



RAPORT:

TALENTY JUTRA. WYZWANIA NA DZIŚ.

grafton[™]
recruitment

YOUNG **PRO** 

MŁODZI
PROFESJONALIŚCI



Talenty jutra. Wyzwanie na dziś.

Branża HR jest bogata w raporty dotyczące wyzwań, trendów i nowych rozwiązań. Istnieje również wiele cyklicznie powtarzanych badań oddających perspektywę kandydatów (zarówno aktywnych jak i pasywnych).

Przystępując do tworzenia tego narzędzia, wiedzieliśmy jedno – nie chcemy ich dublować. Naszym celem jest podsumowanie trendów jeszcze nie podsumowanych i opracowanie wyzwań, jeszcze nie opracowanych.

Pod lupę wzięliśmy talenty jutra – dzisiejszych i przyszłych studentów. Dane demograficzne są zbyt alarmujące, a w szkolnictwie wyższym dzieje się zbyt wiele, żeby pozostawić to bez komentarza. Nasz raport został stworzony z myślą o czytelnikach, ekspertach z branży HR, którzy wolą prognozować niż gasić pożary. Tych, którzy rozwiązując dzisiejsze

problemy nie tracą dalekowzrocznej perspektywy zmian, które nastąpią na rynku pracy za 5 - 10 lat.

Jaskółki tych zmian widać już dzisiaj. Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego planuje 2 zasadnicze zmiany w funkcjonowaniu uczelni wyższych (konsolidacja uczelni, podział na uczelnie zawodowe i badawcze). W odpowiedzi na wyzwania rynku pracy coraz więcej pracodawców decyduje się na przyjęcie odpowiedzialnej roli edukatora. Nic dziwnego – demografia jest nieubłagana – z rynku pracy zniknie wkrótce milion talentów. Kosztowne działania employer branding mogą już nie wystarczyć, choć nadal są konieczne – młodzi to kolekcjonerzy marek. Nie wybierają najlepszych pracodawców, wybierają pracodawców z atrakcyjnym brandem.

Jak te zmiany wpłyną na rynek pracy? Z jakimi wyzwaniami przyjdzie się zmierzyć działom HR za kilka lat? Jak to wpłynie na codzienną pracę HRowca? Jak przygotować się do nadchodzących zmian?

redaktor raportu: Marcin Świejkowski | Youngpro.pl

trend 1. Kolekcjonerzy marek

Igreki to pokolenie, które dorastało w ometkowanej rzeczywistości. Definiuje siebie przy pomocy brandów, żyje w świecie marek, angażuje się i pragnie tych najbardziej pożądanych. Odzwierciedla to również proces decyzyjny wyboru pracodawcy - employer of choice. Talenty przyciągają niekoniecznie Ci pracodawcy, którzy oferują najlepsze warunki zatrudnienia i rozwoju, ale Ci którzy cieszą się największym prestiżem, a ich marka jest rozpoznawalna i ceniona. Pracą dla takich brandów można się pochwalić.

- Prestiż / opinia o praktykodawcy jest ważniejsza niż zarobki, zgodność profilu pracodawcy z posiadanym wykształceniem, czy perspektywa zatrudnienia po odbyciu praktyk (III Edycja Badania Studentów)
- W badaniu atrakcyjności pracodawców Universum, Google zajmuje czołowe pozycje,

także w branżach, które nie stanowią rdzenia działalności organizacji (Ideal Employers 2012 – Business/Commerce pozycja – 2.; Engineering – 12.; Natural Sciences – 7.; Humanities/ Liberal Art./Education – 3.; Law – 5).

- Firmy wyróżnione w badaniach jakości pracy i procesów HR niekoniecznie znajdują miejsce w rankingach najbardziej pożądanych marek pracodawców (Z listy 32 firm uhonorowanych certyfikatem Top Employers, tylko połowa organizacji znajduje się w rankingu Ideal Employers 2012 obejmującej 149 firm).

