

Innowacje w szkolnictwie wyższym

Daniel KUKLA

Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie

Marta ZAJĄC

Politechnika Częstochowska

Poradnictwo zawodowe dla studentów – stan obecny i kierunki rozwoju w świetle badań własnych

Career counselling for students – the current status
and directions of development according
to the own study

Słowa kluczowe: tranzycja, poradnictwo zawodowe, student, usługi poradnictwa zawodowego.

Key words: transition, career counselling, student, career counselling services.

Abstract: Nowadays, the process of transition of graduates into the labour market has become an increasingly demanding process due to dynamic changes in the education and labour market. In this process services of career counselling may be extremely useful. This study presents an analysis and interpretation of results of own study. The aim of the research was to identify the students' opinions on the adequacy of services in the field of career counseling and their expectations towards the forms of these services. On this basis, the suggestions, directions of services development in career counseling, aimed at their adaptation to the real needs of students were formulated.

Wprowadzenie. Ostatnimi czasy w Polsce wiele mówi się o trudnej sytuacji młodych ludzi na rynku pracy. Podkreśla się, iż coraz więcej młodych, wykształconych osób ma problem ze znalezieniem jakiejkolwiek pracy (nie wspominając już o wymarzonej pracy w wyuczonym zawodzie). Dane Głównego Urzędu Statystycznego dotyczące IV kwartału 2014 roku wskazują, iż stopa bezrobocia wśród osób

młodych jest większa niż w przypadku pozostałych grup wiekowych¹. Podkreśla się ponadto, iż *pozycja absolwentów szkół wyższych w Polsce na rynku pracy stopniowo się pogarsza*². Taka sytuacja sprawia, iż młodzi ludzie bardzo często czują się zagubieni oraz oszukani. Niejednokrotnie mają pretensje do pracodawców, rynku pracy, systemu edukacji czy też ogólnie – do Państwa. To potęguje ich frustracje a czasem także i bierność w kwestiach dalszej edukacji oraz poszukiwań pracy, co w konsekwencji jeszcze bardziej pogarsza sytuację osób młodych jak również wpływa na funkcjonowanie całego rynku pracy oraz gospodarki. Obecna sytuacja jest wypadkową wielu różnych czynników. Niewątpliwie wpływ na nią mają zmiany i przeobrażenia rynku pracy, systemu edukacji jak również sami studenci i absolwenci (ich postawa oraz zaangażowanie w planowanie własnej kariery zawodowej).

W obecnej sytuacji niezwykle ważną jest dyskusja na temat funkcjonowania współczesnego rynku pracy – zwłaszcza w kontekście roli, jaką na owym rynku pełnią absolwenci. Taka dyskusja powinna odbywać się zarówno wśród ustawodawców, przedstawicieli rynku pracy, pracodawców, przedstawicieli resortu edukacji, jak również wśród i przy udziale samych zainteresowanych – studentów i absolwentów. Szczególną rolę w przygotowaniu studentów i absolwentów do procesu tranzycji na rynek pracy może i powinno odgrywać poradnictwo zawodowe, które z założenia powinno łączyć interesy i współpracować z wszystkimi podmiotami rynków edukacji i pracy, mając jednak na uwadze głównie pomoc osobom radzącym się (w tym przypadku studentom, absolwentom jak również kandydatom do roli studentów). Pomoc ta powinna polegać na udzielaniu wsparcia w szeroko pojętym procesie rozwoju zawodowego. Począwszy od wyboru kierunku studiów, specjalności, poprzez dobór odpowiednich form rozwoju kompetencji w trakcie studiów i po studiach, poprzez przygotowanie młodych osób do wejścia na rynek pracy.

Kwestie związane z poradnictwem zawodowym (jego kluczową rolą, zadaniami i sposobami realizacji głównych celów) powinny być zatem dyskutowane i szerzej eksploatowane w polskiej literaturze przedmiotu, zwłaszcza w kontekście specyficznej sytuacji, w jakiej znaleźli się studenci oraz absolwenci.

Temat ten wydaje się o tyle ważny, że obecnie zarówno w analizach dotyczących stanu poradnictwa zawodowego w Polsce, w literaturze naukowej, jak i w piśmiennictwie branżowym niewystarczająco dużo uwagi poświęca się zagadnieniom dotyczącym poradnictwa zawodowego realizowanego ściśle dla studentów i absolwentów uczelni wyższych. Niewiele jest również projektów z zakresu poradnictwa zawodowego skierowanych głównie dla tej grupy docelowej (w przeciwieństwie do licznych projektów skierowanych do innych grup, np. osób bezrobotnych, uczniów szkół ponadgimnazjalnych itd.).

Istotą niniejszego artykułu jest przede wszystkim zwrócenie uwagi na ważność problematyki poradnictwa zawodowego realizowanego dla studentów oraz absolwentów

¹ Aktywność ekonomiczna ludności Polski. IV kwartał 2014, GUS, Departament Badań Demograficznych i Rynku Pracy, Warszawa 2015 dostęp online: stat.gov.pl/download/gfx/.../aktywnosc_ekonomiczna_iv_kw_2014.pdf (30.07.2015).

² D. Piróg, *Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” nr 9/2013, s. 302.

uczelni wyższych oraz zaproponowanie rozwiązań mających na celu usprawnienie podejmowanych w ramach poradnictwa zawodowego przedsięwzięć. Artykuł stanowi opis badań, których celem było zweryfikowanie opinii studentów na temat przydatności oraz jakości usług z zakresu poradnictwa zawodowego (stan obecny) oraz zbadanie ich oczekiwań względem formy świadczenia tychże usług (stan pożądany). Na tej podstawie sformułowane zostały rekomendacje, które mogą posłużyć usprawnieniu funkcjonowania poradnictwa dla studentów³.

