dostępnych w Internecie (głównie te osoby, które Internet traktują jako jedyne źródło wiedzy). Internet jako

najpowszechniejsze źródło informacji nie jest jednak uznane za najbardziej wiarygodne. Uczniowie mieli świadomość, że strony internetowe pracodawców, portale związane z pracą oraz fora branżowe to przestrzeń, w której można znaleźć niepotwierdzone bądź też fałszywe informacje. Niektórzy mieli już takie doświadczenia, którymi chętnie się dzielili ku przestrodze innych. Do wiadomości podawanych w innych mediach również podchodzili ostrożnie, pozostawiając margines błędu w przekazywanych informacjach za pośrednictwem tych kanałów.

- Nie wiadomo czy można tak zaufać, fora, albo inne strony, gdzie każdy może pisać co chce, i to nie jest w żaden sposób weryfikowane to nie wiadomo czy użytkownik napisał, że tam pracował – naprawdę tam pracował, a nie jest np. zatrudniony w kierownictwie, które ma dbać o dobrą opinię o firmie (uczeń ZSZ Nr 6)

- W środkach masowego przekazu zawsze zdarzają się błędy. (…) jak szukamy informacji od rodziców, wśród znajomych no to raczej nie dostanie błędnej informacji. A jeśli chodzi o środki masowego przekazu to zawsze coś się znajdzie, moim zdaniem. (uczeń ZSZ Nr 6)

W opinii uczniów głównym mankamentem takich źródeł wiedzy jest możliwość wystąpienia błędów i nieprawdziwych informacji. Zdaniem uczniów najcenniejsze i najbardziej wiarygodne informacje pochodzą od rodziców i znajomych. W sytuacji, gdy uczniowie spotkają się z rozbieżnymi wiadomościami na temat rynku pracy, mieli dwa schematy zachowań. Jedni sprawdzali wiarygodność źródeł poprzez zasięgnięcia opinii u kilku innych osób lub nauczyciela przedsiębiorczości, a jeśli informacje dotyczyły prawa, zaglądali na odpowiednie strony administracji publicznej lub do kodeksów prawnych dostępnych on-line. Drudzy natomiast przyjmowali informacje z ich perspektywy wygodniejsze. Uczniowie podkreślali również, że w kwestii informacji o rynku pracy mogą liczyć na nauczycieli przedsiębiorczości lub osoby prowadzące przedmioty zawodowe. Dla uczniów dzielenie się doświadczeniem zawodowym, szczególnie tym nabytym w branży, w której kształcą się, miało dużą wartość. Jedną z możliwych alternatyw uwiarygodniania informacji uczniowie wskazali konsultację z doradcą zawodowym

Na rysunku 11 przedstawiono źródła wiedzy o rynku pracy, z których korzystają uczniowie. Oprócz ich katalogu znalazły się tam również najczęściej poszukiwane przez uczniów informacje.

Rysunek 11. Źródła wiedzy o rynku pracy: uczniowie



Źródło: opracowanie własne.

3.2.5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy

O doradztwie zawodowym uczniowie wspominali kilkukrotnie przy okazji omawiania różnych wątków. Byli mniej lub bardziej zorientowani, czym doradztwo zawodowe się zajmuje, choć przypisywali mu zakres działań szerszy, należący do kompetencji pośrednictwa pracy (np. wskazywanie ofert pracy u poszczególnych pracodawców z danej branży). Wynikać to może z faktu, że w większości nie mieli bezpośredniej styczności z doradcą zawodowym. Jeden z uczniów korzystał z konsultacji indywidualnych na etapie wyboru ścieżki kształcenia ponadgimnazjalnego[12]. Niektórzy uczniowie uczestniczyli w lekcji prowadzonej przez doradcę. Jak wspominają, nie były to zajęcia poświęcone tematyce rynku pracy ani edukacji. Młodzież była niezadowolona z formy przeprowadzonych zajęć, nie widziała też celu, dla którego były realizowane te zajęcia.

- Bo mamy w szkole doradcę zawodowego, który doradza, ale nigdy nie mieliśmy zajęć typowo na ten temat, tylko było ankiety i nigdy nie mieliśmy żadnego wyznaczonego celu.(uczeń ZS Murowana Goślina)

- Krótko mówiąc przyszedł na lekcje i stwierdził, że robi ankietę i się dowiedzieliśmy, że istnieje. (uczeń ZS Murowana Goślina)

[12] Uczeń skorzystał z konsultacji indywidualnych na poziomie szkoły gimnazjalnej. Uczęszczał do szkoły na terenie powiatu poznańskiej (Gimnazjum w Skórzewie).

W innej szkole uczniowie przyznali, że o doradcy zawodowym dowiedzieli się niedawno i do tej pory nie zetknęli się z jego warsztatem pracy. Choć większość respondentów nie korzystała z usług doradczych, to poleciliby swoim młodszym kolegom lub rówieśnikom zasięgnięcie porady. Uczniowie byli zdania, że młodej osobie podejmującej decyzję o ścieżce kształcenia konsultacje z doradcą ułatwiłyby taki wybór. Dlatego o doradztwie według uczniów należy mówić więcej i różnymi kanałami. Do promocji wykorzystaliby oni kampanię informacyjną z udziałem osób, które z doradztwa skorzystały, plakaty i ulotki, które miałby być w miejscach, gdzie młodzież przebywa najczęściej (szkoły, kina, puby, galerie handlowe, siłownie) oraz rozpowszechnianie informacji w Internecie. Uczniowie zaproponowali hasło, które zamieszczone na takich materiałach promocyjnych przyciągnęłoby uwagę.

*- Na pewno do myślenia by dało samo hasło – **co chcesz zrobić po szkole?** Wtedy ludzie by sobie uzmysłowili, że zaraz skończą edukację i pójdą do pracy, i co chcą robić ze swoim życiem. (uczeń ZSZ Nr 6)*

Wobec doradców zawodowych uczniowie zwerbalizowali wiele oczekiwań. To pokazuje, jakich narzędzi i informacji brakuje młodym ludziom. Uczniowie korzystając ze spotkania z doradcą, chcieliby się dowiedzieć, jakie mają talenty, jak zainteresowania i pasje mogą przełożyć na wybór zwodu, w jaki sposób i gdzie szukać pracy oraz jak zachować się na rozmowie kwalifikacyjnej. Dla uczniów było ważne, żeby doradcy zawodowi byli zorientowani w aktualnej sytuacji na rynku pracy, zawodach deficytowych i nadwyżkowych, planowanych lub prowadzonych rekrutacjach pracowników, kierunkach kształcenia i możliwościach uzupełnienia wiedzy kursami i szkoleniami. Respondenci zapytani, jakie powinno być doradztwo zawodowe, jednomyślnie odpowiedzieli, że kompleksowe i skuteczne. Kompleksowość miałaby dotyczyć udzielanych informacji, a skuteczność - właściwej pomocy przy wyborze kierunku kształcenia. Podkreślano, że usługi takie powinny być bardziej rozpowszechnione i dostępne dla każdego, kto chciałby z nich skorzystać. Uczniowie wypowiedzieli się precyzyjnie nawet co do lokalizacji, gdzie doradcy mieliby pracować. Oprócz tego, że najlepiej by doradztwo zawodowe było prowadzone przez instytucje publiczne (*jakiś urząd),* to preferowaną lokalizacją, jaką wskazali uczniowie, było centrum miasta Poznania. Zaznaczali, że od lokalizacji zależy dostępność usług. Na rysunku przedstawiono podsumowanie opinii uczniów dotyczących doradztwa zawodowego.

Rysunek 12. Funkcje i propozycje zmian w systemie doradztwa zawodowego: uczniowie



Źródło: opracowanie własne.

3.2.6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy.

W każdej z grup blok poświęcony szkolnictwu zawodowemu i praktykom zawodowym wywoływał burzliwą dyskusję. Uczniowie wypowiadali swobodnie swoje oceny na temat kształcenia zawodowego. Były to uwagi krytyczne oparte na ich doświadczeniu, wzbogacone propozycjami rozwiązań, które mogłyby usprawnić system. Uczestnicy badania podkreślali, że ich uwagi są zwrócone głównie w kierunku całego systemu kształcenia zawodowego, a nie konkretnej szkoły. Krytycznie oceniali wartość aplikacyjną procesu przygotowania do egzaminów potwierdzających kwalifikacje zawodowe i samych egzaminów.

- Szkolnictwo zawodowe jest na poziomie miernym. (…) Wydaje mi się, że jesteśmy uczeni do egzaminu, ·a to nie ma odzwierciedlenia w rzeczywistości. (uczeń ZSM im. KEN)

*- Żeby zająć się bardziej przygotowywaniem do pracy niż do egzaminu. Żeby jakoś wprowadzić **nas** w dorosły tryb życia. (uczeń ZSM im.KEN)*

To, co najbardziej wybrzmiało z wypowiedzi uczestników, to niedobór godzin praktycznych w programie nauczania w porównaniu z ilością materiału teoretycznego, który muszą przyswoić. Według młodych zawodowców możliwość natychmiastowego zastosowania zdobytej wiedzy teoretycznej podczas zajęć w szkole, np. podczas zajęć warsztatowych prowadzonych przez nauczyciela zawodu, byłaby dobrym rozwiązaniem.

- Tak jak kiedyś były warsztaty normalnie w szkole i najpierw teoria, a potem warsztaty i… wykorzystać teorię na te manualne rzeczy. (uczeń ZSM im. KEN)

- Konkretnie w tej szkole to można by było chociaż użyć takich maszyn, które są na dole, a nie mamy żadnych lekcji w tej sali, tam mamy dwie tokarki na przykład.(uczeń ZSM im. KEN)

- Te warsztaty, które kiedyś działały, jak ktoś miał praktykę, to w tych salach na dole były warsztaty. (…) Były laboratoria, praktyki. Były normalnie warsztaty, maszyny, normlanie się stąd schodziło na dół i tam się pracowało na tych maszynach, uczyło się wszystkiego. (uczeń ZSM im. KEN)

Ponadto uczniowie zwracali uwagę, że wyposażenie pracowni zawodowych w szkołach jest przestarzałe i nieadekwatne do technologii, z której korzystają pracodawcy. Wpływa to na jakość umiejętności, z którymi uczniowie szkół zawodowych wchodzą na rynek pracy. Pomimo tego, że respondenci zgłosili liczne (własne i zasłyszane od rówieśników) uwagi do systemu szkolnictwa zawodowego w Polsce, uznali oni, że jest to lepszy wybór kształcenia niż kształcenie ogólne. Jako argument przytaczali to, że kończąc technikum, mają zarówno zawód, jak i świadectwo maturalne, które otwiera im dalszą ścieżkę kształcenia. Młodzież uczęszczająca do techników zwracała uwagę, że osoby zdobywające zawód w zasadniczych szkołach zawodowych są lepiej wyposażane w wiedzę praktyczną, z uwagi na większą liczbę zajęć praktycznych, niż oni. Według uczniów przekłada się to na bogatsze doświadczenie zawodowe, które jest dużym atutem na rynku pracy.

- (zasadnicza szkoła zawodowa) *Więcej doświadczenia. Większość i tak mamy powiedziane w teorii, nie widzimy wszystkiego. A jednak oni mają praktyki i robią to co my. U nas jest to różnie. (uczeń ZS Murowana Goślina)*

- I mimo młodego wieku mają doświadczenie, które jest potrzebne na rynku pracy. My w technikum trochę średnio z tym doświadczeniem zawodowym.(uczeń ZS Murowana Goślina).

Uczniowie w idei odbywania obowiązkowych zajęć praktycznych organizowanych u pracodawców dostrzegają dużą wartość. Są zdania, że praktyczne umiejętności, które mają możliwość zdobyć podczas praktyk zawodowych, są bardzo cenne i dzięki nim rosną ich szanse na zatrudnienie. Co więcej, zdybywana wiedza podczas zajęć szkolnych nabiera wartości wraz z możliwością zastosowania jej w praktyce.

Część uczniów była jednak zawiedzona praktykami, które w dużej mierze nie odpowiadały wiedzy, która była im przekazywana na zajęciach teoretycznych. Wprost mówili, że praktyki rozmijały się z ich oczekiwaniom oraz programem praktyk ustalonym przez szkołę. Byli też uczniowie, którzy podkreślali, że nauczyli się rzeczy, które mogą wykorzystywać, pracując w zawodzie, w którym się kształcą.

- Jak się poznaje tę teorię i widzi, to w praktyce, to praktycznie tak jest i się przekonuje do tego. Teoria praktycznie wydaje się cenniejsza. (uczeń ZSM im. KEN)

- Mi się bardzo przydały. Na tych praktykach związanych z pracą i nauczyłem się pewnych rzeczy, które teraz mi się przydają w pracy. (uczeń ZSM im. KEN)

- Przekształciliśmy teorię w praktykę. To co uczyliśmy się w szkole. (uczeń ZSM. Im KEN)

- Pokazano jak to będzie wyglądać, ta praca w tym miejscu jak bym się zatrudnił. (uczeń ZSM im.KEN)

Respondenci dostrzegali dwustronną korzyść realizacji praktyk u pracodawców. Oni zdobywają doświadczenie zawodowe, uczą się nowych rzeczy oraz zapoznają się z warunkami pracy w zawodzie, a pracodawcy (jeżeli jest takie zapotrzebowanie) mają szanse na potencjalnego pracownika wyszkolonego według ich (pracodawców) zasad. Jednym z problemów, jaki diagnozują uczniowie, jest to, że pracodawcy przyjmujący ich na praktyki zawodowe utożsamiają rolę praktykanta z rolą niskokwalifikowanego pracownika. Według respondentów z jednej strony obniża to wartość praktyki zawodowej jako elementu procesu edukacyjnego, a z drugiej obniża chęć uczniów do aktywnego uczestnictwa w tym działaniu.