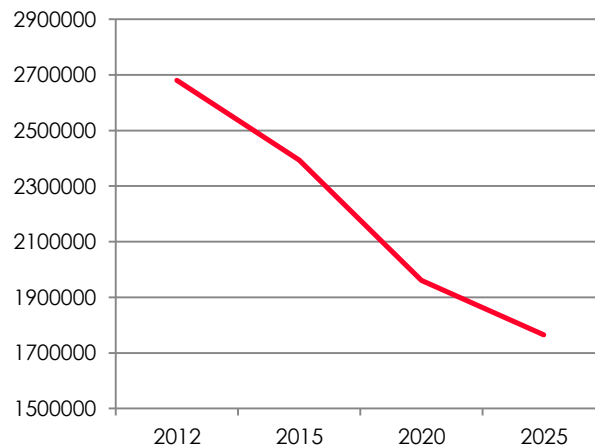


trendy

trend 2. Kryzys talentów

Już obecnie pracodawcy mają trudności z pozyskaniem talentów na stanowiska entry level. W związku z niżem demograficznym grupa <25 będzie stanowiła coraz mniejszą część ogółu zatrudnionych. Do 2025 ubędzie blisko milion osób w wieku 20-24. Ci, którzy trafią na rynek pracy w roku 2020 właśnie rozpoczynają naukę w szkołach średnich i podejmują pierwsze decyzje, które będą miały wpływ na ich życie zawodowe.

Do 2035 całkowicie zmieni się układ sił na rynku pracy. Przeważać będą pracownicy 50+.



Wykres 1. Liczebność grupy 20-24 w latach 2012-2025.
[opracowanie Youngpro.pl na podstawie GUS]



trend 3.

