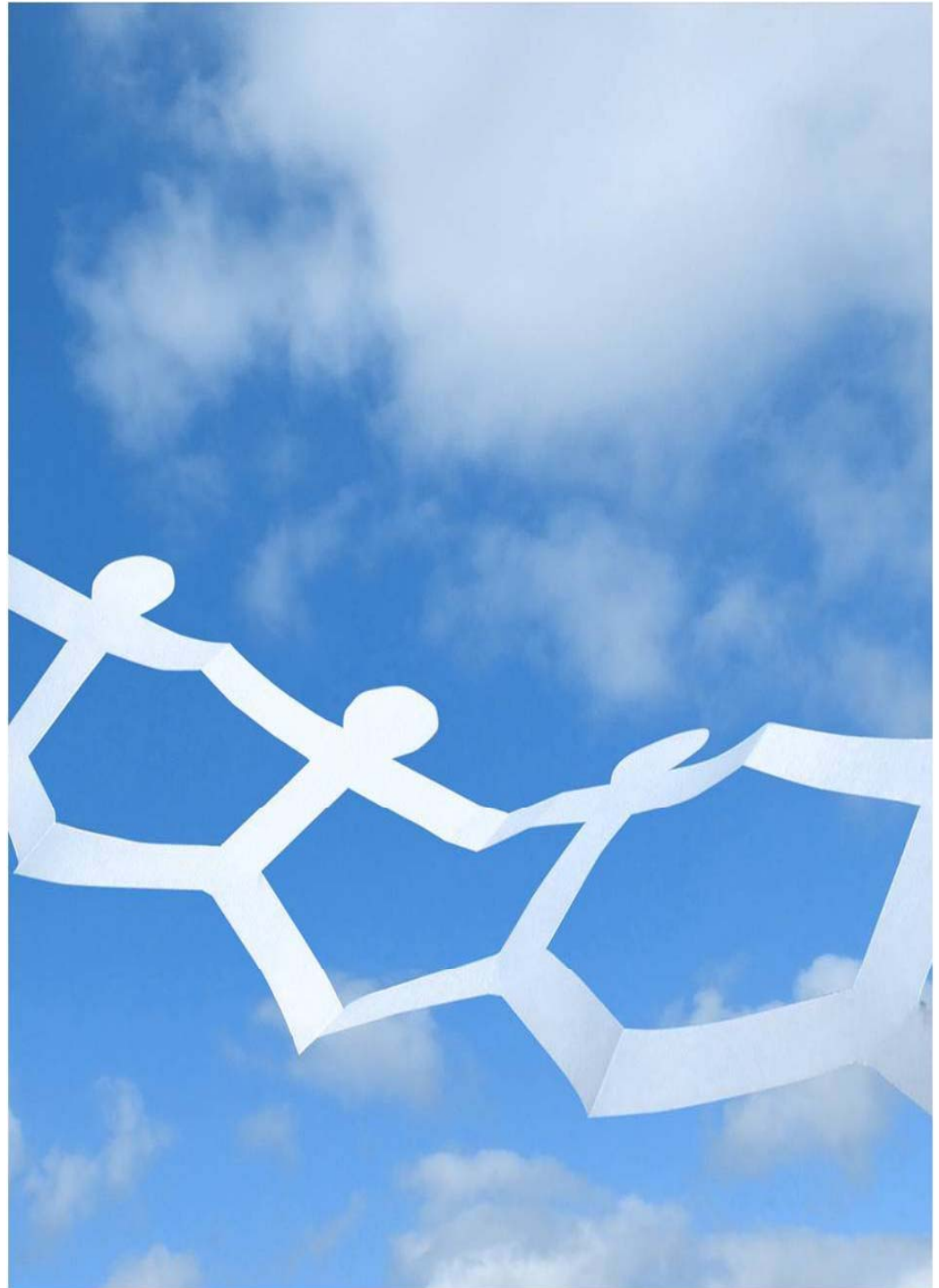


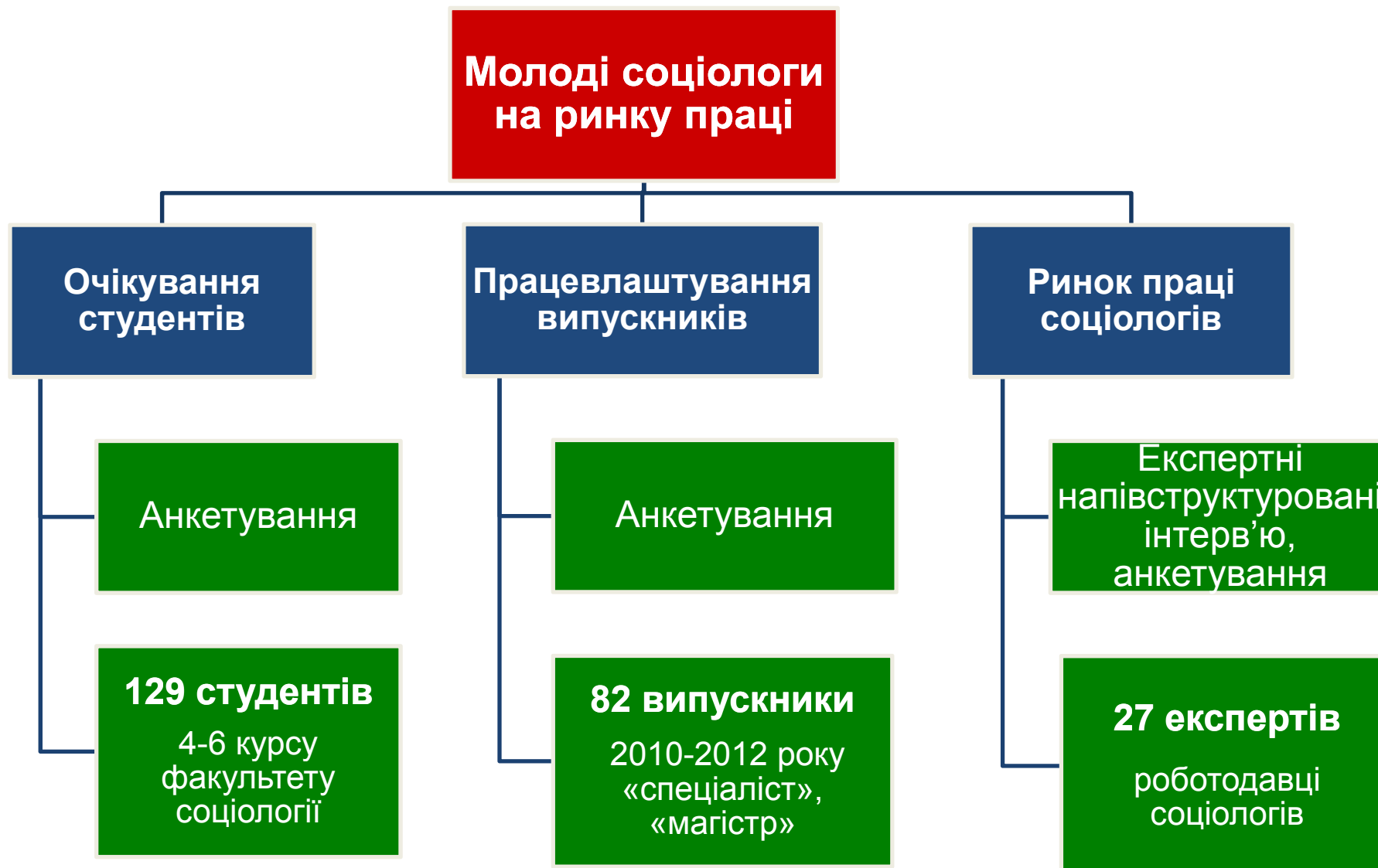
ВИПУСКНИК-СОЦІОЛОГ НА РИНКУ ПРАЦІ

звіт за результатами
дослідження

(Лютий-Березень 2013)