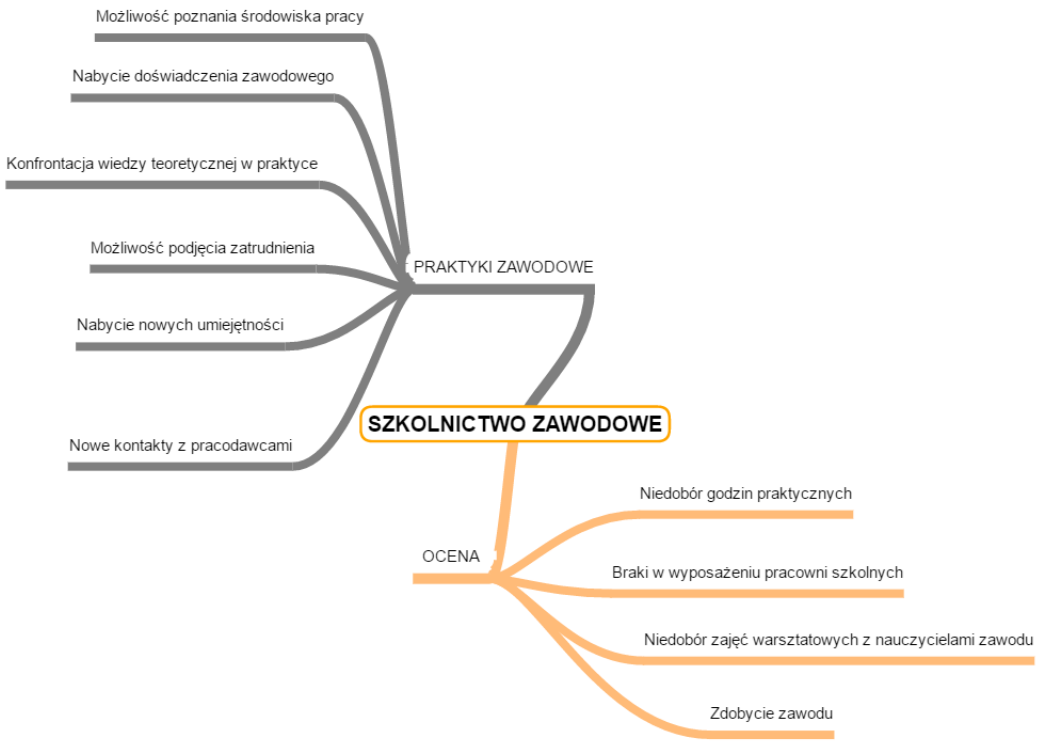
- (…) przyjdą praktykanci, więc nie potrzeba nikogo innego.(uczeń ZS Murowana Goślina).

- No mówię, to jest taki wyzysk na praktykach(uczeń ZS Murowana Goślina)

Zdaniem uczniów, pracodawcy (osoby zajmujące się rekrutacją w organizacjach) zwracają uwagę na praktyki zawodowe, które zrealizowali. Dlatego też, chętnie umieszczają informacje o odbytych praktykach w dokumentach aplikacyjnych. W ich opinii jest to jeden z elementów, który korzystnie wpływa na rozpatrzenie ich kandydatury.

Na rysunku 12 zestawiono najważniejsze wnioski uczniów dotyczące kształcenia praktycznego, które odbywa się toku nauki w szkołach zawodowych. Rysunek przedstawia również opinie dotyczące oceny systemu praktycznej nauki zawodu. Tabela 3 z kolei podsumowuje treść podrozdziału.

Rysunek 13. Rola wykształcenia i doświadczenia w opiniach przedstawicieli uczniów



Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Perspektywa uczniów - podsumowanie

Obszar diagnozy	Kluczowe elementy
Działania związane z poszukiwaniem pracy	*Uczniowie poszukują zatrudnienia głównie poprzez sieć kontaktów osobistych oraz za pośrednictwem Internetu.*
Źródła wiedzy	*Najwiarygodniejszym źródłem wiedzy dla uczniów są ich rodzice oraz znajomi. Na drugim miejscu w celu zasięgnięcia informacji przeszukują zasoby Internetu.*
Ocena doradztwa zawodowego	*Doradztwo zawodowe jest postrzegane przez uczniów jako potrzebne. Oczekują od doradztwa zawodowego kompleksowych, rzetelnych i aktualnych danych na temat sytuacji na rynku pracy, zawodów, możliwości dalszego kształcenia i uzupełniania swoich kompetencji. Ponadto ważną rolę w pracy doradczej odgrywał element diagnozy umiejętności i predyspozycji posiadanych przez uczniów.*
Ocena wykształcenia i praktyki	*Uczniowie postulowali aby zwiększyć liczbę godzin zajęć praktycznych kosztem zajęć teoretycznych. Uznają, że nauka wiedzy teoretycznej zyskuje na wartości wraz z możliwością jej praktycznego zastosowania.*

Aktywność w Internecie	*W sieci uczniowie głównie poszukują ogłoszeń zamieszczanych przez pracodawców na serwisach ogłoszeniowych (olx.pl, gumtree.pl), portalach związanych z pracą (typu infopraca.pl, pracuj.pl) oraz bezpośrednio na stronach internetowych pracodawców. Sporadycznie uczniowie poszukują ogłoszeń na portalach społecznościowych Facebook. Uczniowie natomiast nie zamieszczają informacji w Internecie, że poszukują zatrudnienia, oraz nie posiadają profili na profesjonalnych portalach społecznościowych poświęconym kontaktom zawodowym (Linkedin.com, Goldenline.pl).*
Dobry i zły kapitał społeczny	*Uczniowie uważają, że znajomości ułatwiają, a w niektórych przypadkach umożliwiają znalezienie pracy.*

3.3. Perspektywa szkół i instytucji rynku pracy

W ramach powyższego podpunktu, wywiady zogniskowane zostały przeprowadzone z siedmioma kierownikami praktycznej nauki zawodu oraz sześcioma pracownikami instytucji rynku pracy. Kierownicy praktyk byli zrekrutowani spośród osób pracujących w poznańskich szkołach zawodowych i technikach. Pracownicy instytucji rynku pracy reprezentowali zarówno komercyjne agencje pracy tymczasowej, jak i wojewódzki oraz powiatowy urząd pracy. Wśród respondentek znalazła się również przedstawicielka działu personalnego dużej, lokalnej firmy.

3.3.1. Omówienie działań związanych z poszukiwaniami na rynku pracy

W ramach pierwszego bloku pytań respondenci zostali poproszeni o omówienie specyfiki kontaktów z pracodawcami. Chodziło tutaj przede wszystkim o wskazanie, czy do szkół lub instytucji zgłaszają się pracodawcy z pytaniem o pracowników. W pierwszej kolejności, kierownicy praktycznej nauki zawodu z aglomeracyjnych szkół mówili o dużym zainteresowaniu pracodawców uczniami i absolwentami szkół zawodowych. W wypowiedziach respondenci sugerowali, że aglomeracyjny rynek pracy można określić „rynkiem pracownika". Sformułowanie to oznacza przewagę popytu nad podażą na rynku pracy. W praktyce oznacza to, że poszukujący zatrudnienia nie powinni mieć kłopotu z odszukaniem satysfakcjonującego, wakującego stanowiska pracy, ponieważ zapotrzebowanie pracodawców na pracowników przewyższa dostępny na rynku zasób siły roboczej.

Ponadto, przedstawiciele szkół dużo mówili o dobrej współpracy z pracodawcami, a także o dodatkowych inicjatywach, które w toku tej współpracy się pojawiają. Chodzi tu m.in. o klasy

patronackie, czyli przejęcie odpowiedzialności za kształcenie praktyczne przez duże firmy z terenu aglomeracji. Warto w tym kontekście dodać jeszcze przynajmniej dwie kwestie. Po pierwsze, kierownicy praktyk poruszali temat zapotrzebowania na pracowników w specyficznych branżach (branża poligraficzna, budowlana, elektryczna). Część głosów dotycząca innych zawodów, które pojawiały się w dyskusji, nie była już tak optymistyczna. Wyraźnie wybrzmiały też kwestie niedopasowania podaży pracy do popytu na nią (informatycy, fryzjerzy). Po drugie, warto zwrócić uwagę na pojawiające się głosy dotyczące nieco bardziej szczegółowego spojrzenia na tzw. „rynek pracownika" w Polsce. Istotne mogą tu być również inne wskaźniki, jak np. czas poszukiwania zatrudnienia, dynamika przepływów z i do pracy oraz wzrost płac. Analiza tych zmiennych nie nastraja jednak tak optymistycznie i każe spojrzeć na wypowiedzi respondentów z jeszcze jednej perspektywy.

Przedstawiciele szkół:

R2: Z końcem września już miałam długą listę z prośbą o praktykantów, jednak już nie było kogo im wysyłać(…) w zasadzie pojawił się w tej chwili rynek pracownika, że pracodawcy gotowi są ich nawet douczyć, proszą o zamieszczanie ogłoszeń o pracę na stronie internetowej szkoły, w gazetce, żeby to było ogólnodostępne, a duże firmy oferują nam patronat.

R6: uczniowie, jak idą na praktyki w III klasie, to praktycznie mają wszyscy załatwione u pracodawców pracę. Proszę sobie wyobrazić, że w aglomeracji poznańskiej, w zawodzie elektryk uczy się [tylko] 30-tu uczniów. bardzo często jest tak, że niestety, już nie mamy kogo zaoferować [pracodawcom].

R6: moda na informatyków, 6 szkół w zawodzie informatyka wypuszcza, co rok ponad 200 osób, nie wiem, gdzie oni sobie znajdują pracę. Elektryk, elektronik - oni już po praktykach mają miejsca załatwione pracy.

R3: Kształcimy w zawodach poligraficznych. Mamy taką komfortową sytuację od wielu lat, że pracodawcy się ubiegają o patronat, że przyjeżdżają do szkół z prośbą o absolwentów. Mamy 2 klasy patronackie. Za chwilę będziemy mieć 2 kolejne. Współpracuje tylko z dużymi firmami w zakresie poligrafii. Dlaczego? Prosta sprawa, tylko duże firmy mają wyposażenie w najnowocześniejszy sprzęt.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy w odpowiedzi na pytanie dotyczące ich kontaktów z uczniami i absolwentami, podnosili przede wszystkim kwestie związane ze złym wyborem zawodu przez uczniów. W opiniach respondentów wybór ten nie jest podyktowany realnym zapotrzebowaniem rynku pracy, tylko sugestiami innych osób. Również i w tych wypowiedziach pojawiły się informacje dotyczące trudności pracodawców z rekrutacją pracowników.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R1: jest gros osób, które kończą szkołę, i nie do końca wiedzą, co chcą ze sobą zrobić. Nie ma pomysłu, kończą szkołę, zawód wybrali rodzice.

R2: większe bezrobocie generują szkoły, gdy jest tych kierunków więcej. Szkoły gdzie jest tych kierunków mniej, które były bardziej profilowane –miały mniej bezrobotnych

R3: nasi klienci już nie stawiają zbyt wysokich wymagań. Bo jest bardzo trudno znaleźć pracownika, co też wynika z różnych programów typu 500+

R1: Często też tak bywa, że młodzież wybiera sobie zawód, który mamy na każdym narożniku, salon fryzjerski, to każda dziewczynka chce być fryzjerką.

R4: czasem zdarzają się problemy, żeby uczniowie w zawodach budowlanych mogli te praktyki gdziekolwiek podjąć, bo pracodawca mówi, - wie pan, no, dla mnie to jest trochę kłopotliwe, bo trzeba się tam nimi zajmować, ja mam też swoje obowiązki, ten opiekun, który jest wyznaczony, no, różnie to bywa.

R5: Technik – optyk i tutaj problem polega na specyfice pracy i firmach. To są firmy rodzinne, małe firmy rodzinne z tradycjami. Nikt nie chce wpuszczać na swoje salony, do swojego domu jak gdyby obcych ludzi, którzy będą wynosić na zewnątrz różne sprawy. Mama uczennicy pracowała u konkurencji i już z rozmów, gdzie uczeń był przydzielony, wynikało, ona sama się przyznała, że moja mamusia pracuje tam i tam, to natychmiast był telefon, - ja sobie nie życzę, żeby ten ktoś [pracował].

Zarówno przedstawiciele szkół, jak i instytucji rynku pracy, wskazywali na dwie główne i zarazem najskuteczniejsze metody poszukiwań na rynku pracy, tj. poszukiwania z wykorzystaniem sieci internetowej i kontaktów osobistych. Przy czym w ramach pierwszej z metod respondenci dużo mówią o mediach społecznościowych, które dla młodych ludzi stały się istotnym elementem codzienności. Druga ze wskazanych metod pozwala, zdaniem respondentów, istotnie zmniejszyć poziom niepewności związany z zatrudnieniem nowej osoby. W tym przypadku zarówno pracodawca, jak i poszukujący zatrudnienia, ma lepszy dostęp do wiedzy dotyczącej potencjalnego pracownika/wakatu. Ponadto dzięki zastosowaniu tej metody można skutecznie zaoszczędzić czas i pieniądze związane z poszukiwaniami, a co za tym zmniejszyć koszty transakcyjne. W wypowiedziach pojawia się również wskazanie dotyczące możliwości zatrudnienia u pracodawcy, u którego dany uczeń odbywał praktyki. Respondenci mówili również o roli tradycyjnych ogłoszeń w prasie lokalnej, a także wykorzystywanie takich metod jak umieszczanie ogłoszeń na przystankach autobusowych czy reklama w środkach komunikacji miejskiej.