Prezentowane w opracowaniu badania przeprowadzone zostały w 2014 roku wśród 143 studentów (udział w badaniu wzięli studenci Uniwersytetu Opolskiego (UO) i Akademii im. Jana Długosza (AJD)). Były to badania pilotażowe, które stanowią wstęp do dalszych analiz. W badaniu udział wzięli studenci trzeciego roku studiów licencyjnych oraz studenci pierwszego i drugiego roku studiów magisterskich. W celu pozyskania danych posłużono się ankietą zawierającą pytania zamknięte oraz otwarte. Uzyskane dane mają charakter poglądowy. Cele teoretyczne badania obejmowały:

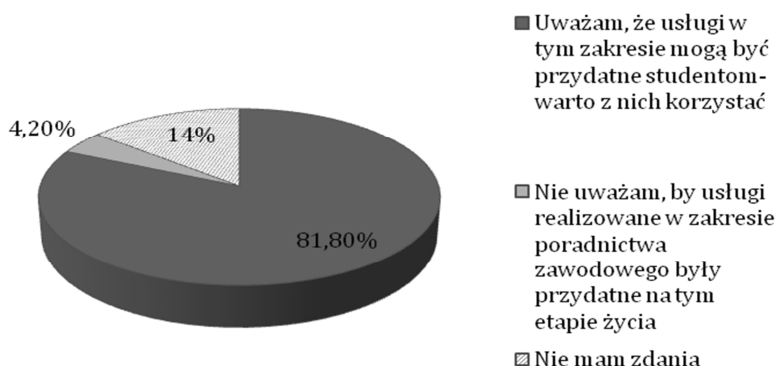
- określenie, jaka jest opinia studentów na temat użyteczności usług poradnictwa zawodowego (C1);
- wskazanie, jaka jest opinia studentów na temat jakości świadczonych usług (C2);
- poznanie, jakie są oczekiwania studentów względem usług z zakresu poradnictwa zawodowego (C3).

Celem praktycznym było używanie informacji, które mogłyby pomóc w zaplanowaniu działań służących dostosowaniu usług poradnictwa zawodowego do aktualnych wymagań i oczekiwań studentów.

Opinie przyszłych absolwentów na temat przydatności i jakości usług z zakresu poradnictwa zawodowego – stan obecny. Wyniki przeprowadzonych badań pozwalają stwierdzić, że studenci na ogół pozytywnie oceniają przydatność usług z zakresu poradnictwa zawodowego na etapie studiów – uważa tak ponad 80% badanych (wykres 1). Jedynie niewiele ponad 4% studentów wyraziło radykalny pogląd, że usługi z zakresu poradnictwa zawodowego są niepotrzebne.

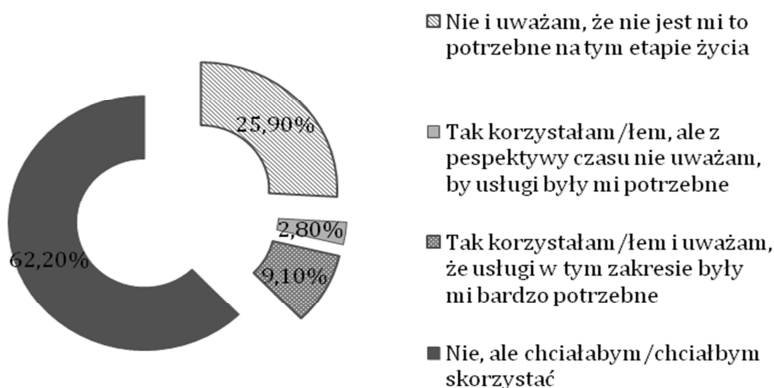
Co istotne jednak, pomimo że studenci doceniają znaczenie i przydatność usług w zakresie poradnictwa zawodowego – to, jak wynika z badań, sami rzadko z takich usług korzystają (wykres 2). Na pytanie *Czy korzystał/a Pan/Pani kiedykolwiek z usług w zakresie poradnictwa zawodowego podczas studiów?* zdecydowana większość badanych studentów odpowiedziała przecząco. Jedynie około 12% badanych respondentów miało okazję korzystać z poradnictwa zawodowego na etapie studiów.

³ Należy nadmienić, iż badania opisywane w niniejszym artykule stanowią jedynie wycinek całości badań poświęconych zweryfikowaniu opinii i oczekiwań studentów i absolwentów względem poradnictwa zawodowego. Całość badań odnosiła się zarówno do opinii i oczekiwań na temat treści usług poradnictwa zawodowego, jak i ich formy. Niniejszy artykuł skupia się na szeroko pojętej formie świadczenia usług z zakresu poradnictwa zawodowego dla studentów. Prezentacji wyników badań na temat oczekiwań względem treści poradnictwa poświęcone zostało odrębne opracowanie.



Rys. 1. Ocena przydatności usług z zakresu poradnictwa zawodowego na etapie studiów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.