Структура дослідження



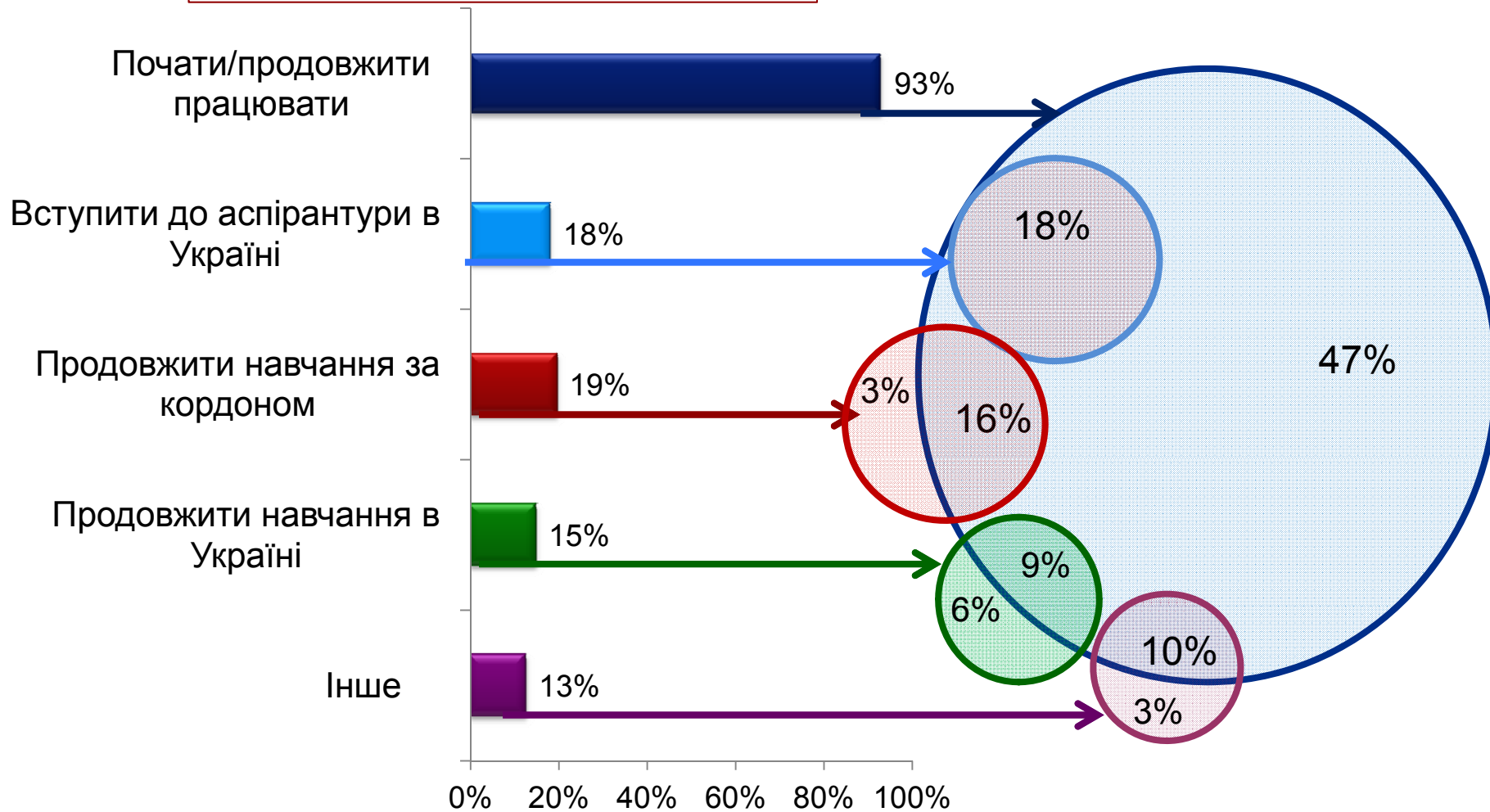
Результати досліджень
«Перспективи працевлаштування очима студентів» та
«Випусники-соціологи на ринку праці»



Діяльність після закінчення навчання. Плани **СТУДЕНТІВ**



Після закінчення навчання Ви хотіли б...