Przedstawiciele szkół:

R4: Mamy dzisiaj te narzędzia, jakimi jest Internet, Facebook i zawsze na stronie internetowej. Czasem staramy się wywieszać również ogłoszenia w szkole.

R5: Czyli odpowiadając konkretnie na pytanie, tutaj było już, Internet, telefon, znajomości, kontakty.

R2: Znajomości, kontakty.

R7. Z polecenia. Z ogłoszenia firm, które chcą przyjąć uczniów.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R6: W Internecie. Facebook chyba najszybciej.

R4: Przede wszystkim Internet i polecenie od kolegi. Kolega zatrudnia drugiego, trzeciego kolegę.

R2: Przez polecenie. Zdecydowanie polecenie. Najszybciej, skuteczniej, pewnie.

R1. Tak jak tutaj Panie mówią, że najskuteczniejsze jest rekrutacja z polecenia,

R5 [przez polecenie] pracodawca ma szerszy dostęp do tego kandydata, z drugiej strony i kandydat, wie już, co się dzieje w firmie, ma sprawdzoną firmę.

R6: [pracodawca] ma mniejsze ryzyko zatrudnienia takiej osoby, która przychodzi z polecenia. Też się spotykamy z tym na co dzień, że telefonują.

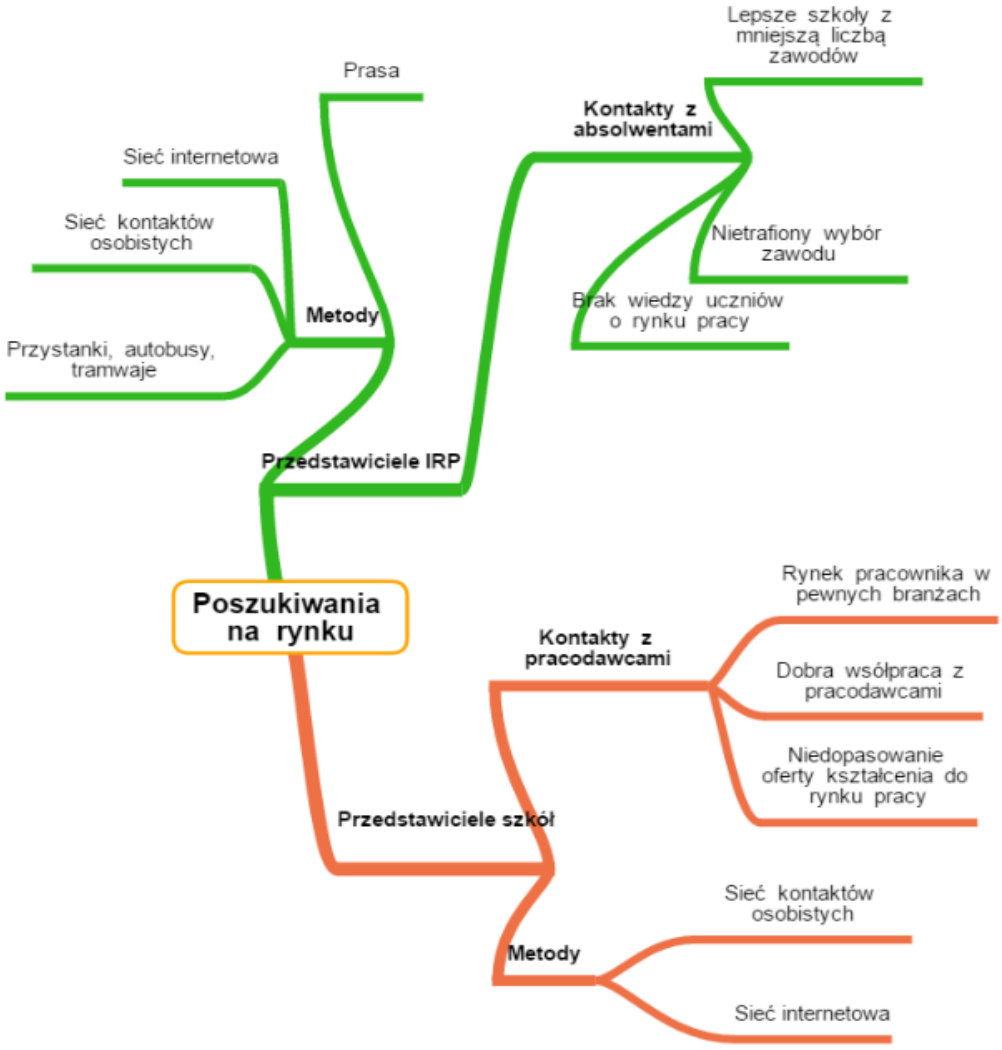
R4: Mi też się wydaje, że jeżeli chodzi o absolwentów szkół zawodowych – oni też często szukają pracy przez praktyki

R3: Prasa. Głos Wielkopolski.

R2: Przystanki, w autobusach, w tramwajach, informacje o poszukiwaniu i rekrutacji.

Na rysunku 13 zestawiono najważniejsze wnioski dotyczące procesu poszukiwań na rynku pracy. Znalazła się tam z jednej strony perspektywa przedstawicieli szkół, a z drugiej perspektywa przedstawicieli instytucji rynku pracy. W ramach opinii pierwszej z grup skupiono się na kontaktach z pracodawcami jako współtwórcami systemu kształcenia praktycznego. Jeśli chodzi o drugą grupę, wskazano natomiast na kontakty z absolwentami.

Rysunek 14. Poszukiwania na rynku pracy w opiniach przedstawicieli szkół i instytucji rynku pracy



Źródło: opracowanie własne.

3.3.2. Omówienie działań związanych z wykorzystywaniem Internetu w procesie poszukiwań

Następny blok pytań dotyczył wykorzystania przez respondentów Internetu w procesie poszukiwań na lokalnym rynku pracy aglomeracji poznańskiej. O ile przedstawiciele instytucji rynku pracy dosyć obszernie wymieniali katalog działań związanych z wykorzystaniem Internetu w celu poszukiwania pracownika bądź wakatu, o tyle opiekunowie praktyk podkreślali rolę poczty elektronicznej i osobistych kontaktów z osobami decyzyjnymi w danej organizacji.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy wskazali również wiele przeszkód, które utrudniają dopasowanie się poszukujących zatrudnienia i pracodawców z wykorzystaniem wirtualnych kanałów

komunikacji. Respondenci mówili tutaj przede wszystkim o kwestiach związanych ze sformułowaniem treści samego ogłoszenia o pracę. Ryzykowne w opinii respondentów może być umieszczenie sformułowania „bez doświadczenia" w ofercie, a także nieumieszczenie nazwy firmy i kontaktowego numeru telefonu. Brak tego typu informacji może przyczynić się do nikłego odzewu ze strony potencjalnych kandydatów do pracy. Kolejną problematyczną kwestią może być znalezienie odpowiedniego portalu. Pytani mówili o niedoszacowaniu przez pracodawców skuteczności portali ogłoszeń drobnych (np. gumtree.pl) i przeszacowania dużych komercyjnych platform pośrednictwa pracy (np. pracuj.pl).

Przedstawiciele szkół:

R6: Internet jest bazą doskonałą, telefon i ewentualnie na rozmowie przekonać. Czasem dzwonię do szefa, często mówię, dlaczego dzwonię. nawet wystarczy rozmowa telefoniczna, żeby na praktykę przyjął(…) Teraz głównie maile przychodzą w większości z zakładów pracy i jest ten kontakt.

R2: Natomiast, jak zależy nam w sposób szczególny na jakiejś firmie, to próbujemy kontaktów właśnie jakichś takich, tak, jak uczniowie, którzy szukają pracy, tak i my próbujemy mieć dojścia do prezesa, kogoś żeby nawiązać, akurat z tą firmą współpracę a nie z żadną inną.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R1 Przynajmniej ja akurat mówię, myślę o osobach młodych, bo jakby informacje z tego badania są mi najbliższe. I najczęściej, mówią po prostu o portalach rekrutacyjnych.

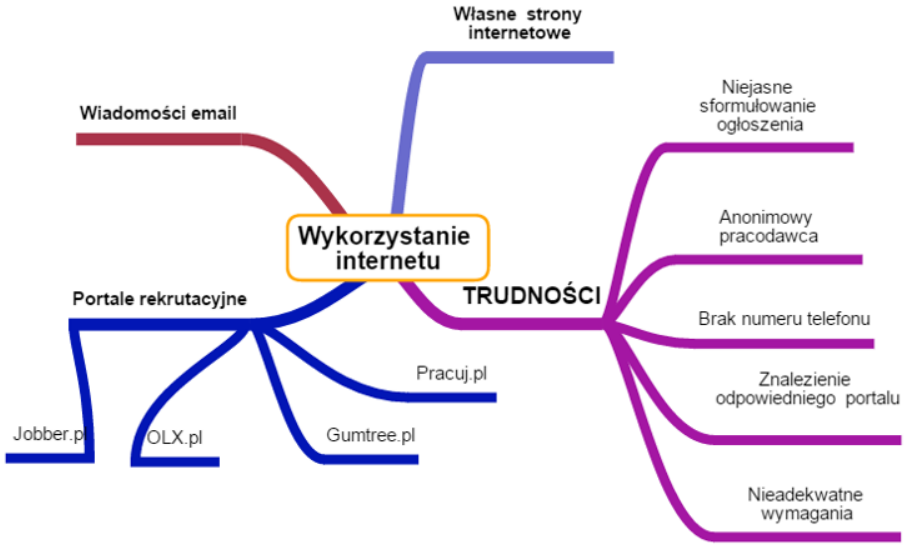
R5: Uczeń często szuka na zwykłych, bezpłatnych portalach, Gumtree, OLX, Jober, i tak dalej. A pracodawcy zaczynają bardzo mocno inwestować i myślą, że jak zainwestują w ogłoszenia na Parcuj.pl za nie wiem – 300, 400 złotych to akurat to im spowoduje przypływ kandydatów. Jeśli jeszcze nie wymaga doświadczenia to jest już strzał w kolano. Nikt tam nie zajrzy, tak samo jak pracodawcy, którzy nie przykładają wagi do wyglądu ogłoszenia. To też budzi małe zaufanie, jeśli nie ma opisanej firmy, nie ma numeru telefonu, nie było dokładnej firmy

R6: Co do tych nazw [stanowisk], to także poza tym że one są niezrozumiałe, to mogą być robione na siłę, marketingowo, żeby promować, żeby najwięcej zgłoszeń było

R2: Fajny raport eRekrutera (?) z kwartału I tego roku, mówi o tym, że 90% pracodawców wie o tym, że kandydat zagląda na ich stronę internetową. Przy czym tylko około 50% zawiera tam informacje dotyczące rekrutacji, a prawie każdy kandydat tam wchodzi.

Na rysunku 14 zestawiono najważniejsze wnioski dotyczące wykorzystania sieci internetowej przez przedstawicieli szkół jak i pracodawców. Oprócz potencjalnych kanałów rekrutacji, wskazano również kluczowe trudności, które wiążą się z wykorzystaniem medium.

Rysunek 15. Wykorzystanie Internetu w procesie poszukiwań na rynku pracy



Źródło: opracowanie własne.

3.3.3. Omówienie roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwań

Istotną kwestią pozostaje szersze omówienie roli tzw. sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwania zatrudnienia i rekrutacji pracownika. Jak wskazują badania (np. LFS, Sławecki 2009), to właśnie ta metoda jest, obok wykorzystania sieci internetowej, najpowszechniej wykorzystywaną strategią odszukania potencjalnego partnera. Widoczne jest to również w opiniach obu grup respondentów. Aczkolwiek badani mówili o różnych sposobach budowania sieci kontaktów. Przedstawiciele szkół zwracali uwagę na rolę instytucji zrzeszającej pracodawców, która obecnie pełni rolę pośrednika pomiędzy pracodawcami a poszukującymi kontaktów kierownikami praktycznej nauki zawodu. W ich wypowiedziach pojawiały się też wskazania dotyczące giełdy pracy i targów edukacyjnych jako miejsca pozyskiwania kontaktów. Respondenci poruszyli również kwestie związane trudnościami w pozyskiwaniu kontaktów (np. brak czasu), a także kluczową kwestią „zaufania" do firmy, która determinuje to, ilu praktykantów dany pracodawca otrzyma.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy (agencji pracy tymczasowej), wskazywali na budowanie kontaktów z wykorzystaniem tzw. „wejścia na zimno", czyli losowego odwiedzania pracodawców i proponowania współpracy w zakresie rekrutacji pracowników. Poruszono też wątek polecania kandydatów do pracy przez osoby już w firmie pracujące, co nierzadko wiąże się z niemałą gratyfikacją

finansową. Respondenci omówili też stosunkowo nowe metody pozyskiwania kontaktów, tj. organizowanie eventów przed siedzibą konkurencyjnej firmy. Jako przykłady podano foodtrucki i mobilne stoiska z kawą, które wychodzącym z konkurencyjnej firmy pracownikom oferują darmowe przekąski i napoje, gdzie w sprytny sposób umieszczony jest kontakt do osoby zajmującej się rekrutacją.

Przedstawiciele szkół:

R6 Szczególny tam, gdzie chcą więcej przyjąć, gdzie mam większe zaufanie do firm, to tam więcej daję. Tam, gdzie rzadziej kontakty miałem, to mniej. Ta baza mi się nie zmniejsza, raczej się poszerza.