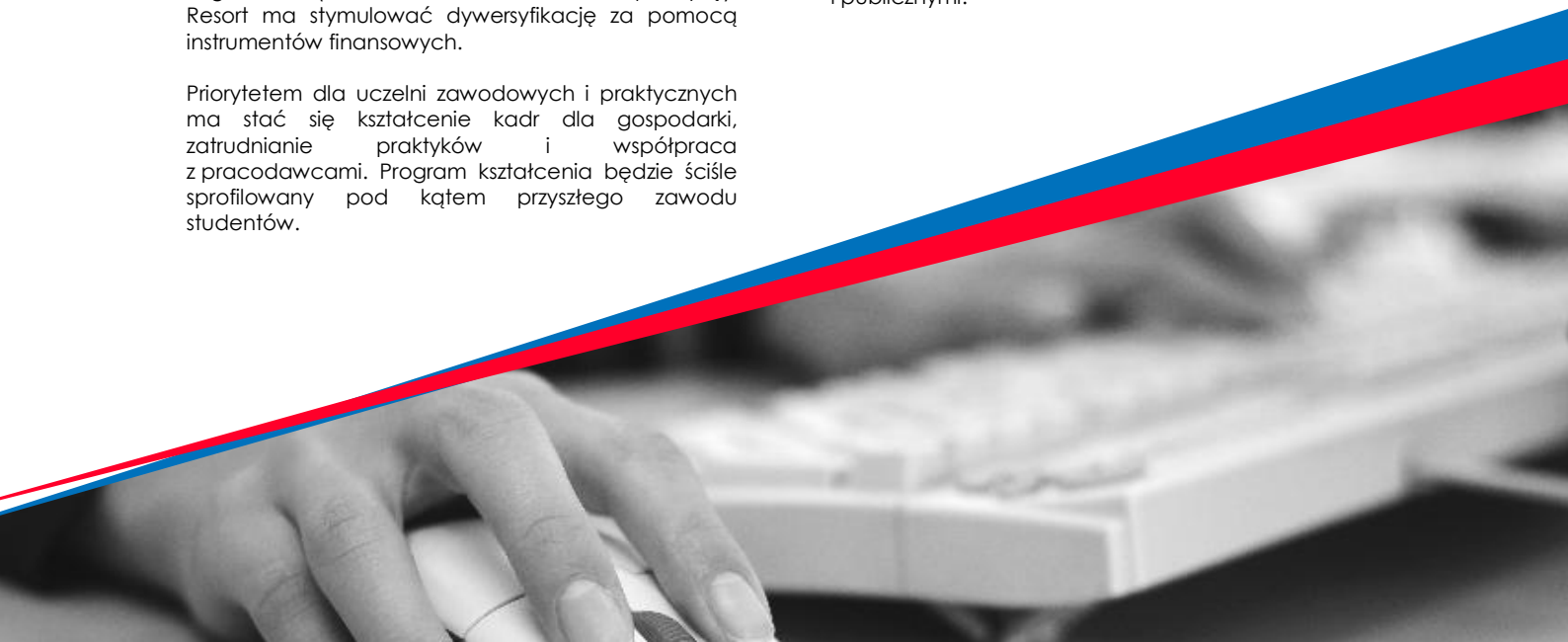
Rozwój uczelni zawodowych

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego planuje wprowadzić wyraźny podział w kształceniu akademickim. Uczelnie podzielone będą na dwie grupy – elitarne (uniwersytety, ośrodki badawcze) i egalitarne (zawodowe, nastawione na praktykę). Resort ma stymulować dywersyfikację za pomocą instrumentów finansowych.

Priorytetem dla uczelni zawodowych i praktycznych ma stać się kształcenie kadr dla gospodarki, zatrudnianie praktyków i współpraca z pracodawcami. Program kształcenia będzie ściśle sprofilowany pod kątem przyszłego zawodu studentów.

Uczelnie badawcze będą natomiast rozliczane za wyniki naukowe, trafiać ma na nie jedynie ograniczona liczba najlepszych maturzystów, a pracujący na nim wykładowcy nie będą mogli dzielić etatu z innymi szkołami wyższymi. Badania tam przeprowadzane powinny być organizowane tak, by mogli brać w nich udział studenci.

Zdaniem Minister Kudryckiej taki podział spowoduje zacieranie różnic między uczelniami prywatnymi i publicznymi.



trend 4. **Konsolidacja uczelni**

Idea konsolidacji uczelni, nie jest już jedynie „pomysłem”. Ośrodki akademickie coraz głośniejszy dyskutują o prowadzeniu wspólnych badań, komercjalizacji technologii i wspólnej, zintegrowanej promocji. Inicjatywy skonsolidowanych ośrodków akademickich będą coraz częściej wykraczać ponad historyczny profil – uniwersytet, politechnika, uczelnia przyrodnicza, medyczna.

Współpraca uczelni publicznych o różnym profilu kształcenia w dziedzinie badań zwiększy innowacyjność polskiej gospodarki. Mogą powstawać nowe kierunki studiów łącznie w sobie wiele dyscyplin naukowych. Wspólne wysiłki w obszarze promocji regionu, jako ośrodka akademickiego zwiększą przewagę największych centrów kształcenia nad regionalnymi w wielu aspektach.

Na rynku uczelni prywatnych będą miały miejsce przejęcia i fuzje. Na organizacyjną konsolidację uczelni publicznych przyjdzie jednak poczekać. Te które zdecydowałyby się na taki krok mogą liczyć na wyraźny awans w ogólnościatowych rankingach szkół wyższych.



trend 5. Pracodawca – edukator

Zmienia się znaczenie współpracy na linii uczelnie – sektor prywatny i kształtuje nową perspektywę employer branding opartego na edukacji. Pracodawcy angażują się w proces kształcenia studentów, dostrzegając pogłębiając się lukę kompetencyjną między swoimi wymaganiami a profilem absolwentów. Z działalnością edukacyjną wiążą także nadzieję na przyciągnięcie talentów i zwiększenie świadomości marki pracodawcy.