Діяльність після закінчення навчання. Плани **СТУДЕНТІВ** та діяльність **ВИПУСКНИКІВ**



Студенти

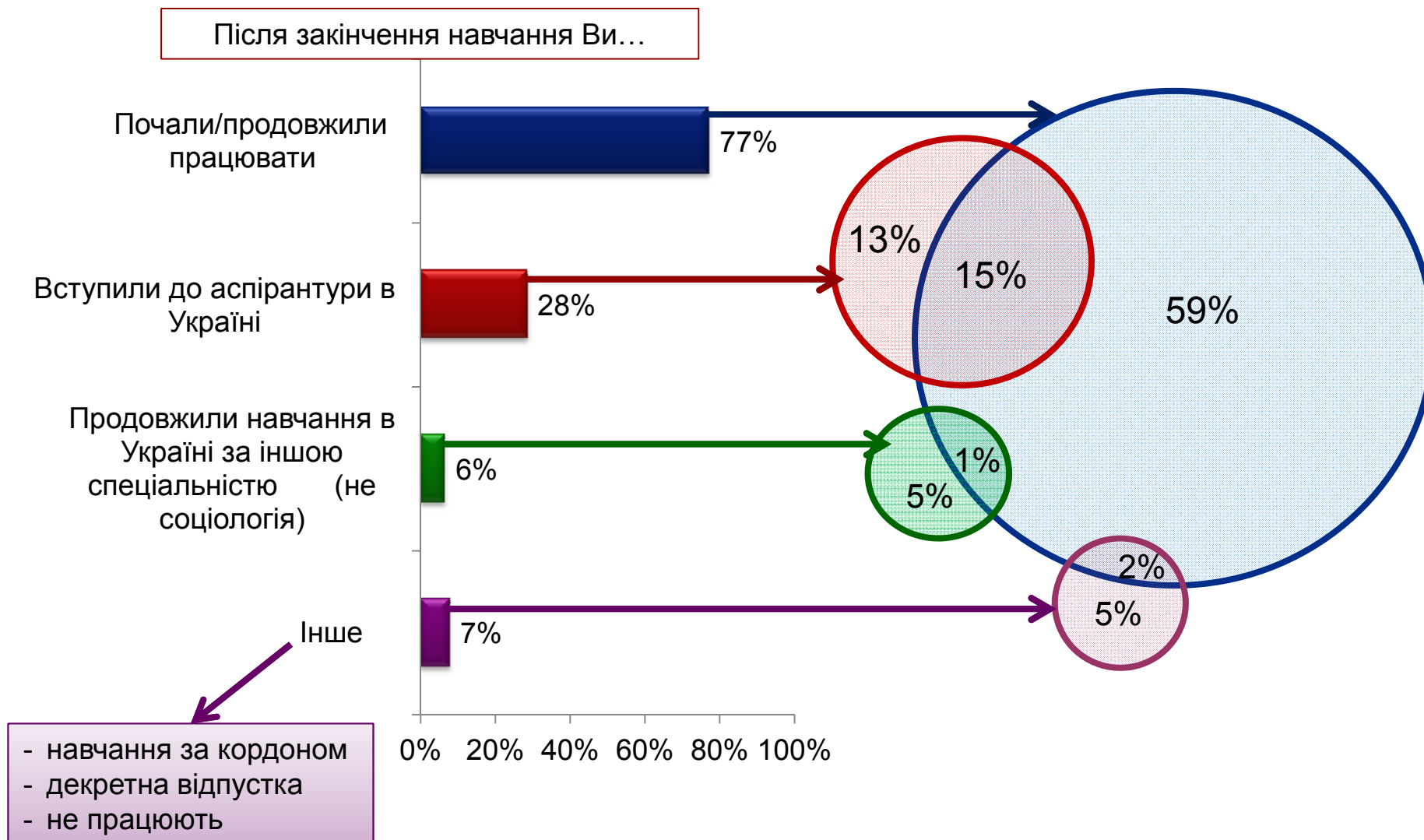
Після закінчення навчання **Ви хотіли б...**