R1: No Izba Rzemieślnicza, muszę powiedzieć, że się uaktywniła bardziej, bo aktualizuje wykaz rzemieślników, którzy w poszczególnych zawodach kształcą.

R3: Nie ma na to czasu, bo jak? Mam jechać tramwajem i proponować komuś swoją wizytówkę – pytanie na jakiej zasadzie będę sobie wyszukiwać tych pracodawców? Co będę ulicami chodzić?

R4: targi i giełdy pracy no to urzędy się często ustawiają, wymiana wizytówek… Wiem, że było praktykowane.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R5: albo takie „wejście na zimno" czyli po prostu jeżdżą po danym terenie, wchodzą do firm, z pytaniem czy mogą się umówić na rozmowę, albo po prostu – wyszukują też ogłoszenia na portalach pracy, dzwonią do pracodawców

R6: Duże znaczenie ma polecenie. Polecanie, czyli jeżeli ja mam jakiegoś pracownika na przykład osobę młodą, to wiem np. że ona ma matulę. I czasami zdarza się tak, że ten pracownik nawet sam, ta matka, bo u mnie pracuje państwa córka, czy gdzieś tam jakaś praca by się znalazła?

R2: I albo stawia się [pod firmą konkurencji] małe stoisko z kawą i otrzymuje Pan kubeczek z informacją że może ciebie szukamy, i nr telefonu bądź też maila. Dalej foodtracki patrząc pod kątem jakichś eventów, które dzieją się w firmach konkurencyjnych, to proszę bardzo – pyszny hamburger. Była też świetna sytuacja w firmie IT – pączki, kartoniki przepiękne, bardzo pyszne paczki, a na samym końcu, jak zjadło pączek to napisana informacja, że właśnie może ciebie szukamy, zaaplikuj do nas, jesteśmy taką i taką firmą.

R4: Ja też się spotkałam, chyba jest coraz częściej stosowane, że pracownik, który poleci osobę dostaje dodatkowe wynagrodzenie.

R2: Są to bardzo duże pieniądze, jeżeli chodzi o takie polecanie, patrząc pod kontem branży IT mogę powiedzieć, że są to kwoty 10 tysięcy i więcej za polecenie jednego pracownika.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy w swoich wypowiedziach zawarli również wiele rekomendacji, które należy wziąć pod uwagę, aby efektywnie budować i wykorzystywać sieć kontaktów osobistych. Pierwsza z sugestii dotyczy „pielęgnowania" kontaktu – chodzi tu z jednej strony o cykliczne odświeżanie znajomości, a z drugiej o przypominanie faktu, że dana osoba poszukuje zatrudnienia. Na

problem ten można spojrzeć w nieco szerszym kontekście, gdyż może on się również wiązać z podtrzymywaniem kontaktu z pracodawcą, u którego zostało złożone CV. Nawet jeśli osoba aplikująca nie zostanie zatrudniona w bieżącej rekrutacji, to w przypadku, gdy będzie utrzymywać kontakt z danym pracodawcą (chociażby poprzez maila przypominające), to istnieje duża szansa, że jej dokumenty zostaną wykorzystane w toku następnej rekrutacji. Respondenci wskazują też na dużą rolę wizerunku, który w dobie dużej popularności mediów społecznościowych nabiera nowego wymiaru. Często w sieci kontaktów osobistych dostępnej w mediach społecznościowych, występuję głębokie powiązania i nierzadko anonimowa z pozoru osoba staje się widoczna dla pracodawcy, właśnie za pośrednictwem tych mediów.

R6: Przede wszystkim bieżące reagowanie. Czyli jak gdyby nie to, że ja pozyskam kontakt, tylko gdzieś tam co jakiś czas odświeżać ten kontakt.

R5: Często jest takie przeświadczenie, że jak już złożyłem raz CV do agencji to oni na pewno to mają, i ja zawsze tłumaczę, że to jest tak mniej więcej trzy miesiące, nie? Jak powiedzmy nie widziałem żadnej. To przypomnij mi się. Po prostu za trzy miesiące już nikt nie zadzwoni do tak złożonego CV za trzy miesiące temu. Ale kwestia, żeby też mówić, że się szuka pracy.

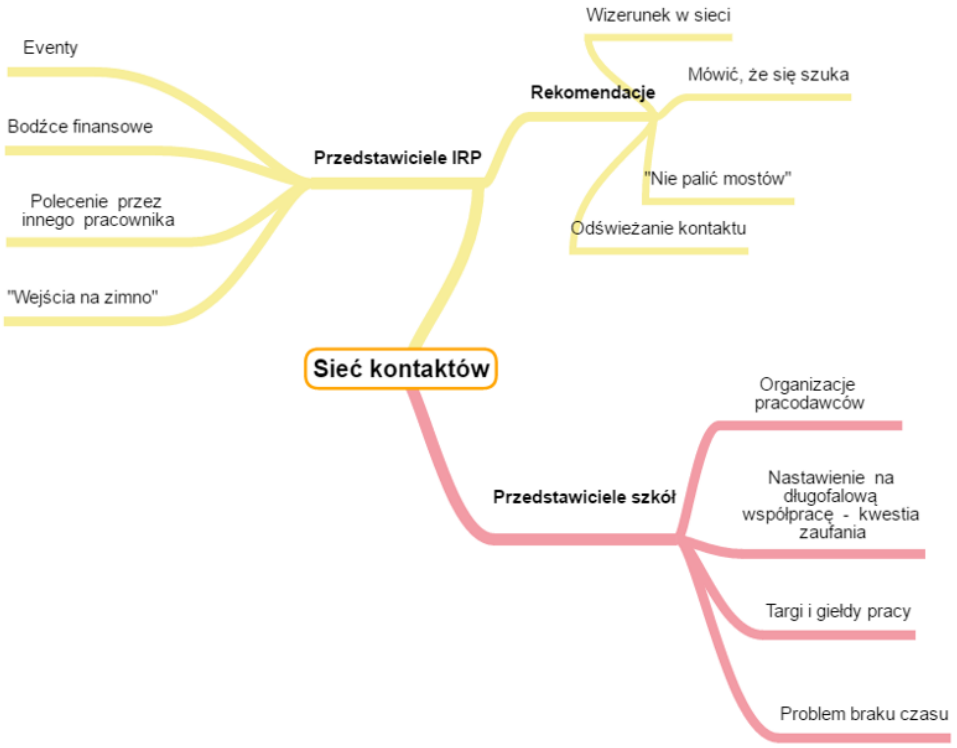
IRP[Respondent 6] Jeszcze coś powiem, że nawet jeśli jesteśmy w pracy, i rezygnujemy z pracy, to chyba zawsze warto odejść z takim… nie paląc za sobą mostów. Ponieważ, zawsze ten pracodawca może nas polecić dalej.

R3 Ale też jak była mowa o tej sieci kontaktów własnych to uważam, że żeby ktoś chciał mi polecić do pracy pracodawcy, który na przykład szuka, i ma wolny etat, to ja też muszę zaprezentować się jako osoba, która jest kompetentna, poważna i podejdzie do samej sprawy zatrudnienia ok. Czyli nie mogę być nierzetelnym, tak? Czy też prezentować się na Facebooku w taki, a nie w inny sposób(…) On buduje sobie kontakty, ma full znajomych, ale nikt go nie poleci.

R6: moja znajoma stwierdziła, że napisze temu pracodawcy na Facebooku, że [ta osoba] jest nielojalna. No i ten pracodawca oczywiście podziękował jej za informację, i prawdopodobnie nie zatrudnił [tej osoby].

Zbiorcze zestawienie opinii obu grup respondentów dotyczące roli i znaczenia sieci kontaktów osobistych w procesie poszukiwania zatrudnienia, zostało przedstawione na rysunku 15. Znalazły się tam również rekomendacje, wyrażone przez przedstawicieli instytucji rynku pracy, istotne w procesie budowania sieci kontaktów.

Rysunek 16. Rola i znaczenie sieci kontaktów osobistych w opiniach przedstawicieli instytucji rynku pracy oraz szkół



Źródło: opracowanie własne.

3.3.4. Omówienie katalogu źródeł wiedzy o rynku pracy.

W ramach czwartego bloku pytań respondenci zostali poproszeni o wskazanie, skąd czerpią wiedzę na temat rynku pracy. W szczególności chodziło tutaj o informacje na temat trendów i zmian zachodzących na rynku pracy i w gospodarce, informacji dotyczących najlepszych metod poszukiwania zatrudnienia czy też tematów powiązanych z poradnictwem zawodowym. Przedstawiciele szkół mówili najczęściej, że informacje takie pozyskują najczęściej bezpośrednio u źródła, tzn. u pracodawców. Wypowiedzi te wskazują na jakościowy charakter informacji, które nacechowane są indywidualnym podejściem do problemu. Wadą tego typu podejścia może być brak obiektywnego i szerszego oglądu na rzeczywistość rynku pracy.

Z kolei przedstawiciele instytucji rynku pracy jako źródła informacji wskazywali przede wszystkim dane urzędów pracy dotyczące bezrobocia rejestrowanego, branżowe strony internetowe, a także prasę specjalistyczną. Wśród katalogu źródeł o rynku pracy pojawiały się znane portale HR, a także raporty rozmaitych organizacji komercyjnych, które praktycy często wykorzystują w ramach swojej pracy

zawodowej. Niektórzy z pracowników instytucji rynku pracy mówili również o portalach społecznościowych dla profesjonalistów, gdzie w ramach konkretnych grup dyskusyjnych pojawiają się informacje na temat najnowszych trendów na rynku pracy czy dostępnych wakatów, w ramach których poszukiwani są pracownicy. Respondenci mówili również o roli branżowych kontaktów bezpośrednich, jednak traktowali je bardziej jako uzupełnienie innych źródeł wiedzy, niż jako główna baza informacji.

Przedstawiciele szkół:

R5: Myślę, że każdy z nas jest specjalistą w kształceniu i ma tą bazę pracodawców i od nich też bardzo dużo się dowiaduje. Jeżeli wprowadzamy na rynek nowy zawód, szkoła jest zobligowana do tego, żeby rozeznać rynek pracy, pod kątem zapotrzebowania na dany zawód. Wtedy się poszukuje takich przepisów i kontaktów z pracodawcami z pierwszej ręki

R4: Ja z wykształcenia jestem budowlańcem i siłą rzeczy obracam się w takim środowisku, toteż taki wywiad codzienny ze znajomymi [jest dla mnie źródłem wiedzy].

R6: Ale ja zadam Panu pytanie odwrotne, bo Pan pyta skąd pozyskujemy wiedzę o zainteresowaniu, to ja zadam Panu pytanie takie, jak przekonać ucznia, żeby kształcił się kierunku, gdzie poszukiwani się pracownicy?

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R1: ta wiedza jest pozyskiwana co miesiąc z Powiatowych Urzędów Pracy, i to jest szczegółowa wiedza na temat bezrobocia rejestrowanego.

R4: Internet, raporty.

R5: Raporty… no ja osobiście z dwóch stron, bo o d pracodawców, bo pytam się, często mam z nimi kontakt, więc pytam jakie mają problemy, pytam się jak oni jakby dają sobie radę z rekrutacją Strony związane z branżą HR Personal and HR? I jedna strona, Zielomania, też bardzo dużo informacji jakichś ciekawych jakichś zagadnień zmieniających się. No i Powiatowe, Wojewódzkie [urzędy pracy]. Na Pracuj.pl są bardzo fajne raporty, i w ogóle podsumowania też robi… Goldenline też jest fajny.

R3: Ja lubię przeglądać Wiadomości Gospodarcze

R2: Z zakładek to bardzo ciekawe są Sedlak and Sedlak, Randstad, Rekruter

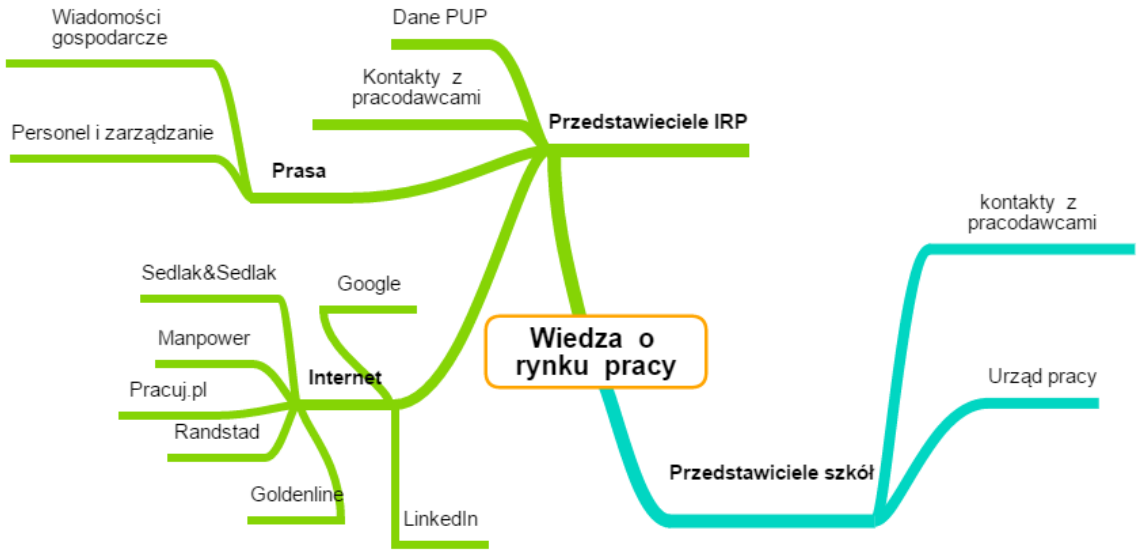
R4: Raporty Manpowera.