Rys. 2. Doświadczenia studentów związane z korzystaniem z usług z zakresu poradnictwa zawodowego

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Należałoby zatem zastanowić się, dlaczego częstotliwość korzystania z usług z zakresu poradnictwa zawodowego przez studentów jest tak niska, podczas gdy sami studenci dosyć wysoko oceniają przydatność takich usług (co sugerowałyby odpowiedzi studentów udzielone na pierwsze analizowane pytanie – wykres 1). Co ciekawe, o ile na pytanie sformułowane w sposób ogólny *Jaka jest Pana/Pani opinia na temat przydatności usług z zakresu poradnictwa zawodowego realizowanych na etapie studiów?* (w domyśle dla wszystkich studentów) ponad 80% wskazało, iż usługi te są przydatne (jedynie 4% uznało je za nieprzydatne a 14 nie potrafiło wskazać jednoznacznej odpowiedzi), tak już kiedy pytanie dotyczyło bezpośrednio przydatności dla konkretnego badanego, to ponad ¼ wskazuje, że nie korzysta z takich usług, bo nie są one jej potrzebne. Nie zmienia to jednak faktu, że blisko 2/3 badanych uznało, że

chciałoby z takich usług skorzystać, ale nie miało do tej pory ku temu okazji. To zatem zastanawiająca kwestia: dlaczego pomimo wyraźnej potrzeby i chęci nie korzystają oni z usług z zakresu poradnictwa zawodowego?

Można przypuszczać, że przyczyny takiego stanu rzeczy są złożone. Wiele bowiem zależy od samych studentów – ich motywacji, inicjatywy. Wszak mogą oni skorzystać z usług z zakresu poradnictwa zawodowego w różnych instytucjach świadczących taką pomoc m.in. w Urzędach Pracy, w Centrach Informacji Zawodowej, czy też w Akademickich Biurach Karier. Z pozoru zatem nic nie stoi na przeszkodzie, aby studenci z takich usług korzystali. Sami studenci jednak, jako powód niskiej częstotliwości korzystania z usług z zakresu poradnictwa zawodowego, wskazują na raczej średnią dostępność do takowych usług, jak również brak informacji o możliwościach skorzystania z poradnictwa zawodowego na etapie studiów. W ramach pytania otwartego, w którym studenci poproszeni zostali o wskazanie swoich opinii i oczekiwań względem poradnictwa zawodowego (wybrane wypowiedzi przedstawione zostały w tabeli 1), często powtarzającą się uwagą była właśnie ta dotycząca słabej dostępności i promocji usług. Studenci często wskazywali, iż tak naprawdę nie wiedzą, gdzie mogliby skorzystać z poradnictwa zawodowego. Podstawowym, często pojawiającym się zastrzeżeniem było to, że według studentów takie usługi nie są realizowane na uczelniach, a jeśli nawet są, to badani respondenci o nich nie słyszeli. Brak jest wystarczającej promocji, ogólnodostępnych informacji na temat możliwości skorzystania z oferty poradnictwa zawodowego dla studentów i absolwentów. Jak wynika z analizy wypowiedzi udzielonych w pytaniu otwartym dotyczącym opinii i oczekiwań względem usług z zakresu poradnictwa zawodowego, badani studenci oczekują przede wszystkim zwiększenia dostępności do usług z zakresu poradnictwa zawodowego oraz bardziej intensywnej i skutecznej promocji tychże usług (wraz z informacją – czego dotyczą). Okazuje się bowiem, że wielu badanych studentów w ogóle nie wiedziało czym jest poradnictwo zawodowe (często studenci mylnie utożsamiali poradnictwo zawodowe z działalnością Akademickich Biur Karier np. w zakresie pośrednictwa pracy, organizacji praktyk, staży itd.). Choć przecież w teorii powinni oni mieć do czynienia z tego typu formą pomocy na już etapie gimnazjum czy też w szkole ponadgimnazjalnej. To świadczyć może o wyjątkowo słabej kondycji poradnictwa zawodowego w Polsce. Tym bardziej iż badani studenci wyrazili głębokie zainteresowanie takowymi usługami (potwierdziły to również wypowiedzi studentów podczas badania oraz liczne pytania do prowadzących badanie na temat usług poradnictwa zawodowego i możliwości z nich skorzystania po jego przeprowadzeniu).

Wnioskować zatem można, że przyczyną małej częstotliwości korzystania przez studentów z usług z zakresu poradnictwa zawodowego jest raczej średnia dostępność do takowych usług oraz brak ich promocji wśród tej grupy docelowej. Problem ten wskazywany (choć szerzej nie analizowany) jest także w literaturze przedmiotu⁴.

⁴ M.in. B.J. Ertelt, *Tendencje rozwojowe eurodoradztwa*, [w:] *Tendencje i wyzwania poradnictwa zawodowego*, (red.) W. Duda, G. Wieczorek, D. Kukła, Wyd. Im. St. Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa 2010, s. 34.