Випускники

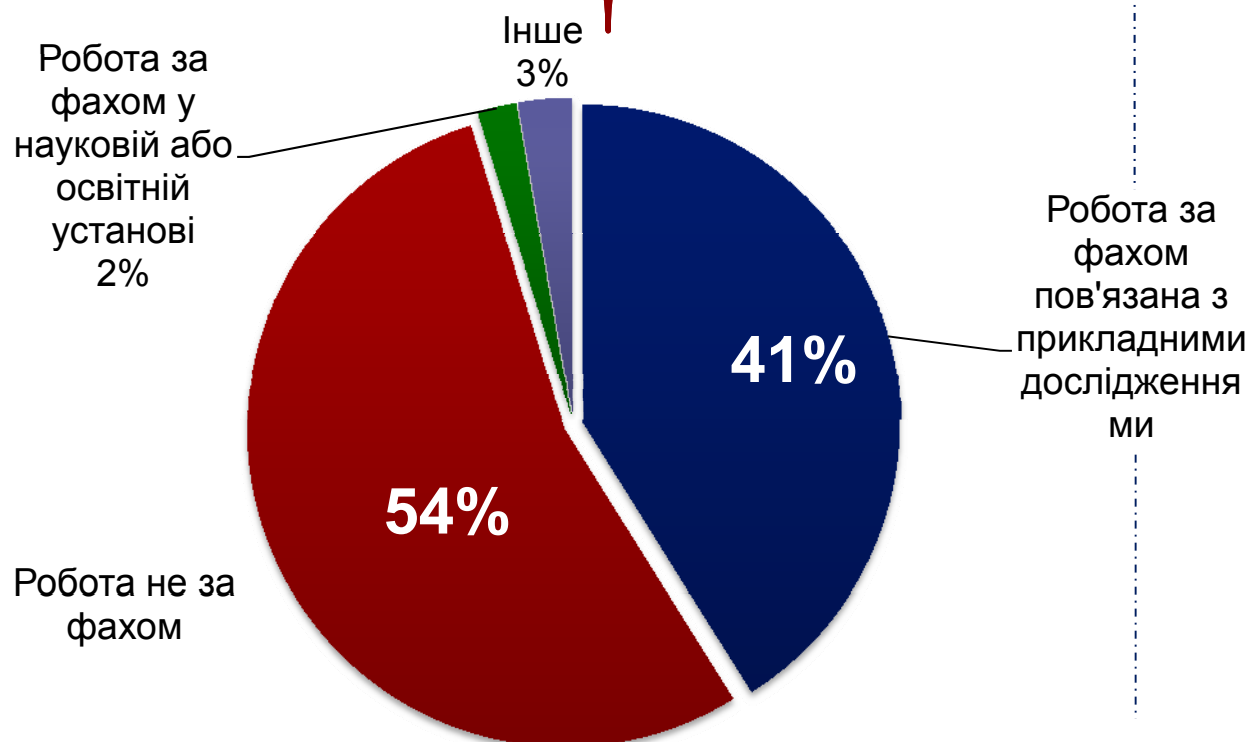
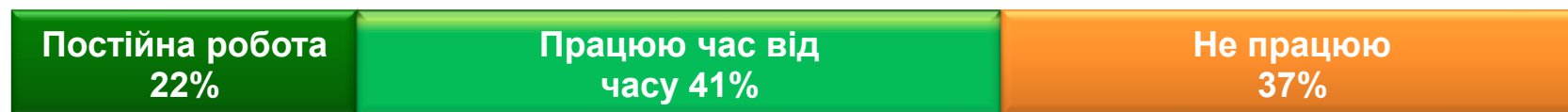
Після закінчення навчання **Ви ...**



Діяльність після закінчення навчання. ВИПУСКНИКИ



Зайнятість СТУДЕНТІВ старших курсів



Чи важливо знайти роботу за фахом?