R6: może jeszcze na LinkedIn jeszcze coś tam można pozyskać informacje też. Natomiast też wydaje mi się, że Facebook jako grupy Praca Poznań czy jakieś inne Praca Poznań Police, Poznania. Ja myślałam też tutaj o gazecie chyba Personel i zarządzanie.

Rysunek 16 zestawia źródła pozyskiwania wiedzy, z których korzystają przedstawiciele instytucji rynku pracy i przedstawiciele szkół zawodowych. Niepokojąca może być dysproporcja pomiędzy liczbą

i różnorodnością źródeł wskazanych przez pracowników instytucji rynku pracy, a pracownikami szkół. Ci ostatni swoją wiedzę czerpią głównie w ramach indywidualnych rozmów z pracodawcami.

Rysunek 17. Źródła wiedzy o rynku pracy: przedstawiciele szkół vs przedstawiciele instytucji rynku pracy



Źródło: opracowanie własne.

3.3.5. Ocena doradztwa zawodowego jako czynnika sukcesu na rynku pracy

Kolejny blok pytań dotyczył roli i wyzwań stojących przed doradztwem zawodowym. W wypowiedziach respondentów pojawiło się sporo kwestii problemowych, które wg nich powodują, że system doradztwa zawodowego nie działa tak, jak powinien. Zarówno przedstawiciele szkół, jak i instytucji rynku pracy, zwrócili uwagę na zbyt późne objęcie młodzieży doradztwem zawodowym, a także brak etatów podstawowych w szkołach. Obecnie, to nauczyciele przedmiotowi w ramach części etatu zajmują się również prowadzeniem doradztwa zawodowego w szkołach. Taki stan rzeczy należy uznać za wysoce niesatysfakcjonujący. Oprócz kwestii związanych z trudnościami w zachowaniu obiektywizmu w stosunku do uczniów, młodzież niechętnie „otwiera się" przed nauczycielem, z którym ma zajęcia w ramach innego/innych przedmiotów. Obie grupy respondentów wskazały, że doradztwo zawodowe należy wprowadzić już na etapie szkoły podstawowej albo nawet w przedszkolu. Absurdalna może być sytuacja, w której doradza się odnośnie wyboru zawodu uczniowi szkoły zawodowej, który taką decyzję ma już za

sobą. Te dwie główne kwestie są znane od lat (DSiG 2010), a przeprowadzone badania wskazują, na ciągłe istnienie tych systemowych dysfunkcji.

Ponadto nauczyciele mówili o takich problemach, jak brak spójnej polityki dotyczącej doradztwa zawodowego, a także niską świadomość zarówno uczniów, jak i rodziców, dotyczącą funkcjonowania rynku pracy. Z kolei przedstawiciele instytucji rynku pracy wskazywali na nieatrakcyjnie prowadzone zajęcia w szkole a także niewielką wartość wiedzy, którą doradcy przekazują uczniom. Zajęcia, w ich opiniach, powinny być nastawione na praktykę i rozwój postaw przedsiębiorczych, a nie jak do tej pory, skupianie się na testach i badaniu predyspozycji zawodowych. Pracownicy instytucji rynku pracy sugerowali, że młode osoby wchodzące na rynek pracy mają niewielką wiedzę dotyczącą tego, jak się po tym rynku poruszać. Częste są sytuacje, że młode osoby nie wiedzą, jak napisać dokumenty aplikacyjne, czy też przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej. Osoby wchodzące na rynek pracy nie mają również podstawowej wiedzy z zakresu prawa pracy, a agencje pracy tymczasowej traktują jako instytucje wyzyskujące pracowników.

Przedstawiciele szkół:

R6: *nie ma polityki miasta(…) politykę powinno prowadzić Ministerstwo Edukacji, nie może być tak, że każdy idzie, gdzie chce. Doradztwo jest na etapie, szkoły już powinny być jakieś cechy umiejętności wydobywania wśród dzieci na przedszkolu, na pewno podstawówka*

R3: Podpisuje się po tym dwoma rękoma, to, co Pan powiedział. Przecież proszę Państwa, macie świadomość tego, że w gimnazjach poznańskich nie ma doradców zawodowych.

R5: Młodzi ludzie w podstawówce już powinni poznawać te zawody mieć kontakty z pracodawcami

R3: A w każdym gimnazjum obowiązek zatrudnienia w każdym gimnazjum doradcy zawodowego,

R4: Pani mówi o doradcy zawodowym w technikum, on już zawód wybrał. Doradztwo zawodowe jest zasadne rozumiem w liceum ogólnokształcącym. efekt byłby większy w gimnazjach i niżej. Trzeba wprowadzić przedmiot o nazwie – doradztwo zawodowe, poświecić ileś godzin, zatrudnić nauczyciela od tego, który będzie danego ucznia, przeprowadzał z nim wywiad, ukierunkował

R5: Trzeba zmieniać świadomość rodziców i samych uczniów

R6: przywrócić wśród społeczeństwa etos pracy a nie siedzenie i bycie magistrem od byle czego

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R4: nie ma etatu podstawowego w szkole, żeby był doradca, który rzeczywiście mógłby opowiedzieć uczniom, jak poruszać się po rynku pracy, jak przygotować dokumenty aplikacyjne

R1: Bardzo słaba skuteczność doradztwa zawodowego. *Gros uczniów w ogóle nie wiedziała, że jest coś takiego jak doradca zawodowy. Drugie gros nie uczestniczyło w tych zajęciach, bo padały odpowiedzi, że oni wiedzą lepiej.*

R5 zajęcia może nie są zbyt atrakcyjnie prowadzone.

R3 *na przykład są testy , w czym jestem dobry, jakie mam preferencje i tak dalej, natomiast w sposób bardzo nikły w tej chwili doradztwo zawodowe rozbudza jakąś taką inicjatywę i przedsiębiorczość.*

R5: osoby ze szkół zawodowych kompletnie nie wiedziały, jak podejść do rozmowy kwalifikacyjnej, czym się różni umowa zlecenie od umowy o pracę. kompletnie nikt im nie tłumaczy, że właśnie agencja pracy jest takim … takim pierwszym stopniem, że w ogóle mogą zdobyć doświadczenie.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy wskazali na interesujące propozycje nowatorskich rozwiązań, które można wdrożyć w ramach doradztwa zawodowego prowadzonego w szkołach. Chodzi tutaj przede wszystkim o indywidualnego doradcę zawodowego, z którym konsultacje mogłyby być prowadzone chociażby poprzez portale społecznościowe. Nie do przecenienia w opiniach przedstawicieli instytucji rynku pracy jest również znaczenie zajęć praktycznych, w ramach których do szkół mogliby być zapraszani pracodawcy czy też absolwenci, którym udało się podjąć zatrudnienie.

R6: w Holandii mają taki system, że dzieci już od samego małego, czyli nawet nie mówimy o gimnazjum, tylko jeszcze podstawówka chodzą do pracodawców

R5: Że doradcy powinni stawiać też gdzieś na praktykę i zapraszać firmy

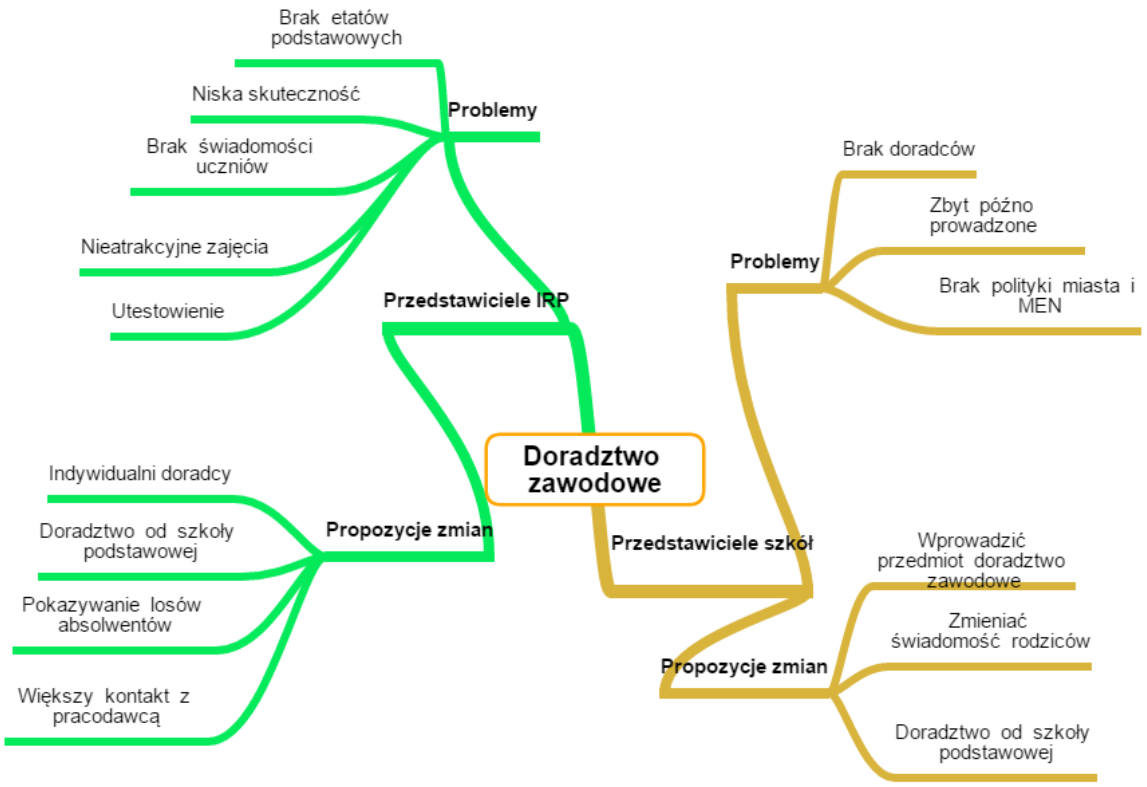
R3: Pokazywanie losów absolwentów. Jak dana osoba skończyła daną szkołę, dany zawód i jak sobie poradziła na rynku pracy.

R2: Dlaczego na przykład nie można mieć indywidualnego doradcy zawodowego, kontaktować się z nim mailowo, mieć grupy na przykład na Facebooku i wejść w zupełnie nowe narzędzia. Odejść totalnie od tego starego

R1: większy kontakt z pracodawcą, zapraszanie pracodawców, zapraszanie praktyków, osób, które się tym zajmują, zapraszanie również doradców zawodowych, z Powiatowych Urzędów Pracy.

Na rysunku 17 podsumowano opnie respondentów dotyczące doradztwa zawodowego prowadzonego w szkołach. Obie grupy badanych osób wskazały nie tylko problemy (z których zresztą część jest tożsama), ale również propozycje modyfikacji i rozwiązań systemowych.

Rysunek 18. Problemy i propozycje zmian w systemie doradztwa zawodowego. Przedstawiciele instytucji rynku pracy vs przedstawiciele szkół.



Źródło: opracowanie własne.

3.3.6. Ocena wykształcenia i praktyki zawodowej jako wartości na rynku pracy.

Kolejny blok pytań dotyczył kwestii związanych z posiadanym wykształceniem i odbytymi praktykami zawodowymi. W szczególności chodziło tutaj o to, na ile pracodawcy zwracają uwagę na wykształcenie i praktykę zawodową. Początkowo przedstawiciele szkół zwrócili uwagę na kilka kwestii, które są kluczowe z punktu widzenia organizatora praktyk i przekazania uczniom wiedzy praktycznej. Generalnie respondenci stwierdzili, że nie ma problemów z pozyskaniem pracodawców do współpracy ze szkołami – przyjmują oni chętnie praktykantów, choć preferują uczniów kształcących się technikach. Problemem w tym zakresie może być samodzielne załatwianie praktyk przez uczniów, które często wiąże się z zaliczeniem praktyki w firmie znajomego bez przepracowania wymaganej liczby godzin. Badani

nauczyciele mówili również o zbyt małym wymiarze zajęć praktycznych, a także nieadekwatnej ocenie praktykantów przez pracodawców.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy mówili, iż zdobyta praktyka jest z pewnością cenna i wspomaga transfer na rynek pracy, jednakże wskazali oni wiele kwestii problemowych, które obniżają wartość tak zdobytego wykształcenia zawodowego. Po raz kolejny pojawił się tu problem przestarzałego sprzętu w pracowniach szkolnych, a także niewielkiej wiedzy merytorycznej wynoszonej z praktyk, która często ogranicza się do wykonywania podstawowych czynności. Problemy te nie są nowe. Na podobne kwestie zwracano już uwagę w raportach wielu analizach na przestrzeni ostatnich lat (KOWEZIU 2010; DSIG 2011; DSiG 2015).

Przedstawiciele szkół:

R7: jadę do tych zakładów, które dzieciaki sobie same zorganizowały i zdarzyło mi się nieraz, nie dwa, że pojechałam bez zapowiedzi a uczniów nie było

R5: my czasami też się zastanawiamy nad niektórymi, wysłać do zakładu pracy, tak, jeżeli mówimy o tej bazie sprawdzonych zakładów, to też staramy się wysłać ludzi, którzy będą reprezentować szkołę

R6: Rzeczywiście uczniowie się sprawdzają i ci pracodawcy ich chętnie przyjmują(…). Są zwrotne informacje, w wielu przypadkach są zadowoleni z praktykantów. Jak uczniowi daje 6, ja wiem, że pracodawca nie zawsze wie, jakie są kryteria, ale skala ocen od 6 do 1, do niedostatecznej, to jak daje 6, to jednak wie, co daje, nie daje na piękne oczy, prawda?