Tabela 1. Wybrane uwagi studentów na temat funkcjonowania poradnictwa zawodowego

Jakie są Pani/Pana uwagi wobec usług w ramach poradnictwa zawodowego realizowanych na etapie studiów?
Uwagi pozytywne: ✓ <i>Uważam, że bardzo ważne są szkolenia przygotowujące do poszukiwania pracy. Osobiście z nich nie korzystałam, ale wiem, że na uczelni, bodajże w ABK (Akademickich Biurach Karier – przypis autora) albo w AIP (Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości- przypis autora) są robione. Powinno być więcej takich szkoleń (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Fajne są programy stażowe realizowane przez uczelnie (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Uważam, że organizacja targów pracy to fajna inicjatywa. Możliwość spotkania się z potencjalnym pracodawcą, zostawienia CV, które wcześniej można skonsultować z doradcą. Uważam, że to jest ok (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Poradnictwo zawodowe jest przydatne – uważam, że uczelnia robi dużo w tej kwestii, ale studentom się nie chce i nie korzystają (student 1 roku 2 stopnia).</i>
Uwagi negatywne (zastrzeżenia): ✓ <i>Trudno wypowiadać mi się na temat usług poradnictwa zawodowego, ponieważ nigdy z nich nie korzystałam. Nawet nie wiem, że mogłabym i czego one mogłyby dotyczyć (studentka 3 roku studiów).</i> ✓ <i>No niby na uczelni funkcjonuje ABK, ale co z tego jak nigdy nie ma tam aktualnych ofert pracy. O innych formach pomocy jakie świadczy ABK nie wiem – nie słyszałam. Jeśli takie usługi nawet są to nie są rozreklamowane (student 1 roku 2 stopnia).</i> ✓ <i>Brak jakiegokolwiek informacji, promocji. Czasem dowiaduje się, że było coś organizowane – jakieś szkolenia, warsztaty, dni kariery ale zwykle po fakcie, a szkoda bo to fajna sprawa (studentka 3 roku studiów).</i> ✓ <i>Wiem, że ABK działa u nas na Uczelni, nawet sporo robi, ale studenci nie korzystają z proponowanych form wsparcia – nie wiem czy im się nie chce, czy nie wiedzą bo faktem jest, że ABK nie robi żadnej promocji a studentów trzeba zachęcić, pokazać im korzyści z tego, że przyjdą na szkolenie, bo inaczej nie przyjdą (student 2 roku 2 stopnia).</i> ✓ <i>Uważam, że nie ma w ogóle czegoś takiego jak system poradnictwa zawodowego na uczelni. Osobiście nie słyszałam o takich usługach w ogóle. Wiem, że niby są one realizowane w urzędzie ale to nie ma sensu. Znajomi po skończeniu studiów byli w urzędzie i nikt im nie pomógł. Samemu trzeba sobie radzić (studentka 3 roku studiów).</i> ✓ <i>Nieadekwatność szkoleń do potrzeb studentów, zbyt mało ludzi organizujących porady, długie czekanie; kursy w godzinach przedpołudniowych – zwykle wtedy mamy zajęcia, a zaocznicy już w ogóle nie mają szans skorzystać (studentka 3 roku studiów).</i>

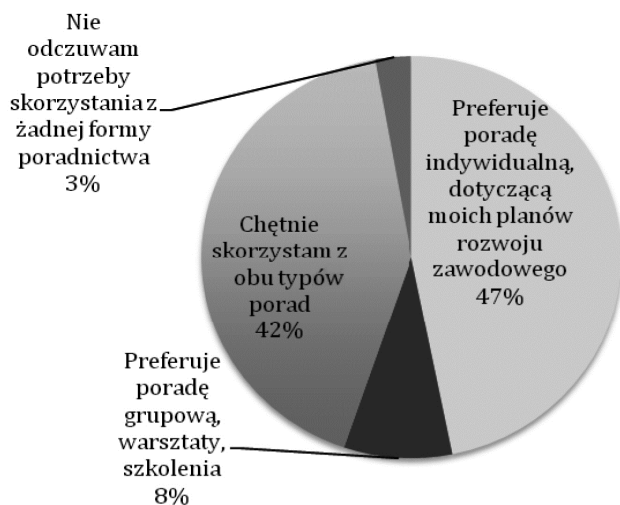
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Na podstawie powyżej zgromadzonych danych wnioskować można, że studenci na ogół pozytywnie oceniają przydatność usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Uznają, że są to usługi potrzebne studentom, a większość z nich chętnie skorzystałaby z takiej porady. W ten sposób zrealizowany został pierwszy cel badawczy, tj. określenie, jaka jest opinia studentów na temat użyteczności usług poradnictwa zawodowego.

Na podstawie zgromadzonych w trakcie badania danych nie jest natomiast w pełni możliwa realizacja drugiego celu badawczego, jakim było określenie, jaka jest opinia studentów na temat jakości usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Jako, iż tak

naprawdę niewielki odsetek badanych osób korzystał z usług poradnictwa zawodowego na etapie studiów trudno dokonać analizy oceny jakości tychże usług przez studentów. Na podstawie zgromadzonych badań wnioskować można jednak, iż studenci pozytywnie oceniają przedsięwzięcia organizowane w ramach poradnictwa zawodowego takie jak szkolenia nt. aktywnego poszukiwania pracy, organizacja dni kariery, wsparcie w organizowaniu staży zawodowych, pomoc w sporządzaniu dokumentów aplikacyjnych itd. W negatywny sposób natomiast oceniają dostępność usług z zakresu poradnictwa – czyli niezwykle istotny aspekt, który niewątpliwie wpływa na jakość świadczonych usług. Co więcej, wyraźnie należy podkreślić, że aktualnie podstawową barierą, która w wielu przypadkach uniemożliwia skorzystanie z poradnictwa zawodowego, jest właśnie mała dostępność oraz brak promocji tychże usług wśród studentów.

