Współpraca między biurami karier i partnerami rynku pracy

Zespół ds. Współpracy Regionalnej Data publikacji: 16.01.2018

Coroczne spotkanie z pracownikami mazowieckich biur karier odbyło się 30 listopada 2017 r. na terenie Uniwersytetu Warszawskiego. Tym razem spotkaliśmy się, aby zastanowić się nad współpracą pomiędzy biurami karier a partnerami rynku.

W pierwszej części spotkania uczestnicy wysłuchali prezentacji dotyczącej sytuacji młodzieży na mazowieckim rynku pracy, przygotowanej przez Katarzynę Kozakowską z Mazowieckiego Obserwatorium Rynku Pracy – wydziału Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie. Następnie Agata Zarzycka ze Stowarzyszenia na rzecz Akademickich Biur Karier opowiedziała o współpracy z doktorantami i młodymi naukowcami, a Jakub Gontarek z Konfederacji Lewiatan zarysował wizję wpływu technologii na rynek pracy.
W drugiej części spotkania odbyły się cztery moderowane warsztaty. W dyskusji wzięli udział przedstawiciele akademickich biur karier, doradcy zawodowi i pracownicy publicznych służb zatrudnienia, zarówno szczebla powiatowego, jak i wojewódzkiego oraz osoby reprezentujące prywatne firmy, świadczące usługi rekrutacyjne. Naszym celem było wypracowywanie strategii współpracy na polach: rekrutacja, doradztwo, szkolenia i współpraca uczelnia/biuro karier – biznes. Poniżej prezentujemy wnioski z prac poszczególnych grup warsztatowych.

I. Rekrutacja – moderator: Monika Niepiekło Biuro Karier UW
1. Poruszono kwestie zmian na rynku pracy i konieczności reagowania na nowe trendy. Pomimo coraz niższego bezrobocia współpraca pracodawców, agencji zatrudnienia z urzędami pracy i akademickimi biurami karier jest bardzo potrzebna. Ważna jest stała wymiana doświadczeń i wielokanałowość w docieraniu do merytorycznych kandydatów na różne stanowiska, co coraz bardziej staje się problemem rekruterów.
2. Uwzględniono, że w dalszym ciągu istotne jest kontynuowanie działań takich, jak:
a) przekazywanie ofert pracy, praktyk, staży i wolontariatu poprzez serwisy uczelniane, bazy ofert;
b) dystrybuowanie plakatów, ofert, materiałów informacyjnych bezpośrednio na wydziałach, tablicach informacyjnych uczelni;
c) organizowanie spotkań, prezentacji firm na uczelniach, targów pracy również branżowych i lokalnych;
d) organizowanie warsztatów, szkoleń przygotowujących do procesów rekrutacyjnych, przybliżających branże, konkretne stanowiska, zawody.
3. Konieczne staje się jednak szukanie nowych kanałów informacyjnych, bardziej profesjonalne korzystanie z mediów społecznościowych oraz powiększanie sieci kontaktów, aby poprzez bezpośrednie relacje docierać z ofertą firm, instytucji, urzędów pracy oraz usługami ABK do potencjalnych kandydatów.
4. Ważne jest również rozwijanie oferty wspólnie organizowanych na terenie uczelni preselekcji, przeprowadzania bardziej zaawansowanych metod rekrutacyjnych jak testy rekrutacyjne, predyspozycji, Assessment Centre, próbki pracy oraz rekrutacji poprzez kursy, stypendia.
5. Ze względu na plany wyjazdów zagranicznych na stypendia, staże i do pracy podkreślono znaczenie udzielania rzetelnych informacji o rynkach pracy innych państw, przepisach, ewentualnych zagrożeniach zapraszając do współpracy specjalistów sieci EURES.
6. Zauważano jeszcze konieczność, aby uczelnie zgłaszały się do Rejestru Agencji Zatrudnienia, gdyż tylko wtedy mogą prowadzić pośrednictwo pracy, doradztwo personalne i zawodowe.
7. Działalność ABK może okazywać się pomocna w pozyskiwaniu merytorycznych kandydatów do pracy już w trakcie studiów, uczelnie też zyskują partnerów zewnętrznych, dzięki których studenci, absolwenci są bardziej świadomi możliwości zawodowych i szybciej trafiają na wymarzone stanowiska.