Zaangażowanie pracodawców proces kształcenia przybiera różnorodne formy:

- Konsultowanie programów studiów;
- Dzielenie się posiadany know-how;
- Współpraca z kołami naukowymi;
- Stypendia;
- Strategiczne partnerstwo w prowadzeniu specjalizacji.



Złović i zatrzymać najlepszych

W obliczu zwężającego się rynku talentów, na którym systematycznie rośnie konkurencja zwiększa się potrzeba zaangażowania w proces edukacji studentów już na poziomie uczelni – co za tym idzie, koszt pozyskania najlepszych kandydatów wzrasta. Każdy poniesiony koszt to inwestycja w przyszłego pracownika, jednak co zrobić gdy okazuje się, że pokolenie Y kolekcjonuje marki i nie zamierza wiązać się z pracodawcami na dużej niż 3 lata? Przed działami HR stoi wyzwanie indywidualnego dostosowania oferty pracodawcy do potrzeb pracowników oraz zbudowanie tożsamości przynależności do organizacji, tak aby współpracować jak najdłużej.

Trendy: kolekcjonerzy marek, kryzys talentów, pracodawca edukator

Centralizacja źródeł talentów

Likwidacja ośrodków zamiejscowych uczelni i szkół wyższych w mniejszych miastach doprowadzi do scentralizowania uczelni w głównych ośrodkach akademickich w Polsce. Kilka miast akademickich stanie się jedynymi źródłami kandydatów o określonych kompetencjach. Firmy, które są zlokalizowane poza tymi miastami będą zmuszone zintensyfikować swoje działania employer branding, tak by stworzyć na tyle atrakcyjną ofertę, która

przekona młode talenty do zmiany miejsca zamieszkania. W obliczu bardzo niskiej mobilności zawodowej Polaków, jest to wyzwanie, które może zdominować działania HRu w tego typu firmach.

Trendy: kryzys talentów, konsolidacja uczelni

Lokalizacja ekspertów

Udział w procesie kształcenia wymaga nie tylko systematycznej współpracy z ośrodkami akademickimi, ale również odpowiednią diagnozą dostępnych w organizacji zasobów ludzkich. Dział HR, zanim rozpocznie edukację studentów, potencjalnych pracowników, musi zlokalizować w firmie ekspertów, którzy posiadają nie tylko odpowiedni zasób wiedzy, ale również motywację do dzielenia się nią i kompetencje dydaktyczne. Wiązać się to może z modyfikacją oferty pracodawcy, systemu pracy czy roli pracownika w organizacji. Taka diagnoza może się okazać kluczowa w efektywnym uzupełnianiu luk kompetencyjnych u kandydatów.

Trendy: konsolidacja uczelni, pracodawca edukator, rozwój uczelni zawodowych



Mikołaj Szwocher

Project Manager | Youngpro.pl

Lokalna międzynarodowość

Przed ustawodawcami, uczelniami i biznesem stanie już niedługo spore wyzwanie. Jak pozyskać i przygotować zasoby ludzkie które wypełnią lukę zarówno w aspekcie miejsc na uczelniach jak i potrzeb rynku stanowisk entry level. Czekają nas fale imigracji uczniów i studentów z krajów Europy Wschodniej i Południowej, które mogą okazać się odpowiedzią na problemy demograficzne Polski.

Ta swego rodzaju lokalna międzykulturowość, która tworzyć się będzie w szkołach i na uczelniach. Będzie też będzie stawiać kolejne wyzwania przed organizacjami zarówno w zakresie pozyskiwania zasobów jak i tworzenia dla nich dogodnego i sprzyjającego rozwojowi środowiska. Departamenty HR będą w tym procesie odgrywać bardzo istotną rolę, aby osoby z różnych kultur połączyć wspólnym celem i identyfikacją z lokalnym i szerszym otoczeniem. Zadanie trudne, ponieważ społeczeństwo nie będzie miało pewności co do stałości planów zawodowych i życiowych tychże młodych ludzi.