Oczekiwania studentów wobec formy świadczenia usług z zakresu poradnictwa zawodowego – stan pożądaný. W dalszej części badań starano się zweryfikować, jakie są oczekiwania studentów względem usług z zakresu poradnictwa zawodowego w zakresie formy, dostępności oraz miejsca ich świadczenia, jak również komunikacji na ich temat (promocji). W pierwszej kolejności zapytano studentów o ich preferencje w zakresie formy korzystania z szeroko pojętych usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Okazuje się, iż większość badanych osób preferuje uczestnictwo w poradzie indywidualnej dotyczącej wyznaczania indywidualnych planów rozwoju zawodowego. Blisko połowa (47%) wybrała tę formę jako najbardziej pożądaną. Natomiast równie często (42% odpowiedzi) studenci wskazywali, iż chętnie skorzystają zarówno z porady indywidualnej, jak i grupowej (dotyczącej m.in. aktywizacji zawodowej, pracy w grupie, wzajemnej motywacji itd.). Jedynie 8% osób preferuje bardziej spotkania grupowe niż indywidualne, a 3% badanych nie wykazuje chęci korzystania z usług w ramach poradnictwa zawodowego w ogóle. Z powyższego wynika zatem, że badani studenci bardziej preferują porady indywidualne niż grupowe lub chcą skorzystać z jednej i drugiej formy. Potrzeba skorzystania z porady indywidualnej wyrażona została jednak przez zdecydowaną większość badanych (blisko 90%). Tak wyraźnie podkreślona potrzeba indywidualnego spotkania z doradcą zawodowym stawia pewne wymagania wobec dostępności i formy poradnictwa zawodowego. Tymczasem odnosząc się do prezentowanych powyżej wypowiedzi studentów, wskazują oni m.in. na zbyt małą liczbę osób świadczących porady indywidualne, zbyt długi czas oczekiwania na takie spotkania lub też nieadekwatna jakość takich spotkań. Na ogół też pytani o poradnictwo zawodowe kojarzyli je z grupowymi formami wsparcia takimi jak warsztaty, szkolenia, porady grupowe. Wynikać to może również z faktu, iż taka forma realizowania usług z zakresu poradnictwa zawodowego dla studentów jest powszechniejsza. Na podstawie analizy danych uzyskanych w toku badań wnioskować można, iż przekazywanie informacji zawodowych w mediach, uczelnianych biuletynach czy też podczas grupowych spotkań, szkoleń, warsztatów czy prelekcji to forma, która nie w pełni zaspokaja potrzeby studentów.



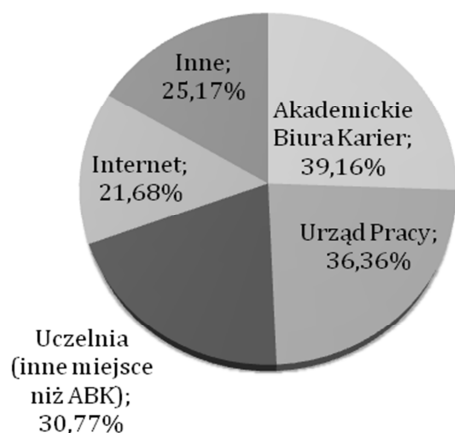
Rys. 3. Preferencje w zakresie formy porady zawodowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Należałoby zatem rekomendować podjęcie takich działań, które służyłyby zwiększeniu dostępności indywidualnych usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Studenci powinni mieć możliwość regularnego spotykania się z doradcą zawodowym w dogodnym dla obu stron miejscu i czasie. By jednak działania takie były jak najbardziej dopasowane do potrzeb i oczekiwań studentów, warto zastanowić się, gdzie studenci chcieliby z takich usług korzystać. Z przeprowadzonych badań wynika, że studenci najchętniej skorzystaliby z pomocy doradcy zawodowego na uczelni: w Akademickich Biurach Karier (39,16% odpowiedzi) lub w innych miejscach niż Biura Karier (30,77%). Ponad 1/3 badanych chętnie uda się po taką pomoc do urzędu pracy, a blisko ¼ studentów chciałaby skorzystać z porady doradcy zawodowego za pośrednictwem Internetu. Ponad 25% badanych wskazało, iż posiada inne preferowane miejsca korzystania z poradnictwa, ale nikt spośród tych osób nie uzupełnił swojej odpowiedzi o to, jakie to są miejsca.

Warto podkreślić, iż obecnie z usług poradnictwa zawodowego studenci mogą skorzystać przede wszystkim w biurach karier i urzędach pracy. Zaznaczyć jednak należy, iż nie każda szkoła wyższa posiada biuro karier (szacunkowa liczba biur karier w 2014 roku wynosiła 346 na 442 uczelnie wyższe⁵) i nie w każdym takim biurze zatrudniani są doradcy zawodowi. I choć, jak wynika z raportu *Akademickie Biura Karier w Polsce* z roku 2014, usługi z zakresu poradnictwa zawodowego są jednymi z najczęściej realizowanych przez badane ABK (według deklaracji podejmuje je ok. 87% badanych ABK), to jednak wyniki badań opisywanych w niniejszym artykule

⁵ Akademickie Biura Karier w Polsce. Bieżąca Działalność i możliwości rozwoju, Wyd. Rzecznik Praw Absolwenta, Warszawa 2014, dostęp: http://www.rgnisw.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2014_04/a6209ec0d9ee2ebb9d13f934c76125ec.pdf (01.08.2015).



Rys. 4. Preferowane miejsce świadczenia usług w ramach poradnictwa zawodowego dla studentów (możliwość więcej niż 1 odp.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

wskazują, że częstotliwość korzystania z tych usług w ABK nie jest zbyt wysoka. W prowadzonych badaniach studenci wyraźnie podkreślili problemy z dostępnością do usług z zakresu poradnictwa zawodowego (dodać należy, że na obu uczelniach, na których prowadzone było badanie, funkcjonują AKB).