II. Doradztwo – moderator: Paweł Trojanowski WUP w Warszawie
1. Przede wszystkim zwrócono uwagę na to, że doradztwo zawodowe, a bardziej poradnictwo kariery, powinno być dostępne dla młodych ludzi od jak najwcześniejszego poziomu edukacji. Wręcz padły

sugestie, że pewne elementy zrozumienia czym jest praca, zawód i zatrudnienie powinny być sygnalizowane już na etapie wychowania przedszkolnego.
2. W kontekście akademickich biur karier zwrócono uwagę przede wszystkim na ich częstą marginalizację i zbyt lekceważące traktowanie w całej strukturze uczelni, kiedy to tak naprawdę to one powinny być łącznikiem pomiędzy absolwentami, czyli owocem pracy szkoły wyższej a rynkiem pracy. Wzmocnienie roli ABK powinno być czymś zupełnie naturalnym, pracownicy tychże komórek nie powinni pełnić funkcji przy okazji, na cząstkę etatu, ale powinni mieć decyzyjność i dużą elastyczność w działaniu, nie wspominając o kwestiach finansowych.
3. Przedstawiciele powiatowych urzędów pracy również zwrócili uwagę, że stawiane ostatnimi czasy tezy, że skoro nie ma rąk do pracy to trzeba pozamykać urzędy, są krótkowzroczne, niesprawiedliwe i ukazujące ignorancję osób je wypowiadających. Pracownicy PUP wskazywali na potrzebę powrotu do tego, by doradca zawodowy był rzeczywiście doradcą, miał czas na prawdziwą i rzetelną rozmowę z klientem, która jest procesem, a nie technicznym przekazem informacyjnym.
4. Podsumowując zespół wskazał na to, że doradztwo jest bardzo mocno marginalizowane, przede wszystkim na skutek tego, że jest źle pojmowane, nie jako poradnictwo, jako proces długofalowy, gdzie czas, rzetelność gromadzenie i analizowanie informacji ma kluczowe znaczenie dla późniejszej fazy motywacyjnej, ale jako informowanie o zawodach lub wolnych miejscach pracy.
5. W przypadku ABK, PUP, WUP i firm zewnętrznych padły deklaracje o chęci współpracy, współdziałania i próby wykorzystywania synergii w realizowanych przedsięwzięciach. Jednocześnie zasygnalizowany został apel w szczególności do decydentów, by nie lekceważyli roli jaką poradnictwo zawodowe może odegrać w budowaniu pozytywnej opinii o uczelni wśród studentów.

III. Szkolenia – moderator: Jakub Gontarek Konfederacja Lewiatan
1. Szkolenia to krótka forma edukacji, nauczanie prostych umiejętności i nawyków praktycznych, wymagających minimalnego przygotowania teoretycznego. Stwarza to duże możliwości dla biura karier, które wspólnie z wydziałami i pracownikami dydaktycznymi jest w stanie przygotować szkolenia zarówno dla studentów, jak i dla absolwentów i pracowników firm. Dzięki temu uczelnie stają się alternatywą dla firm szkoleniowych.
2. Rola biura karier w funkcjonowaniu uczelni powinna być ważniejsza niż jest obecnie. Powinno ono pełnić rolę SPOK – Single Point of Contact – jednostki organizacyjnej uczelni, która jest odpowiedzialna za kontakt z firmą. Decyzja o tym musi to być związana ze zwiększeniem nakładów kadrowych i finansowych, dlatego, że biuro karier przejmuje rolę działów sprzedaży, zajmując się obszarem B2B (szczególnie w kontekście uczelni niepublicznych). Jednocześnie władze uczelni powinny bardziej wspierać działania biur karier i być w stałym kontakcie z osobami zarządzającymi BK. Dzięki temu lepiej będą rozpoznawać zapotrzebowanie pracodawców na pracowników.
3. Uczelnia może pełnić także funkcje instytucji szkoleniowej, zarejestrowanej w wojewódzkim urzędzie pracy. Dzięki temu może być wykonawcą usług dla firm, które finansują szkolenia dla pracowników z Krajowego Funduszu Szkoleniowego. Umożliwi to efektywniejsze wykorzystanie zasobów kadrowych uczelni.
4. Uczelnia może także wspierać działania aktywizujące bezrobotnych zarejestrowanych w urzędach pracy, oferując szkolenia. Musi być jednak zarejestrowana jako instytucja szkoleniowa.
5. Szkolenia na uczelni to także wykorzystanie infrastruktury rzeczowej i dydaktycznej, poza godzinami zajęć. Dzięki temu można oferować firmom niższe koszty organizacji szkoleń.
6. Współpraca w obszarze szkoleń to także okazja, by wykładowcy podzielili się nie tylko wynikami najnowszych badań, także zagranicznych, ale by zdyskontowali swoją wiedzę z praktyką rynkową. Cykle szkoleń można łączyć w programy i certyfikować z całych wiązek kwalifikacji, a docelowo układać programy studiów i specjalizacji uczonych w ramach studiów (stacjonarnych, zaocznych, podyplomowych lub doktoranckich).
7. Przygotowywanie szkoleń we współpracy z firmami to okazja do angażowania pracodawców w układanie programów studiów i zapraszaniu praktyków na zajęcia prowadzone na uczelniach. To także szansa na prowadzenie dyskusji o kwalifikacjach w kontekście ram sektorowych i kwalifikacji dodawanych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz ustalaniu przyszłego zapotrzebowania na kwalifikacje.