Trendy: *konsolidacja uczelni, kryzys talentów*



Aneta Bejm

Client Relationship Manager
Grafton General

Optymalni kandydaci

Optymalni kandydaci – jak ich nie stracić? – W obliczu rosnących oczekiwań pracodawców wąsko wyspecjalizowani prymusi z wyłącznie książkową wiedzą odchodzą powoli do lamusa. Poszukiwani są dzisiaj kandydaci wielozadaniowi, którzy szybko się zaadoptują w nowym środowisku pracy a zdobyte umiejętności będą potrafili wykorzystać w różnych obszarach. Na stanowiska typu „entry level” pracodawcy chcą wybierać spośród najlepszych. Marka pracodawcy często wystarcza do ich pozyskania, ale to zdecydowanie za mało, by utrzymać pracownika na dłużej. Już ukształtowany, idealny kandydat o szerokich kompetencjach szybko opuści firmę w poszukiwaniu nowych wyzwań. Lepszą strategią może okazać się zatrudnienie kandydata z potencjałem i motywacją do rozwoju i zapewnienie mu pakietu wewnętrznych szkoleń. Taka inwestycja w pracownika może zaowocować większym przywiązaniem i lojalnością pracownika wobec firmy. Odpowiedni system motywacyjny, ciekawe wyzwania zawodowe i oferta różnorodnych ścieżek kariery to rozwiązania, po które pracodawcy powinni sięgnąć, by zatrzymać pracownika w firmie przez wiele lat.

Trendy: *kryzys talentów, pracodawca-edukator, kolekcjonerzy marek*



Katarzyna Ćwik
Recruitment Consultant
Grafton Recruitment

Pracodawcy – kreatorzy zmian na uczelniach

Konsolidacja uczelni jest reakcją na stale zmieniające się potrzeby rynku poprzez modyfikacje przestarzałych standardów nauczania. Uczelnie widzą szansę na powodzenie tego pomysłu we wzajemnej współpracy. Dla pracodawców oznacza to nową wykwalifikowaną kadrę dostosowaną do ich często złożonych potrzeb. Zaangażowanie oraz wsparcie uczelni w tym procesie może zaowocować dostosowaniem programu do indywidualnego zapotrzebowania organizacji, a w konsekwencji również możliwością zatrudnienia talentów kończących te nowoczesne kierunki.

Trendy: *pracodawca-edukator, konsolidacja uczelni, rozwój uczelni zawodowych,*

Prognozowanie kompetencji jutra

Nowoczesna gospodarka zmienia się w bezprecedensowym tempie. Zmienia się także układ kompetencji wymaganych na rynku pracy. Angażując się w kształcenie studentów, należy odpowiedzieć sobie wpieryw na pytanie – absolwentów o jakim profilu będzie potrzebowała moja organizacja w perspektywie 5 lat. Należy przy tym uwzględnić nie tylko strategię przedsiębiorstwa, ale także trendy technologiczne i społeczne. Czy za 5 lat lepiej sprawdzi się 5 finansistów, czy te same obowiązki może przejąć jeden finansista-programista, co można prognozować z rozwoju wielkich baz

danych, komputeryzacji i sztucznej inteligencji? Pracodawcy powinni wspierać kształcenie kompetencji jutra, w przeciwnym razie przyjdzie im konkurować o minimalne zasoby kandydatów, którzy zapobiegawczo, bądź z przypadku wyposażyli się w pożądaną cross umiejętności.

Trendy: *konsolidacja uczelni, pracodawca-edukator, rozwój uczelni zawodowych, kryzys talentów.*

Lokalizacja źródeł kompetencji

Planowane zmiany na uczelniach sięgają mogą dużo głębiej niż nowy wizerunek, nowe logo, wyższe miejsce w rankingu. Kształtowane będą nowe programy studiów, powstaną nowe kierunki co w oczywisty sposób wpłynie na profil kompetencji przyszłych absolwentów. To wymusi na pracodawcach potrzebę dokładnego i standaryzowanego badania wiedzy i umiejętności zawodowych kandydatów entry level. Wieloetapowe procesy rekrutacyjne mogą nie tylko dostarczać odpowiedzi, którą osobę zatrudnić, mogą także stanowić cenną wskazówkę, które uczelnie kształcą teraz najlepszych specjalistów na dane stanowisko. To wymaga tworzenia i bieżącego analizowania baz danych o kompetencjach kandydatów z różnym wykształceniem.