W tym kontekście warto zaznaczyć, iż na podstawie prowadzonych badań można stwierdzić, że studenci przede wszystkim oczekują rzetelnej informacji zawodowej – informacji na temat rynku pracy (w pytaniu dotyczącym najważniejszych celów skorzystania z porady zawodowej studenci jako 3 najważniejsze wskazywali kolejno: uzyskanie rzetelnych informacji na temat rynku pracy – 82,52%; uzyskanie wsparcia w zakresie określania własnych potrzeb związanych z doskonaleniem zawodowym – 76,92% oraz uzyskanie wsparcia w procesie wkraczania na rynek pracy – przygotowanie do tego procesu – 62,92%). Tymczasem, jak wynika z cytowanego już raportu na temat działalności ABK badaniami rynku pracy zajmuje się jedynie niespełna połowa badanych biur (44,98%). Większość skupia się głównie na informowaniu studentów o ofertach pracy, praktyk i staży⁶. To wszystko sprawia, że potencjał uczelni wyższej oraz akademickich biur karier jest aktualnie nieodpowiednio wykorzystany w kwestiach oferowania usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Należałoby zatem rekomendować utworzenie miejsc, w których studenci swobodnie mogliby korzystać z oferty poradnictwa zawodowego – w których oferta byłaby dostosowana przede wszystkim do ich specyficznych potrzeb. Ważne ponadto, aby usługi te były dopasowane do potrzeb rynku pracy i korelowały z działaniami uczelni wyższych, ale – co ważne, były od niej całkowicie niezależne (doradcy zawodowi w swoich działaniach powinni kierować się

⁶ Tamże, s. 9–10.

głównie interesem kandydatów, studentów oraz absolwentów, a nie uczelni). Zgodnie jednak z oczekiwaniami i sugestiami samych badanych studentów – dla ich wygody – warto, by usługi te realizowane były na lub w pobliżu uczelni wyższych.

Na uwagę zasługuje również fakt, iż ponad 20% badanych studentów chętnie skorzystałby z porad doradcy zawodowego za pośrednictwem Internetu. To również stanowić może ważne wyzwanie dla współczesnego poradnictwa zawodowego zwłaszcza, jeśli weźmie się pod uwagę migracje studentów, wymiany oraz wyjazdy zagraniczne (e-doradztwo umożliwia w takim wypadku np. kontynuację już rozpoczętego procesu doradczego) czy też choćby coraz popularniejszy e-learning (jeśli studia odbywają się w formie e-learningu i właśnie taką formę nauczania z różnych przyczyn wybrali studenci, być może również z takiej formy usług poradnictwa zawodowego woleliby skorzystać)⁷. Liczne badania i opracowania wskazują na fakt, iż współcześnie zwłaszcza młodzi ludzie coraz częściej korzystają z Internetu (w tym m.in. z portali społecznościowych) – szukają tam wszelakich informacji oraz porad, wykorzystują Internet do zaprezentowania się potencjalnym pracodawcom np. poprzez swoją aktywność na portalach typu GoldenLine. Przeniesienie części usług z zakresu poradnictwa zawodowego do sieci może zatem okazać się zasadne zwłaszcza w kontekście wyników prowadzonych badań.

Z drugiej strony istotną kwestią może okazać się wykorzystanie sieci Internet oraz urządzeń mobilnych do promocji usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Jak bowiem wskazują na to specjaliści ds. marketingu, współcześnie młodzi ludzie często korzystają z Internetu oraz urządzeń mobilnych (smartfony, tablety) – są coraz bardziej aktywnymi użytkownikami różnorodnych portali, na których sami umieszczają informacje oraz ich tam poszukują (dotyczy to również informacji na temat ofert produktów, usług). W tym kontekście odpowiednio skonstruowana reklama umieszczana na portalach społecznościowych czy też urządzaniach mobilnych skierowana do młodych użytkowników często ma znaczącą siłę wpływu⁸. Reklama i promocja usług z zakresu poradnictwa zawodowego prowadzona za pośrednictwem sieci może zatem okazać się metodą skuteczną, a dzięki tego typu przedsięwzięciom więcej studentów może mieć okazję dowiedzieć się o aktualnej ofercie i dostępności usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Potwierdzają to również wyniki badań. Respondenci w zdecydowanej przewadze wskazali, iż chcieliby uzyskiwać informacje na temat

⁷ Szerzej na temat wirtualnego poradnictwa zawodowego m.in.: D. Kukla, M. Zając, *Managing virtual environment for the needs of vocational guidance development*, [w:] *Vocational counselling changes and challenges on the labour market* (red.) J. Górna, D. Kukla, Publishing House of Jan Długosz University in Częstochowa, Częstochowa 2014, s. 249–272; O. Łodyga, *Nowe technologie komunikacyjne w kontekście rozwoju zawodowego człowieka*, [w:] *Wielowymiarowość poradnictwa w życiu człowieka*, red. D. Kukla, Wyd. Difin, Warszawa 2011.

⁸ Szerzej m.in. K. Łazorko, *Działalność marketingowa polskich przedsiębiorstw a aktywność polskich konsumentów w mediach społecznościowych*, [w:] *Między pracą a konsumpcją. Co decyduje o miejscu człowieka w dzisiejszym społeczeństwie?* (red.) F. Byłok, U. Swadźba, Wyd. Śląsk, Katowice, 2014, s. 173–188; K. Łazorko, *Kierunki zmian w reklamie mobilnej na rynku polskim* [w:] *Technologie informacyjne w funkcjonowaniu organizacji. Zarządzanie z wykorzystaniem multimediów*, (red.) L. Kiełtyka, Wyd.TNOiK, Toruń, 2013, s. 95–108.

oferty z zakresu poradnictwa zawodowego za pośrednictwem Internetu. W szczególności informacje takie chcieliby znaleźć na stronie internetowej uczelni (36,36%), otrzymywać za pośrednictwem newsletterów przesyłanych im na pocztę elektroniczną (25,9%) lub za pośrednictwem mediów społecznościowych (15%). Co więcej, studenci chcieliby dowiadywać się o ofercie za pośrednictwem plakatów umieszczanych na uczelni (20%) oraz z innych form (choć nikt nie wskazał (jakich))⁹.