IV. Współpraca uczelnia/biura karier – biznes – moderator: Julita Mucha Stowarzyszenie na rzecz

Akademickich Biur Karier

1. Ze względu na zakres działań biur karier możemy komentować bardziej współpracę na linii biura karier – biznes, niż uczelnie – biznes. Z naszych obserwacji wynika, że świadomość władz uczelni w obszarze postrzegania szkół wyższych jako firm/przedsiębiorstw, a studentów jako klientów, pozostaje na niewystarczającym poziomie. W efekcie współpraca uczelni ze światem biznesu nie jest (a powinna być) zaplanowana na lata, ujęta w strategię działania. Rolą uczelni jako instytucji w zdecydowanie większym stopniu powinno być kojarzenie kadry naukowo-dydaktycznej z firmami.
2. Współpraca ABK-pracodawcy w aktualnej sytuacji (rynek pracownika, zwiększenie aktywności firm na polu pozyskiwania młodych kandydatów do pracy) umożliwia biurom karier osiągnięcie roli równoprawnego partnera. ABK jest postrzegane przez firmy jako wykonawcy zleceń, a jest teraz szansa na to, by biura karier osiągnęły status PARTNERA.
3. Jakie oczekiwania wobec pracodawców warto artykułować? Dobrym przykładem może tu być wnioskowanie o udzielanie biurom karier feedbacku ze strony działów HR firm w temacie efektów wspólnych działań (warsztatów, spotkań z pracodawcą, eventów rekrutacyjnych realizowanych na terenie uczelni we współpracy firm z ABK danej uczelni). Biuro karier jest stroną, która również powinna od pracodawców otrzymywać takie informacje, co można wykorzystać w budowaniu lepszej pozycji wewnętrznej ABK – jako jednostki, której działania przynoszą przeliczalne efekty (zatrudnienie studentów, absolwentów, zwiększenie świadomości naszych klientów w temacie poruszania się na rynku pracy). Równoprawne partnerstwo pracodawców i biur karier zaowocuje rozwinięciem oferty obu stron – dostosowaniem do potrzeb i możliwości ABK i biznesu.
4. Mając na względzie różnorodne potrzeby biznesu, biura karier mogą/powinny zbadać wewnętrzną strukturę uczelni pod kątem rozszerzania współpracy z firmami, które już są partnerami danego ABK. Chodzi o zlokalizowanie jednostek i działów zajmujących się w szkołach wyższych współpracą z firmami na nieco innych polach, niż to robi biuro karier. Warto monitorować rozszerzanie zakresu zadań innych jednostek uczelnianych, by mieć wiedzę na temat możliwości zaangażowania/zainteresowania firmy kolejną formą współpracy z uczelnią. ABK staje się w ten sposób bardziej wartościowym partnerem, również wewnątrz uczelni, a przez to wzrasta jego pozycja / prestiż wewnętrzny.
5. Współpraca ABK z kołami naukowymi, działającymi na uczelni, wzmocni poziom rozpoznawania biura karier wśród studentów. Efektem może też być proces wymiany kontaktów biznesowych między ABK a kołami naukowymi.
6. Bura Karier coraz częściej doceniają rolę absolwentów jako przedstawicieli biznesu. Prezentacja doświadczeń młodych przedsiębiorców stanowi dopełnienie oferty biur karier. Wśród studentów należy zwiększać świadomość różnorodności w budowaniu ścieżki kariery. Absolwenci szybko mogą się stać pracodawcami dla studentów i innych absolwentów. Biznes to nie tylko duże korporacje. Satysfakcję z pracy daje również własna firma, start-up. Dla ABK absolwenci to również przedstawiciele świata biznesu.
7. Biznes zaczyna być przez biura karier coraz częściej postrzegany jako partner wspierający ABK finansowo. Tego typu współpraca zależy od wewnętrznych uwarunkowań i zasad obowiązujących na danej uczelni (sponsoring, współpraca promocyjna, barterowa itd.). Do dyskusji i dalszych ustaleń pozostaje kwestia udziału biur karier w wypracowanych dla uczelni zyskach. Tego typu działania mogą być dodatkowym sposobem pozyskiwania środków dla szkół wyższych.