R3: I ja, kiedy mam po miesiącu wykaz frekwencji, no to, jeśli mnie coś niepokoi, no, to wtedy się kontaktuję albo osobiście, albo telefonicznie no i staram się reagować możliwie jak najszybciej.

R6: Funkcjonuje dobrze, bo to jest, to zależy od szkoły, od specyfiki szkoły. Szkoła powinna być mobilna i szkoła powinna wracać do poszukiwania pracodawców, bo pracodawcy są otwarci, naprawdę, są bardzo otwarci

R5: (…) obserwuję, że pracodawcy chcieliby tych uczniów z technikum bardziej chętnie niż z zawodówki

R3: (…) na poziomie technikum, przewidziano najczęściej 160 godzin praktyki zawodowej, co uważamy, że jest bardzo mało. Kładziemy na szalę dwie rzeczy, albo kształcimy fachowców, albo utrzymujemy zatrudnienie nauczycieli i to są bardzo ważne decyzje.

Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R5: jeżeli taka młoda osoba szuka pracy i ma już praktyki wpisane w CV, to dużo łatwiej, przychylniej ci pracodawcy patrzą na taką osobę, w kontekście zatrudnienia

R1: umiejętności praktyczne są bardzo ważne. Na przykład w branży logistycznej zauważyliśmy taką zależność, że firmy duże, dużo lepiej oceniają przygotowania absolwentów [do pracy] niż firmy małe.

R4: uczniowie mówili – co z tego, że mamy praktyki skoro pracujemy na sprzęcie, który był używany 30 lat temu(…) Większa część tych uczniów wybierało praktyki, lub pracodawców, gdzie nie trzeba było nic robić.

R3: przychodzi absolwentka fryzjerka i mówi, że tylko myła głowy.

W rozmowie na temat wykształcenia i jego roli na rynku pracy, nauczyciele, reprezentacji szkół zawodowych dużą część czasu poświęcili na podzielenie się swoimi obawami i zaobserwowanymi negatywnymi zjawiskami, które dotyczą szkolnictwa zawodowego. Respondenci stwierdzili, że szkolnictwo zawodowe jest deprymowane nie tylko na poziomie uczniów i rodziców, ale też na poziomie szkół gimnazjalnych, w których pracownicy szkół zawodowych mają problemy z przedstawieniem swojej oferty. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy może być urankingowanie szkolnictwa, brak pieniędzy, a także polityka miasta. Nauczyciele odnieśli się również z obawami do planowanej w 2017 roku reformy szkolnictwa.

Część respondentów pracujących w instytucjach rynku pracy sugerowała, że rola wykształcenia czy praktyki zawodowej nie jest kluczowa, gdyż obecnie dla pracodawców znacznie bardziej istotne są takie czynniki, jak zapał, pasja czy zaangażowanie. Faktem jest, że spostrzeżenie to dotyczy specyficznej branży (IT) i osób reprezentujących wyższe poziomy kształcenia, jednak pokrywa się z częścią badań, które sugerują większe znaczenie umiejętności miękkich w łączeniu pracodawców i pracowników na rynku pracy (WUP 2015).

Przedstawiciele szkół:

R7: dyrektor szkoły, nie wyrażał zgody, bo są poumawiani na te lekcje wychowawcze z przedstawicielami liceów ogólnokształcących, natomiast technikum czy zasadnicza, to mnie zbywali

R3: szkoły zawodowe są deprymowane (…) ja mogę wysłać dziecko do liceum, a licea 30-te któreś chętnie przyjmą nawet przy [minimalnej] punktacji(…) W jednym z gimnazjów usłyszałam od wychowawcy, - nie, no oferty zasadniczej szkoły, proszę mi nie składać, przecież ja nie mam głupich uczniów.

R6: Bo ranking szkół jest, jak się dostanie więcej do ogólniaka, to gimnazjum ma dobre wyniki(…)mają w nosie szkolnictwo zawodowe(…) Dlaczego nie ma polityki miasta Poznania, takiej - likwidujemy ogólniaki. To są wyborcy, to nie jest tak, że chodzi o pieniądze, to są wyborcy, każdy się w swoim rejonie broni.

R5: Co my się dostosujemy ze wszystkim, to znowu jest reforma, przewracanie do góry nogami wszystkiego.

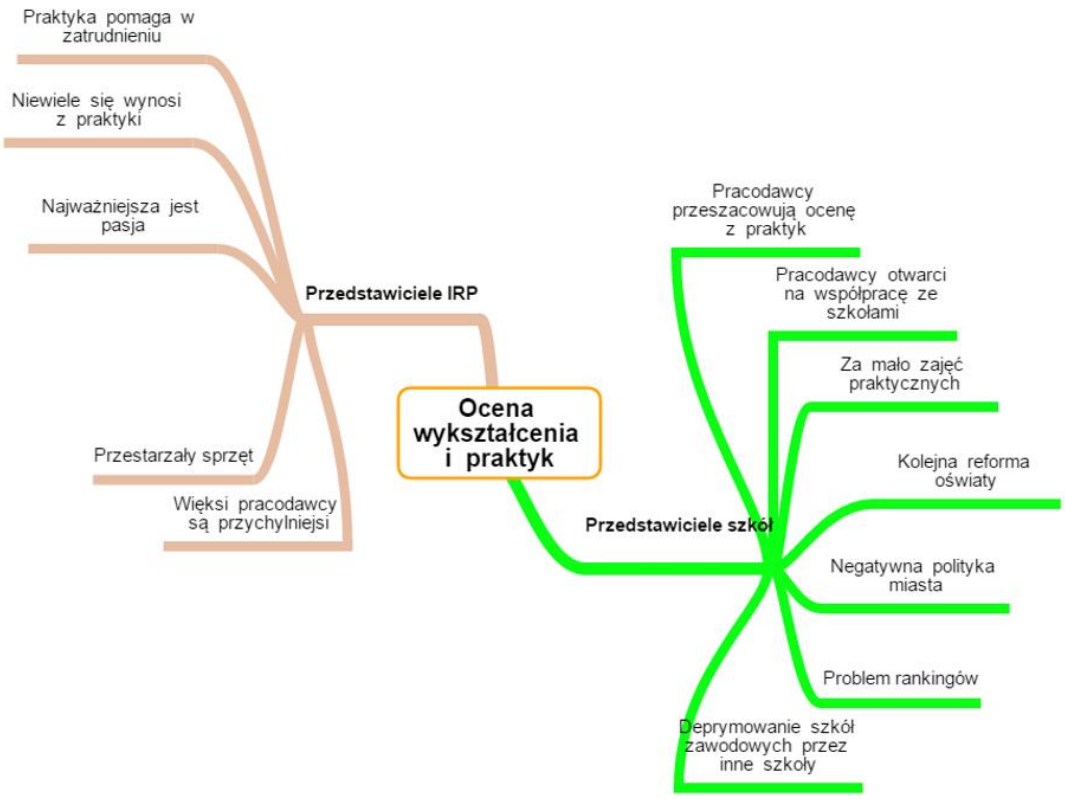
Przedstawiciele instytucji rynku pracy:

R2: To ja może zacznę od branży IT u nas w firmie, na pierwszym miejscu jest pasja, a później to, co kandydat pozyskał w toku edukacji. Mamy sytuację, gdy faktycznie kandydaci na swoich studiach czy w szkole średniej poszli w zupełnie innym kierunku. Jeżeli chodzi o doświadczenie, jest ono na przykład roczne, ale z pasji wynika olbrzymia wiedza.

R6: na razie jesteśmy zadowoleni z tych osób, które nie mają żadnego doświadczenia, bądź mają je znikome, albo w ogóle nie w tej branży.

Rysunek 18 przedstawia ocenę badanych grup respondentów dotyczącą wykształcenia i praktyk. Oprócz oczywistych korzyści w postaci doświadczenia zawodowego, badani przedstawiciele obu typów wymienili wiele kwestii problemowych, które mogą wiązać się z kształceniem praktycznym w szkołach zawodowych. W tabeli 4 znalazło się podsumowanie podrozdziału.

Rysunek 19. Rola wykształcenia i praktyk. Przedstawiciele instytucji rynku pracy vs przedstawiciele szkół zawodowych



Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Perspektywa nauczycieli i pracowników instytucji rynku pracy - podsumowanie

Obszar diagnozy	Kluczowe elementy
Działania związane z poszukiwaniem pracy	Zarówno przedstawiciele instytucji rynku pracy jak i szkół zawodowych poszukują informacji o wakatach głównie poprzez sieć kontaktów osobistych oraz za pośrednictwem Internetu. Przy czym ci pierwsi korzystają z szerszego wachlarza metod.
Źródła wiedzy	*Najwiarygodniejszym źródłem wiedzy dla nauczycieli są pracodawcy, ewentualnie urząd pracy. Z kolei, przedstawiciele instytucji rynku pracy korzystają z różnorodnych i licznych źródeł wiedzy. Są to branżowe portale zajmujące się tematyką rynku pracy,*

	prasa specjalistyczna, strony internetowe zarówno prywatnych jak i publicznych instytucji rynku pracy. Jako uzupełnienie tych źródeł, przedstawiciele instytucji rynku pracy posiłkują się również opiniami innych pracodawców.
Ocena doradztwa zawodowego	*Obie grupy respondentów wskazują na bardzo dużą rolę doradztwa zawodowego w kontekście wejścia na rynek pracy i przyszłej kariery zawodowej. Kluczowym wnioskiem jest objęcie interwencją uczniów na niższych szczeblach edukacji. Istotne zdaje się również stosowanie innowacyjnych metod konsultacji czy wprowadzenie przedmiotu do siatki nauczania.*
Ocena wykształcenia i praktyki	*Zarówno przedstawiciele instytucji rynku pracy jak i szkół zawodowych wskazywali, że praktyka zawodowa ma realną wartość na rynku pracy. Jednak wskazywali oni szereg trudności, które się z tym wiążą, np. za mało godzin praktycznej nauki zawodu, niskiej jakości wyposażenie pracowni. Wiele uwag pojawiło się w odniesieniu do wartości szkodnictwa zawodowego np. niedowartościowanie szkół zawodowych w całym systemie szkolnictwa, problem preferencji liceów ogólnokształcących.*
Aktywność w Internecie	*Najważniejszymi kanałami dotarcia do pracownika i pracodawcy w Internecie są portale rekrutacyjne, często te dystrybuujące ogłoszenia drobne, strony internetowe własne a także poczta email. Wśród trudności rekrutacji pojawiały się przede wszystkim nieścisłości semantyczne dotyczące konstrukcji ogłoszenia o pracę.*
Dobry i zły kapitał społeczny	*Respondenci obu badanych grup mówią o kluczowej roli kontaktów osobistych w procesie dotarcia do informacji na rynku pracy. Wskazują również na innowacyjne i bardzo pomysłowe formy pozyskiwanie kontaktów (np. foodtrucki). Istotnym aspektem pozostaje „pielęgnowanie" sieci.*

4. Podsumowanie

Raport niniejszy traktować można jako uzupełnienie dokumentów opublikowanych przez regionalne instytucje rynku pracy (m.in. WUP Poznań 2015), czy też innych publikacji podejmujących podobną problematykę na terenie Wielkopolski i aglomeracji poznańskiej (np. Sławecki 2009, DSIG 2011). W nieco szerszym kontekście raport uzupełnia analizę problemów wykazanych już m.in. przez Kabaja (2012), czy KOWEZIU (2013), w szczególności w obszarze szkolnictwa zawodowego i doradztwa zawodowego. Przeprowadzone badania, mimo iż skupiają się na stosunkowej małej jednostce agregacji przestrzennej, jaką jest aglomeracja poznańska, każą jednak domniemywać, iż przynajmniej częściowo, ujęte tu wnioski można ekstrapolować na inne obszary miejskie w Polsce.

Tarcia zachodzące na aglomeracyjnym rynku pracy, tak jak to ma miejsce w omawianej w pierwszym rozdziale teorii poszukiwań na rynku pracy, mają często związek z asymetrią i utrudnionym dostępem do informacji (Blanchard, Diamond 1989). Istotne pozostają również niedopasowania strukturalne, które wydają się pełnić szczególną rolę w utrwalaniu zasobu bezrobocia na terenie rynku pracy aglomeracji poznańskiej. Pomimo niskiej stopy bezrobocia, średni czas poszukiwania zatrudnienia w Wielkopolsce w ostatnich pięciu latach wydłużył się o ponad trzy miesiące i w 2015 roku wynosił już około 13,5 miesiąca (BAEL). Ponadto zaprezentowane w części teoretycznej przesunięcia krzywej Beveridge'a na lokalnym rynku pracy potwierdzają zjawisko strukturalnych niedopasowań w obszarze kojarzenia pracowników z pracodawcami. Pomimo istnienia znacznej liczby wolnych miejsc pracy nie można ich wypełnić poszukującymi zatrudnienia z terenu lokalnego rynku pracy. Te skomplikowane procesy każą spojrzeć na problem trudności z pozyskaniem pracowników z nieco szerszej perspektywy, niż tylko forsowanego obecnie sformułowania o rynku pracownika, niemającego często uzasadnienia w danych empirycznych.