Wydaje się zatem, iż poradnictwo zawodowe jest potrzebne i przydatne studentom i absolwentom na różnych etapach ich szeroko pojmowanego rozwoju zawodowego. Studenci głównie wyrażają chęć uczestniczenia w poradach indywidualnych dotyczących planowania ich ścieżek karier. Najczęściej chcieliby, aby takie porady odbywały się na uczelni, by ich częstotliwość była wyższa. Na podstawie powyższych analiz wnioskować można, iż w istocie częstotliwość ta wzrosłaby, gdyby zwiększono dostępność do usług z zakresu poradnictwa zawodowego (na uczelniach) oraz informowano o nich, promowano je w bardziej skuteczny sposób.

Warto ponadto dodać, iż możliwość swobodnych wypowiedzi studentów na temat oczekiwań wobec poradnictwa zawodowego (pytanie otwarte – tabela 2) pozwala na wyciągnięcie następujących dodatkowych wniosków:

- Studenci oczekują konkretnej, rzetelnej porady – cenią sobie aktualne, bieżące informacje, które są efektem znajomości lokalnego rynku pracy, niejednokrotnie także efektem współpracy, kontaktów z lokalnymi pracodawcami. Studenci oczekują nieco innych informacji niż te, które są ogólnie dostępne i które w kilka chwili sami mogliby pozyskać. Chcieliby również mieć możliwość rzetelnej weryfikacji ogólnodostępnych informacji na temat rynku pracy. Doradców zawodowych traktują zatem jak ekspertów posiadających obszerną wiedzę zgromadzoną na podstawie m.in. prowadzonych przez siebie badań, analiz rynku pracy.
- Studenci oczekują możliwości większej częstotliwości spotkań (zwłaszcza indywidualnych), elastyczności w zakresie dostępności (godzinowej) dla studentów.
- Respondenci podkreślają wagę promocji usług w zakresie poradnictwa zawodowego, podkreślając, iż nie każdy ma świadomość, że z takich usług może skorzystać.
- Badane osoby oczekują fachowej pomocy w doborze szkoleń, swobodnego „wyjścia” do studentów z ofertą praktyk, staży, kursów dokształcających, indywidualnego podejścia do każdego studenta, szerszych informacji na temat kierunków studiów przydatnych zwłaszcza przy okazji wyboru specjalności (pojawily się głosy jakoby porada mająca na celu diagnozę predyspozycji odbywająca się przed podjęciem takiej decyzji miała być obowiązkowa).

⁹ Analizowane pytanie brzmiało: „Jakie jest najskuteczniejsze źródło informacji i promocji usług z zakresu poradnictwa zawodowego? – studenci mieli możliwość udzielenia więcej niż jednej odpowiedzi.

Tabela 2. Wybrane wypowiedzi studentów na temat ich oczekiwań wobec poradnictwa zawodowego

Jakie są Pani/Pana oczekiwania wobec usług w ramach poradnictwa zawodowego realizowanych na etapie studiów?
Oczekiwania: ✓ <i>Chciałbym uzyskać rzetelną pomoc, konkretną informację, a nie żeby to była tylko pogadanka i informacje jakie każdy może znaleźć w necie (student 3 roku).</i> ✓ <i>Usługi te powinny koncentrować się na pomocy w znalezieniu pracy. Może doradcy powinni bardziej współpracować z lokalnymi pracodawcami, znać ich potrzeby i mieć dobre kontakty (student 1 roku 2 stopnia).</i> ✓ <i>Przede wszystkim większa częstotliwość spotkań, więcej ogłoszeń na temat tych usług, Większy rozgłos (student 1 roku 2 stopnia).</i> ✓ <i>Większy nacisk na pomoc w doborze ścieżki kariery. Fachowe określenie zdolności i pomoc w doborze szkoleń; szkolenia powinny być dostępne na studiach; więcej informacji na temat możliwości skorzystania zarówno z porady, jak i szkoleń (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Rozwijanie kluczowych kompetencji, organizowanie większej ilości praktyk, ale też więcej porad indywidualnych; zwiększenie jakości (studentka 1 roku 2 stopnia).</i> ✓ <i>Doradcy powinni wiedzieć, na które kierunki jest obecnie zapotrzebowanie; wskazywać, kursy, które umożliwiają przekwalifikowanie się. Uważam, że w ogóle to poradnictwo powinno być obowiązkowe – chociażby przed ostatecznym wyborem specjalności studiów (studentka 5 roku).</i> ✓ <i>Należy zadbać o większe możliwości skorzystania z poradnictwa (dostęp); ale też o przygotowanie i kompetencje doradców. Ważne jest indywidualne podejście do każdego, rozmowy indywidualne np. na temat wyboru studiów 2 st., studiów podyplomowych, kursów; szkoleń (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Większy nacisk na szkolenie umiejętności miękkich (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Oczekuję wysokich kompetencji doradcy, dużej wiedzy na temat rynku pracy, wskazania kierunków w które warto inwestować czas (studentka 3 roku).</i> ✓ <i>Szkolenia szeroko reklamowane; lepsza promocja, szerszy zasięg; pomoc w wyborze przyszłego zawodu; biura na uniwersytetach i uczelniach wyższych; poradnictwo na każdym etapie edukacji; ogólnodostępne, większa promocja, na każdej uczelni, wydzielone miejsce, każdy powinien o nim wiedzieć; ogólnodostępność, rzetelność (studentka 2 roku 2 stopnia).</i>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Podsumowanie. Na podstawie analizy danych uzyskanych w badaniu możliwe było zrealizowanie dwóch zakładanych celów. Dowiedziono, że zgodnie z deklaracjami studentów uważają oni usługi z zakresu poradnictwa zawodowego za przydatne. Odczuwają oni potrzebę skorzystania z tego typu usług, a tym samym można stwierdzić, że istnieje realne zapotrzebowanie na usługi z zakresu poradnictwa zawodowego wśród studentów.