Trendy: *konsolidacja uczelni, rozwój uczelni zawodowych, kryzys talentów*



Iwona Mitros
Marketing Coordinator
Grafton Recruitment

Współtworzenie strategii EB

Nowy wymiar współpracy pomiędzy pracodawcami, a uczelniami może przynieść wiele korzyści przede wszystkim dla samych pracodawców. W celu kompleksowego wykorzystania powstających możliwości przedstawiciele czołowych marek wspierają uczelnie w procesie tworzenia nowych programów nauczania oferując tym samym możliwość praktycznego wykorzystania zdobywanej wiedzy podczas letnich staży i praktyk. Innym często stosowanym przez firmy pomysłem zmierzającym do pozyskania studentów są programy ambasadorskie, jednak poza wizerunkową obecnością na uczelni nie przynosi to większych korzyści żadnej ze stron.

Warto z tego powodu zastanowić się nad wartością posiadanych narzędzi i zaangażować samych studentów do ich tworzenia i późniejszego wykorzystywania. Środków jest naprawdę wiele, od tworzenia wspólnie ze studentem aktywnego, a nie jak dotąd pasywnego programu ambasadorstwa do aktywizowania uczestników podczas prowadzonych szkoleń w miejsce suchego przekazywania wiedzy. Takie podejście pozwoli poznać oraz wyodrębnić prawdziwe talenty, którym w dalszej perspektywie będzie można zaproponować miejsce w naszej organizacji.

Trendy: konsolidacja uczelni, rozwój uczelni zawodowych,

Storytelling w służbie EB

Rynek komunikacji employer-branding jest dziś niczym wojna okopowa. Strona w katalogu pracodawców, coroczne targi pracy, materiały wizerunkowe, konkursy – żaden liczący się wizerunkowo pracodawca nie może ich ominąć. Dominują treści reklamowe – „jesteśmy najlepsi”, „taka kariera tylko u nas” etc. Pytanie, czy taka formuła nie jest już przeżytkiem – komunikacja reklamowa nie jest zbyt wiarygodna. Potrzeba więc kształtowania autentycznego „reason-to-believe”.

Działania employer branding skutecznie wspiera równoległa komunikacja o charakterze informacyjnym w niezależnych mediach połączona z subtelnym placementem marki pracodawcy. Może ona przybierać różne formy – success story, studium przypadku, artykułu o zawodzie. Ważna jest autentyczność przekazu i umiejętne budowanie historii. Czas na prawdziwych, wielowymiarowych bohaterów osadzonych w korporacyjnym tle w scenariuszu pisanym przez biznesową praktykę.

Trendy: kolekcjonerzy marek



Marcin Świejkowski
Redaktor Youngpro.pl

5 trendów – 10 wyzwań

Czy 5 wyznaczonych w raporcie trendów zamyka w sobie wszystkie zachodzące na rynku talentów zmiany? Zdecydowanie nie. Mówiąc szczerze, nie ma nawet pewności co do żywotności tych wymienionych. Do unicestwienia rozwoju uczelni zawodowych wystarczy jedynie zmiana polityki resortu nauki. Może się też okazać, że rektorzy uczelni zbyt kurczowo będą trzymać się swoich pozycji uniemożliwiając konsolidację szkół wyższych. Pytań dotyczących przyszłości zawsze jest więcej niż jednoznacznych odpowiedzi.