Pomimo, iż na rynku funkcjonują instytucje i mechanizmy mające usprawnić procesy poszukiwań, w wielu punktach okazuje się, że są one przyczyną powstania dodatkowych trudności. I tak np. korzystanie z sieci internetowej, która umożliwia szybkie dotarcie do wielu informacji, wiąże się z ich nadmiarem i koniecznością filtrowania znacznej ilości danych. Doradztwo zawodowe powinno umożliwiać identyfikację potencjału ucznia i szybszą tranzycje na rynek pracy. Niestety, w opiniach niektórych z badanych osób, w obecnej formie jest ono niedoskonałe metodycznie, a interwencja podejmowana jest zbyt późno. Korzystanie z sieci kontaktów osobistych łączy się z jednej strony z możliwością szybszego podjęcia i lepszego dopasowania wakatu, a z drugiej wymaga stałego monitorowania i aktualizacji wizerunku w Internecie z czysto zawodowego punktu widzenia.

Pomimo, że badania przeprowadzono z przedstawicielami czterech, być może odległych grup respondentów, analiza zgromadzonego materiału pozwala wyodrębnić pewne obszary wspólne. Obszary te, jak się okazuje, zostały bardzo trafnie wskazane, co umożliwiło ustanowienie połączenia do istniejących już analiz powiązanych z tematyką edukacji, doradztwa zawodowego i transferu osób młodych na rynek pracy. Trafność spostrzeżeń, w przypadku przedstawicieli instytucji rynku pracy, podyktowana była prawdopodobnie wiedzą i zapleczem merytorycznym związanym z funkcjonowaniem w bezpośredniej bliskości rynku pracy. W przypadku uczniów wiedza dotycząca funkcjonowania rynku pracy jest nieco uboższa. Pomimo to intuicyjnie i trafnie potrafili oni określić kluczowe aspekty problemowe związane z diagnozowanymi przestrzeniami.

Warto w tym miejscu wskazać również obszary, co do których prezentowane wyniki pogłębiają bądź uzupełniają wiedzę uzyskaną w toku badań ilościowych przeprowadzonych przez Obserwatorium w 2015 roku. Raport z badań ilościowych wskazuje na dwie najbardziej popularne metody poszukiwania pracy na terenie aglomeracji poznańskiej: poszukiwania z wykorzystaniem sieci internetowej oraz sieci kontaktów osobistych (średnio 73% ankietowanych korzystało z tych metod). Wynik ten potwierdza znane ustalenia, dostępne chociażby w prezentowanym w części teoretycznej badaniu BAEL. Prezentowana analiza jakościowa umożliwiła nieco bardziej dogłębną diagnozę wykorzystania tych dwóch metod w poszczególnych grupach interesariuszy. W szczególności przybliżono kwestie związane z ich przenikaniem się, które ma miejsce za sprawą wirtualnych portali społecznościowych. Wskazano również na rolę i planowanie samej strategii poszukiwań i wizerunku w sieci, a także dodatkowych kosztów transakcyjnych związanych z „odszyfrowaniem" ogłoszeń o pracę.

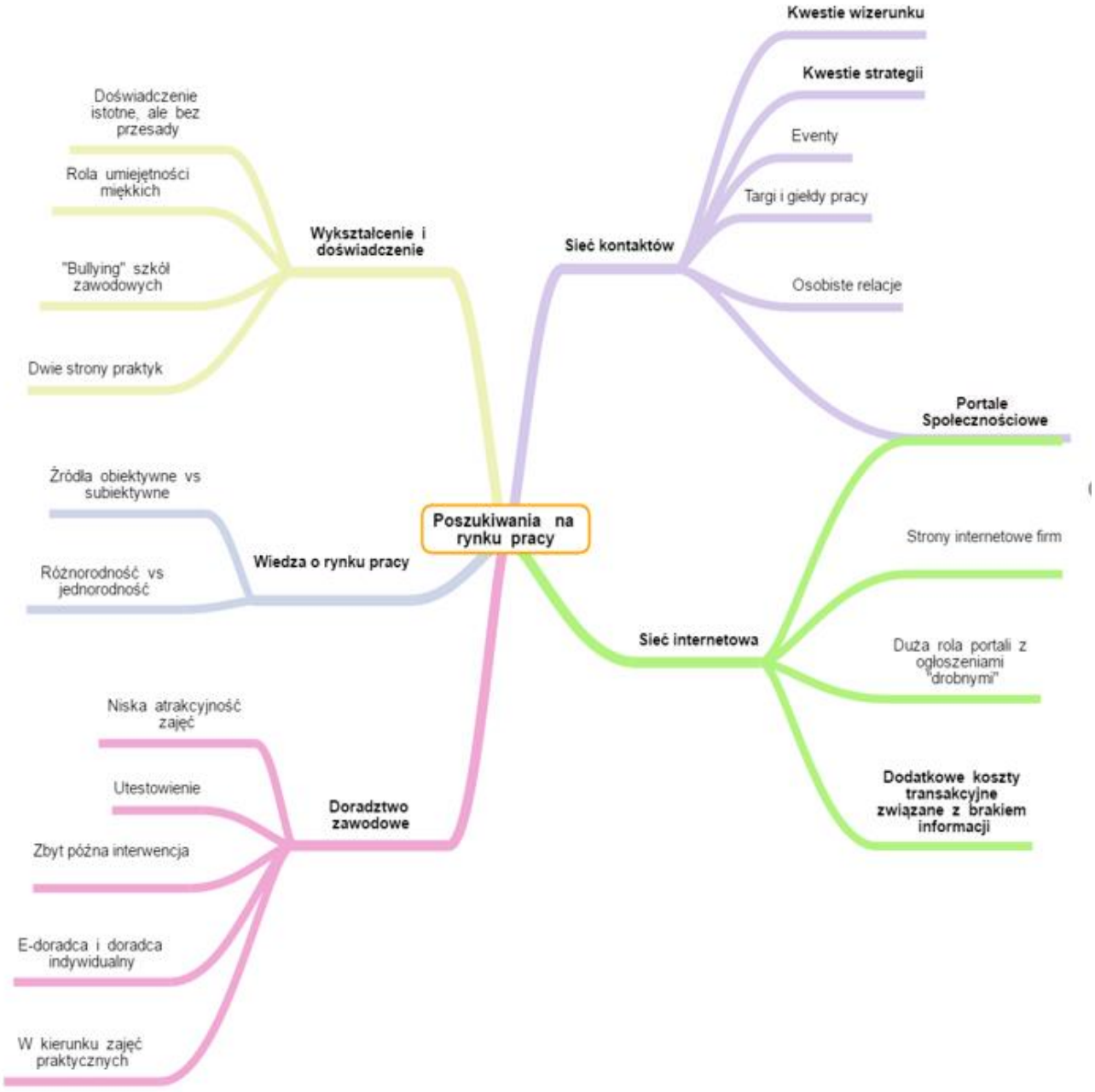
W badaniach ilościowych z 2015 roku wskazano, iż 63% uczniów szkół zawodowych nie korzystała i nie ma zamiaru korzystać z pomocy doradcy zawodowego. Pogłębienie tego problemu w toku badań jakościowych wskazuje na możliwe determinanty tego stanu rzeczy. Respondenci mówili przede wszystkim o niskiej atrakcyjności zajęć odbywających się w klasach, a także braku wiedzy dotyczącej celu ich przeprowadzenia. Fakty te demotywowały uczniów do uczestniczenia w późniejszych konsultacjach indywidualnych i jednocześnie przyczyniały się do upowszechnienia informacji o słabej jakości usług doradztwa zawodowego w szkołach.

Kolejnym, poszerzonym w toku badań jakościowych, elementem były przekonania pracodawców dotyczące trudności z pozyskaniem pracowników. W badaniach ilościowych 81% i 73% pracodawców wskazywało odpowiednio, że „na rynku brakuje fachowców" oraz że „pracownicy nie spełniają wymogów formalnych". Na tę kwestię należy spojrzeć z różnych perspektyw. Rzeczywiście można wyraźnie zaobserwować braki podaży pracy w pewnych branżach (np. poligrafia, branża budowlana, mechatronice,

elektrycy). Jednak istnieją specjalności, w których znalezienie zatrudnienia jest utrudnione, jak wspomniane w wywiadach fryzjerstwo czy też zawód technika informatyka, którego podaż na aglomeracyjnym rynku pracy jest ogromna. Badania jakościowe każą ponadto zwrócić uwagę na fakt, że dla pracodawców proces rekrutacji jest czaso i kapitałochłonny, co zwłaszcza w przypadku małych firm, wiąże się z wymierną stratą. Tymczasem obecne roczniki młodych osób wchodzących na rynek pracy są na tyle dynamiczne, że nie mają skrupułów ze zmianą miejsca zatrudnienia, co przekłada się na zwiększenie rotacji pracowników i kosztów ich rekrutacji.

Podsumowując, wartością wyróżniającą niniejszą analizę spośród podobnych opracowań, jest skupienie się na metodach poszukiwania zatrudnienia w dwóch grupach interesariuszy, tj. pracodawcach i uczniach oraz analiza efektywności działań związanych z wykorzystaniem sieci internetowej i sieci kontaktów osobistych na rynku pracy. Jak się okazuje, niemożliwe jest mówienie o sieci kontaktów z pominięciem sieci internetowej (rysunek 19). Obecnie, przynajmniej w przypadku młodych osób, portale społecznościowe okazują się przestrzenią, w której te dwie rzeczywistości się spotykają. Fakt ten może być wskazówką dotycząca tego, w jaki sposób docierać do młodych osób. Zresztą sugestie takie pojawiały się w wypowiedziach respondentów (np. doradztwo zawodowe poprzez portale społecznościowe: e-doradca).

Rysunek 20. Wyniki badań jakościowych - podsumowanie



Źródło: opracowanie własne.

Na zakończenie sformułowano kluczowe uwagi i rekomendacje, które wystąpiły w wypowiedziach badanych grup respondentów, a które należy uznać za istotne z punktu widzenia łączenia uczestników rynku pracy. Dotyczą one zarówno kwestii dotyczących zwiększenia prawdopodobieństwa odnalezienia pracownika czy pracodawcy, jak i elementów związanych z rozwojem i kierunkami zmian w systemie szkolnictwa i doradztwa zawodowego.

Wybrane sugestie i opinie uczniów:

1. Rozmowa z doradcą zawodowym jest cennym źródłem informacji o rynku pracy, lepszym niż źródła internetowe.
2. Skupienie się doradztwa na konsultacjach indywidualnych i przeniesienie konsultacji z doradcą zawodowym w sferę wirtualną (np. Skype).
3. Dobra znajomość Internetu oraz mediów społecznościowych (Facebook), jednak brak wiedzy dotyczącej portali dla profesjonalistów, takich jak Linkedin czy Goldenline.
4. Kontakt z rynkiem pracy na wcześniejszych szczeblach edukacji zawodowej oraz nauka podstawowych metod poszukiwania zatrudnienia.
5. Publiczne służby zatrudnienia cieszą się większym zaufaniem niż prywatne instytucje.
6. Nauka zawodu powinna w większej części opierać się na zajęciach praktycznych realizowanych zarówno w szkołach, jak i u pracodawców.

Wybrane sugestie i opinie pracodawców:

1. Ważne są takie cechy osobowe pracowników, jak: lojalność wobec pracodawcy, podejmowanie inicjatywy, skromność oraz kultura osobista, a także wyczucie, poprawne wysławianie się oraz inne kompetencje i umiejętności społeczne.
2. Istotna jest umiejętność sformułowania odpowiedzi na następujące pytania: Dlaczego kandydat aplikuje na dane stanowisko pracy? Dlaczego kandydat wybrał aplikowanie na stanowisko pracy w tej, a nie innej firmie? Co jako nowy pracownik jest w stanie firmie zaoferować?
3. Warto, aby osoby, które nie mają doświadczenia zawodowego, zawarły w dokumentach aplikacyjnych informacje dodatkowe dotyczące np. pasji, hobby, czy talentu.
4. Pracodawcy zdają sobie sprawę z tego, że kandydaci na oferowane stanowisko pracy prawdopodobnie nie spełnią w 100% ich oczekiwań.

Wybrane sugestie i opinie nauczycieli i pracowników instytucji rynku pracy:

1. Warto uatrakcyjnić zajęcia z zakresu doradztwa zawodowego o elementy praktyczne (np. case study, zapraszanie pracodawców, wyjścia do firm).
2. Warto rozważyć wprowadzenie innowacyjnych metod konsultacji z doradcą zawodowym (e-doradca, doradztwo poprzez portale społecznościowe).

3. Szkolnictwo zawodowe jest deprecjonowane w samym systemie edukacji przez nauczycieli i dyrektorów szkół innych typów.
4. Portale społecznościowe to miejsca, gdzie tworzą się i rozwijają sieci kontaktów wykorzystywane w procesie poszukiwań na rynku pracy zarówno przez poszukujących zatrudnienia, jak i pracodawców.