W toku badania okazało się, że tylko znikomy odsetek respondentów miał okazję korzystać z usług z zakresu poradnictwa na etapie studiów (wielu z nich nie wie nawet, czego usługi te mogą dotyczyć). Tym samym niemożliwe było wnikliwie i miarodajnie określenie opinii studentów na temat jakości usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Wielkość próby badawczej (czyli osób, które korzystały z takowych usług i mogły wyrazić swoją opinię o jakości) nie pozwoliła na uogólnienie otrzymanych informacji.

Jednakże bardzo istotnym wnioskiem z badań jest spostrzeżenie studentów dotyczące niedostatecznej dostępności usług z zakresu poradnictwa zawodowego oraz ich słabej promocji (czyli niejako również jakości). Czynniki te w znaczny sposób utrudniają korzystanie z tych usług większości badanych studentów, co ma wpływ na jakość. Największy problem obecnie stanowi właśnie fakt, że z usług w zakresie poradnictwa zawodowego (pomimo deklaracji chęci, zgłaszanych potrzeb, oczekiwań) nie korzysta zbyt wielu respondentów. Wydaje się zatem, iż w obecnej sytuacji najważniejszym wyzwaniem wobec poradnictwa zawodowego jest zwiększenie dostępności oraz promocji tychże usług. Oczekują tego badani studenci. Analiza oczekiwań studentów powinna zatem zostać wzięta pod uwagę podczas planowania rozwoju usług z zakresu poradnictwa zawodowego. Rozwój ten powinien dotyczyć zwiększenia dostępności do tychże usług zwłaszcza w formie porad indywidualnych (głównie na uczelni, ale także w formie porad on-line). Poradnictwo zawodowe powinno nieustannie dostosowywać się do potrzeb studentów, świadcząc pomoc m.in. w wyborze specjalności studiów, określaniu planów zawodowych, formułowaniu indywidualnej ścieżki rozwoju zawodowego, wkraczaniu na rynek pracy. Ważnym elementem usług z zakresu poradnictwa zawodowego powinna być rzetelna informacja zawodowa (informacja na temat rynku pracy, lokalnych pracodawców – zwłaszcza takie informacje, które gromadzone są na bieżąco, są efektem wnikliwej analizy rzeczywistości, pochodzą z wiarygodnych źródeł, w tym np. od pracodawców, z którymi doradcy powinni mieć kontakt). Ponadto ważna jest skuteczna promocja i informacja na temat samych usług z zakresu poradnictwa zawodowego (oraz możliwości skorzystania z nich), wyrażanie zachęt, motywowanie. Płynny system informacji zapewne pozwoli na usprawnienie funkcjonowania poradnictwa zawodowego, jak również przyniesie korzyści samym studentom.

Z powyższego wynika zatem, iż istnieje realna potrzeba rozwoju usług z zakresu poradnictwa zawodowego skierowanych do studentów uczelni wyższych, a rynek pracy, edukacji, jak również oczekiwania studentów stawiają wiele wyzwań wobec współczesnego poradnictwa zawodowego.

Bibliografia

1. Aktywność ekonomiczna ludności Polski. IV kwartał 2014, GUS, Departament Badań Demograficznych i Rynku Pracy, Warszawa 2015 dostęp online: stat.gov.pl/download/gfx/.../aktywnosc_ekonomiczna_iv_kw_2014.pdf (30.07.2015).
2. Piróg D., *Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” nr 9/2013, s. 302.
3. Ertelt B.J., *Tendencje rozwojowe eurodoradztwa*, [w:] *Tendencje i wyzwania poradnictwa zawodowego*, (red.) W. Duda, G. Wieczorek, D. Kukła, Wyd. Im. St. Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa 2010, s. 34.
4. Akademickie Biura Karier w Polsce. Bieżąca Działalność i możliwości rozwoju, Wyd. Rzecznik Praw Absolwenta, Warszawa 2014, dostęp: http://www.rgnisw.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2014_04/a6209ec0d9ee2ebb9d13f934c76125ec.pdf (01.08.2015).
5. Kukła D., Zając M., *Managing virtual environment for the needs of vocational guidance development*, [w:] *Vocational counselling changes and challenges on the labour market* (red.) J. Górna, D. Kukła, Publishing House of Jan Długosz University in Częstochowa, Częstochowa 2014, s. 249–272.
6. Łodyga O., *Nowe technologie komunikacyjne w kontekście rozwoju zawodowego człowieka*, [w:] *Wielowymiarowość poradnictwa w życiu człowieka*, red. D. Kukła, Wyd. Difin, Warszawa 2011.
7. Łazorko K., *Działalność marketingowa polskich przedsiębiorstw a aktywność polskich konsumentów w mediach społecznościowych*, [w:] *Między pracą a konsumpcją. Co decyduje o miejscu człowieka w dzisiejszym społeczeństwie?* (red.) F. Bylok, U. Swadźba, Wyd. Śląsk, Katowice, 2014, s. 173–188.
8. Łazorko K., *Kierunki zmian w reklamie mobilnej na rynku polskim*, [w:] *Technologie informacyjne w funkcjonowaniu organizacji. Zarządzanie z wykorzystaniem multimedialnych*, (red.) L. Kiełtyka, Wyd.TNOiK, Toruń, 2013, s. 95–108.

dr hab. Daniel KUKŁA

Akademia im. Jana Długosza, Częstochowa
Zakład Doradztwa Zawodowego
d.kukla@ajd.czyst.pl

mgr Marta ZAJĄC

Politechnika Częstochowska
Wydział Zarządzania
mart.zajac@gmail.com