Неважливо 45%

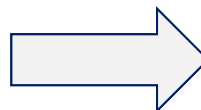
Важко сказати..

Важливо 33%

Перша основна робота **ВИПУСКНИКІВ** після закінчення навчання



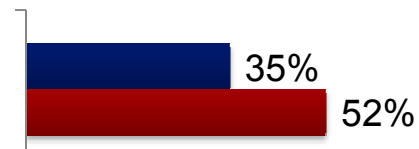
Робота за ФАХОМ / НЕ ЗА ФАХОМ



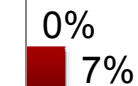
Розподіл по статі



Робота за фахом пов'язана з прикладними дослідженнями



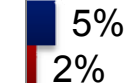
Робота за фахом у науковій або освітній установі



Робота не за фахом



Інше



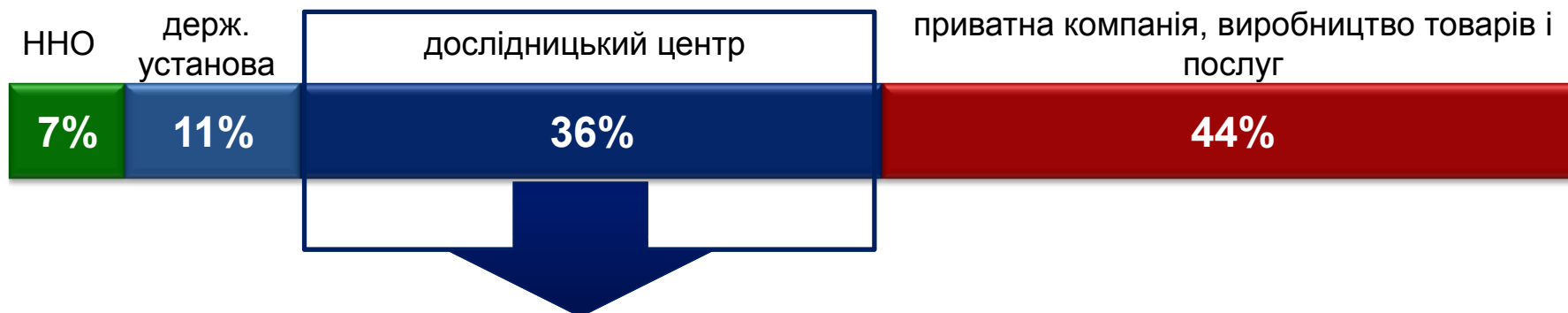
■ Чоловіки
■ Жінки

Коли Ви почали працювати на першій основній роботі?