Wnioski i rekomendacje zespołu badawczego Obserwatorium:

1. Szczególna rola niedopasowań w zakresie struktury podaży i popytu na aglomeracyjnym rynku pracy – konieczne podjęcie działań w zakresie większego dopasowania umiejętności poszukujących zatrudnienia do wymagań pracodawców. Problem należy rozpatrywać nie tylko na poziomie wszystkich poziomów edukacji, ale i w perspektywie późniejszej kariery zawodowej.
2. Czas poszukiwania zatrudnienia na terenie Wielkopolski wydłuża się. Należy upowszechniać działania i programy oferujące usługi pośrednictwa pracy i doradztwa zawodowego. Należy dążyć do większej profesjonalizacji i podniesienia poziomu jakości tych usług.
3. Jakość zarówno grupowych, jak i indywidualnych usług doradztwa zawodowego na terenie aglomeracji jest niewystarczająca. Warto rozważyć szkolenia metodyczne i merytoryczne dla doradców zawodowych, tak aby zwiększyć poziom kompetencji doradców. Szkolenia powinny dotyczyć wykorzystywania nowoczesnych metod w pracy doradcy, technik pracy grupowej i indywidualnej oraz coachingu.
4. Doradztwo zawodowe ma charakter interwencyjny. Warto wdrożyć działania przebudowujące model doradztwa w kierunku profilaktyki i wczesnego wsparcia uczniów we wszystkich typach szkół.
5. Wiedza nauczycieli przedmiotów zawodowych oraz doradców zawodowych dotycząca zjawisk zachodzących na lokalnym, krajowym i globalnym rynku pracy może być niewystarczająca. Należy prowadzić działania upowszechniające najważniejsze wyniki badań nad rynkami pracy wśród nauczycieli przedmiotów zawodowych i doradców zawodowych (np. Flesz).
6. Procedura rekrutacji dla firm wiąże się z dużymi nakładami czasu i pracy, a jej efekt często pozostaje wątpliwy. Istotne w tym kontekście zdaje się wyprowadzenie skutecznych mechanizmów umożliwiających dotarcie do potencjalnych pracowników (np. współpraca ze szkołami i uczelniami, działania CSR).

7. Następuje ewolucja metod rekrutacji. Wielu pracodawców i agencji rezygnuje z tradycyjnych form pozyskania kandydatów do pracy na rzecz innowacyjnych metod, które mają zachęcić osoby do pracy w danej organizacji.

Bibliografia

Atasoy, H. 2013, The Effects of Broadband Internet Expansion on Labor Market Outcomes*, Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 66, No. 2, pp. 315-345.

Autor, D. 2001, Wiring the Labor Market, *Journal of economic perspectives*, vol.15, pp. 25-40.

Babbie, E. 2013, *Podstawy badań społecznych,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Becker, H. S. 2013, *Warsztat Pisarski badacza,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Blanchard, O. Diamond, P. 1989, The Beverdige Curve, National Bureau of Economic Research.

Bul, R. 2014, Migracje wahadłowe ludności w aglomeracji poznańskiej, Bogucki Wydawnictwo Naukowe Poznań.

Bolles, R. N. 2006, What color is your parachute? A practical manual for job-hunters and career-changers. Berkeley, CA: Ten Speed Press.

COTER-VI/010 6. Posiedzenie komisji w dniu 11 grudnia 2015 r. Dokument roboczy.

Collins, C. J., & Stevens, C. K. 2002, The relationship between early recruitment-related activities and the application decisions of new labor-market entrants: A brand equity approach to recruitment. Journal of Applied Psychology, 87, 1121–1133.

Denzin, N. K., Lincoln Y. S., 2009, *Wprowadzenie. Dziedzina i praktyka badań jakościowych,* w: Denzin N. K., Lincoln Y. S., Metody badań jakościowych, tom 1*,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Diamond, P. 2014, Shifts in the Beveridge Curve, Federal Reserve Bank of New York.

Doradztwo Społeczne i Gospodarcze – DSiG. 2011, Cechy Wielkopolski. Rola rzemiosła w kształceniu zawodowym, red. K. Bondyra, Poznań.

Doradztwo Społeczne i Gospodarcze – DSiG. 2012, Razem dla rozwoju rzemiosła, Poznań.

Fontana, A. Frey, J. H. 2009, *Wywiad. Od neutralności do politycznego zaangażowania,* w: Denzin N. K., Lincoln, Y. S. Metody badań jakościowych, tom 2*,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Gawlik, K. 2012, *Badania fokusowe,* w: Jemielniak D. (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia,* tom II, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Giddens, A. 2012, *Socjologia,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Green, A.E., Hoyos, M.D., Li, Y., & Owen, D. (2011), Job study: Literature review and analysis of the labor force survey. London: Department of Work and Pensions.

HR Trendy, 7 października 2014, *Viral recruiting, grywalizacja, scouting i Twitter – niestandardowe metody rekrutacji coraz popularniejsze* 2014 http://www.hrtrendy.pl/2014/10/07/viral-recruiting-grywalizacja-scouting-twitter-niestandardowe-metody-rekrutacji-coraz-popularniejsze/ [dostęp: 20 lutego 2015]

Jemielniak, D. (red.), 2012, *Badania jakościowe. Metody i narzędzia,* Tom I i II, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Jobsquare. Polski Tinder do szukania pracy? http://pierwszymilion.forbes.pl/jobsquare-polski-tinder-do-szukania-pracy-,artykuly,204297,1,1.html [dostęp: 30.05.2016].

Kabaj, M. 2012, Wpływ systemów kształcenia zawodowego na zatrudnienie i bezrobocie młodzieży. Projekt programu wdrożenia dualnego systemu kształcenia zawodowego w Polsce, IPiSS: Warszawa.

Kamberelis, G. Dimitriadis, G. 2009, *Wywiady zogniskowane. Strategiczne artykulacje pedagogiki, polityki i badań,* w: Denzin N. K., Lincoln Y. S., Metody badań jakościowych, tom 2*,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

KOWEZiU, 2013, Stan szkolnictwa zawodowego w Polsce. Raport z badań, Warszawa.

Kozinets, R. V. 2012, *Netnografia. Badania etnograficzne online,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Kuhn, P. Mansour, H. 2011, Is Internet Job Search Still Ineffective?, IZA DP No. 5955.

Morawski, W. 2012, *Socjologia ekonomiczna. Problemy. Teoria. Empiria,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Mortensen, D. – Pissarides, Ch. (1994): Job Creation and Job Destruction in the Theory of Unemployment. *Review of Economic Studies*, 61(3): 397–415.

Mortensen, D. – Pissarides, Ch. (1999): New Developments in Models of Search in the Labour Market. In: Ashenfelter, O. – Card, D. (eds): *Handbook of Labour Economics.* Elsevier, pp. 2567–2627.

Mortensen, D. 2005, Wage Dispersion: Why Are Similar Workers Paid Differently?, MIT Press Books, The MIT Press

Pissarides, Ch. 2000, Equilibrium Unemployment Theory, 2nd Edition, MIT Press Books, The MIT Press.

Prakash, A. 2014, Does Internet Job Search Result in Better Matches? (https://econ.arizona.edu/sites/econ/files/jobmkt_anila_2014nov14.pdf).

Peräkylä, A. 2009*, Analiza rozmów i tekstów,* w: Denzin N. K., Lincoln Y. S., Metody badań jakościowych, tom 2*,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Prensky, M. 2001, Digital Natives, Digital Immigrants By Marc Prensky NCB University Press, Volume 9, Number. 5

Piecuch, T. 2013, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne,* C.H.Beck, Warszawa.

Pogonowska, B. 2004, *Elementy etyki gospodarki rynkowej,* Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Pomykało, W. (red.) 1995, *Encyklopedia biznesu,* tom I i II, Fundacja Innowacja, Warszawa.

Rampell, C. 2013, An Odd Shift in an Unemployment Curve (https://economix.blogs.nytimes.com/2013/03/07/an-odd-shift-in-an-unemployment-curve/).

Ratajczak, W. Raport regionalny województwa wielkopolskiego, 2011 https://www.umww.pl/attachments/article/11578/8.Raport%20regionalny%20wojew%C3%B3dztwa%20wielkopolskiego.pdf

Rogozińska-Pawełczyk, A. 2014, *Pokolenia na rynku pracy,* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Rose, G. 2015, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Rószkiewicz, M. Perek-Białas, J. Węziak-Białowolska, D. Zięba-Pietrzak, A. 2013, *Projektowanie badań społeczno-ekonomicznych. Rekomendacje i praktyka badawcza,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Saks, A. M. 2005, Job search success: A review and integration of the predictors, behaviors, andoutcomes. In S. Brown & R. Lent (Eds.), Career development and counseling: Putting theoryand research to work (pp. 155–179). Hoboken, NJ: Wiley.

Seibert SE, Kraimer ML, Liden RC. 2001, A social capital theory of career success. Acad. Management J. 44:219–237.

Shimer, R. 2005, The Cyclical Behavior of Equilibrium Unemployment and Vacancies. *American Economic Review*, 95(1): 25–49.

Silverman, D. 2008, *Prowadzenie badań jakościowych,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Sławecki, B. 2009, Rola kapitału społecznego w zatrudnianiu pracowników w mikroprzedsiębiorstwach województwa wielkopolskiego, UE Poznań.

Sołtysiak, M. Dlaczego system poleceń pracowniczych w Twojej firmie nie działa?, http://hrstandard.pl/2015/10/12/dlaczego-system-polecen-pracowniczych-w-twojej-firmie-nie-dziala/

Staręga-Piasek, J. 2013, *Metodologia strategicznego rozwiązywania problemów społecznych,* Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa.

Sztompka, P. 2010, *Socjologia zmian społecznych,* Wydawnictwo Znak, Kraków.

Trimble, Lindsey B. and Julie A. Kmec. 2011, Social Networks and their Impact on Getting a Job. Sociology Compass 5:165-178.

Trimble, L. 2013, Ask and you shall receive: Social network contacts' provision of help during the job search, Social Networks Volume 35, Issue 4, Pages 593–603

Yin R. K. 2015, *Studium przypadku w badaniach naukowych. Projektowanie i metody,* Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Van Hoye, G., van Hooft, E. A. J. and Lievens, F. (2009), Networking as a job search behaviour: A social network perspective. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 82: 661–682.

Ziółkowski M. 2000, *Przemiany interesów i wartości społeczeństwa polskiego. Teorie, tendencje, interpretacje,* Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań

Wąsowski M. *Rekrutacja 4.0 - polski startup chce zmienić zasady gry na rynku pracy*, http://businessinsider.com.pl/technologie/firmy/startup-lepszapraca-wprowadza-rekrutacje-40-do-polski/tdy3c5n [dostęp: 06.06.2016]

Wojewódzki Urząd Pracy, 2015, Uwarunkowania sytuacji zawodowej absolwentów zasadniczych szkół zawodowych w Wielkopolsce. Poznań.

Wojtaszyk, P. 2014, Stan doradztwa zawodowego w szkolnictwie na terenie województwa zachodniopomorskiego, WUP Szczecin.

Spis rysunków

Rysunek 1. Próba zogniskowanych wywiadów grupowych 26
Rysunek 2. Poszukiwanie pracownika w opiniach przedstawicieli pracodawców 30
Rysunek 3. Wykorzystanie Internetu w procesie poszukiwania pracownika 32
Rysunek 4 Rola i znaczenie sieci kontaktów osobistych w opiniach przedstawicieli pracodawców 33
Rysunek 5. Źródła wiedzy o rynku pracy: pracodawcy 36
Rysunek 6. Funkcje i propozycje zmian w systemie doradztwa zawodowego: pracodawcy 38
Rysunek 7. Rola wykształcenia i praktyk w opiniach przedstawicieli pracodawców 40
Rysunek 8. Poszukiwanie pracy w opiniach przedstawicieli uczniów szkół zawodowych 45
Rysunek 9. Wykorzystanie Internetu w procesie poszukiwania pracy 49
Rysunek 10. Rola i znaczenie sieci kontaktów osobistych w opiniach badanych uczniów 52
Rysunek 11. Źródła wiedzy o rynku pracy: uczniowie 55
Rysunek 12. Funkcje i propozycje zmian w systemie doradztwa zawodowego: uczniowie 57
Rysunek 13. Rola wykształcenia i doświadczenia w opiniach przedstawicieli uczniów 60
Rysunek 14. Poszukiwania na rynku pracy w opiniach przedstawicieli szkół i instytucji rynku pracy 65
Rysunek 15. Wykorzystanie Internetu w procesie poszukiwań na rynku pracy 67
Rysunek 16. Rola i znaczenie sieci kontaktów osobistych w opiniach przedstawicieli instytucji rynku pracy oraz szkół 70
Rysunek 17. Źródła wiedzy o rynku pracy: przedstawiciele szkół vs przedstawiciele instytucji rynku pracy 72
Rysunek 18. Problemy i propozycje zmian w systemie doradztwa zawodowego. Przedstawiciele instytucji rynku pracy vs przedstawiciele szkół. 75
Rysunek 19. Rola wykształcenia i praktyk. Przedstawiciele instytucji rynku pracy vs przedstawiciele szkół zawodowych 78
Rysunek 20. Wyniki badań jakościowych - podsumowanie 83

Spis wykresów

Wykres 1. Zestawienie wykorzystania najpopularniejszych metod poszukiwania pracy w Polsce i Unii Europejskiej w % (I kwartał 2007 – IV kwartał 2015) 10
Wykres 2. Empiryczna krzywa Beveridga dla Wielkopolski 2011-2015 12
Wykres 3. Średni czas poszukiwania zatrudnienia w miesiącach w Polsce i Wielkopolsce w latach 2005 - 2015 13
Wykres 4. Wykorzystanie sieci internetowej w ramach najpopularniejszych metod poszukiwania zatrudnienia 15
Wykres 5. Siła (bliskość) kontaktów osobistych wykorzystanych w zatrudnieniu pracownika 16
Wykres 6. Długość trwania więzi w latach w zależności od jej rodzaju 17

Spis tabel

Tabela 1. Główny i szczegółowe cele badawcze 23
Tabela 2. Perspektywa pracodawców - podsumowanie 40
Tabela 3. Perspektywa uczniów - podsumowanie 60
Tabela 4. Perspektywa nauczycieli i pracowników instytucji rynku pracy - podsumowanie 78