Powyższy raport nie powstał jednak w celu całkowitej zmiany strategii działów HR. Jest on bardziej zainspirowanym przyszłością zbiorem wyzwań i myśli, które mogły nie przebić się przez szum informacyjny pod rozważę haerowców. Haerowców, którzy utożsamiają się raczej z rolą prognostyka, niż strażaka. Nowe rozdanie na rynku edukacyjnym, będzie wymagało nowego podejścia do kandydatów. Jeszcze więcej młodych talentów będzie koncentrowało się wokół 4-5 wiodących ośrodków akademickich. Absolwenci uczelni badawczych świetnie sprawdzają się w roli kreatywnych ekspertów, zaś tych o profilu zawodowym – „rzemieślników biznesu”. Przy rekrutacjach na podstawowe stanowiska wygrać mogą ci drudzy – nie wypalą się tak szybko zawodowo i nie będą z taką intensywnością poszukiwali nowego miejsca pracy.

Powstanie wiele kierunków i specjalizacji stricte ukierunkowanych na potrzeby pracodawców i prowadzonych przez pracodawców.

Wiąże się to z nową rolą pracodawcy. Uczelnie nie reagują tak szybko na zmiany jak świat biznesu. Dlatego dla wykształcenia niezbędnych kadr, wskazana jest intensyfikacja transferu wiedzy o kompetencjach jutra. Może się to wiązać z konsultowaniem programów nauczania przez organizacje branżowe. Lepszym jednak rozwiązaniem, będzie patronowanie własnym ścieżkom edukacyjnym na wybranych uczelniach.

Rozwiązanie to byłoby odpowiedzią na nieuchronny kryzys talentów. Za 10 lat, każdy absolwent będzie na wagę złota, dlatego pracodawcy będą zainteresowani skuteczną promocją proponowanych ścieżek edukacyjno-zawodowych już wśród młodzieży licealnej. Niedobory kadrowe na stanowiskach entry level, częściowo zaspokoi imigracja, ta jednak postawi organizacje przed wyzwaniem lokalnej międzynarodowości. W coraz bardziej złożonym świecie, coraz bardziej będzie się liczyło wsparcie profesjonalnych partnerów biznesowych, którzy trzymają rękę na pulsie gospodarki.

Obserwując zachodzące zmiany i wyciągając odpowiednie wnioski, chińskie przysłowie „obyś żył w ciekawych czasach”, nie tyle jest klątwą, co wyzwaniem.

Marcin Świejkowski
redaktor raportu | Youngpro.pl



Grafton Recruitment jest działająca od ponad 30 lat międzynarodową firmą doradztwa personalnego i agencją pracy tymczasowej. Obecnie posiadamy 60 biur w 17 krajach, od Europy poprzez Amerykę Południową, Azję oraz Bliski Wschód. Firma Grafton specjalizuje się w rekrutacji kandydatów w takich obszarach jak: Finanse, Księgowość & Bankowość, Sprzedaż, Marketing, Logistyka & Zakupy, HR, Prawo & Administracja, Farmaceutyka & Urządzenia Medyczne, IT & Telekomunikacja, Inżynieria, Produkcja & Budownictwo, Praca Tymczasowa & Outsourcing. Jako eksperci w kwestii rozwiązań personalnych oferujemy najlepszych profesjonalistów w ramach pracy stałej i tymczasowej. Skompletowaliśmy imponujący zespół specjalistów HR i konsultantów, którzy zatroszczą się o efektywne działanie Państwa organizacji.

Więcej informacji: www.grafton.pl



Portal Młodych Profesjonalistów YOUNGPRO.PL – to zbudowana z pasją, platforma wspierająca wzajemną komunikację pomiędzy studentami-absolwentami, pracodawcami oraz uczelniami. Tematyka strony skoncentrowana jest na idei work-life-study balance, która stanowi autorskie rozwinięcie równowagi między życiem osobistym i prywatnym. Youngpro.pl jest miejscem stworzonym dla skutecznej komunikacji employer-branding, co determinuje content portalu, oraz profil czytelnika – studenci i absolwenci świadomie budujący ścieżkę kariery.

Więcej informacji: www.youngpro.pl