Під час навчання
49%

Після закінчення навчання
51%

Опис першого робочого місця **ВИПУСКНИКІВ**



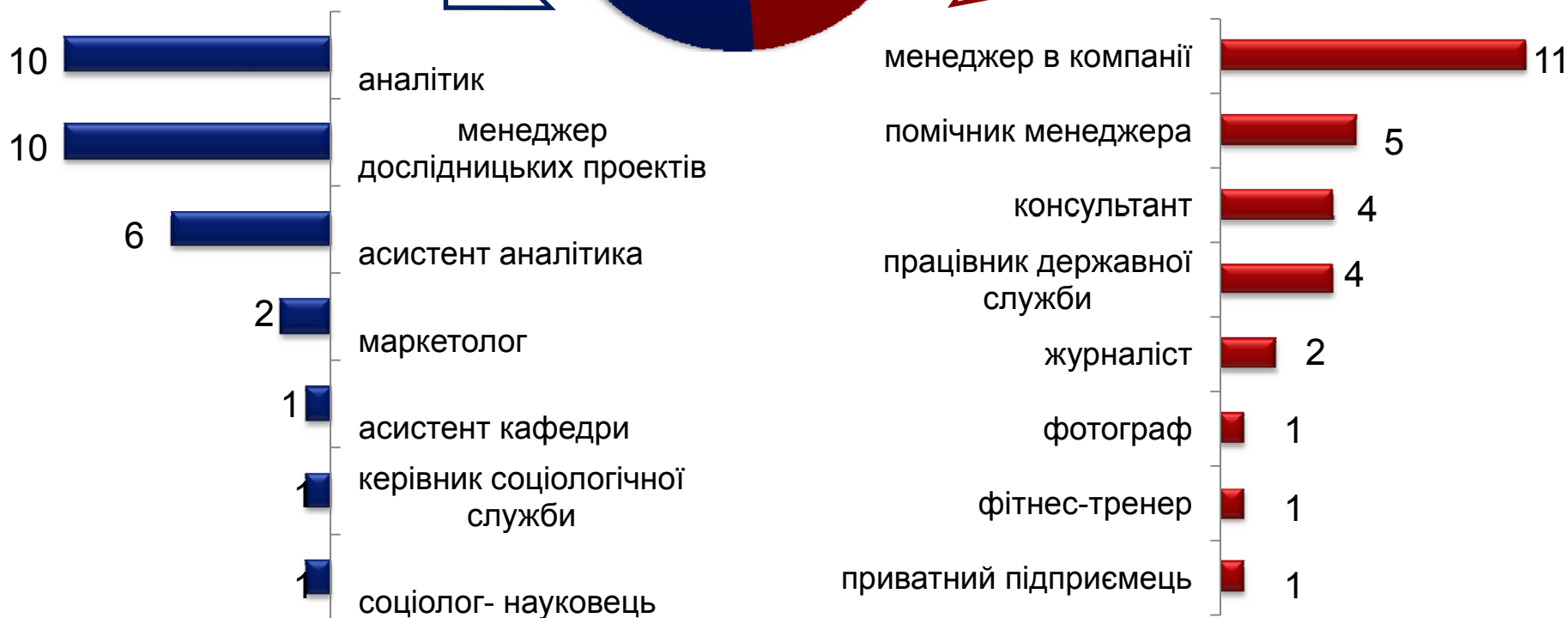
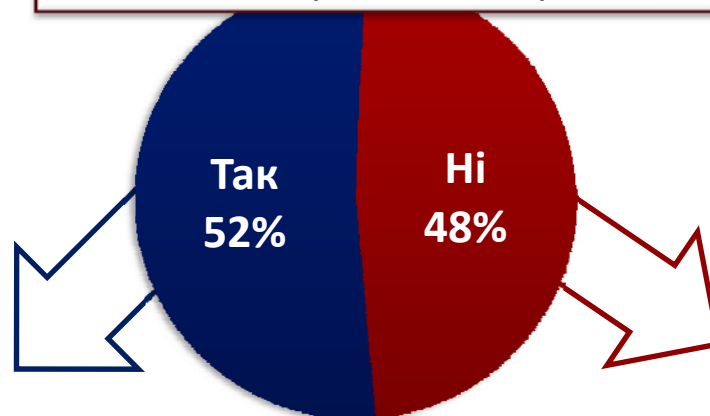
| | | | |
|--|---|--------------------------------|---|
| UMP | 4 | UMG-International | 1 |
| Український інститут соціальних досліджень ім.О.Яременка | 2 | Touchpoll | 1 |
| MASMI Research Group | 2 | Фонд 'Демократичні ініціативи' | 1 |
| TNS | 2 | Центр 'Соціальний моніторинг' | 1 |
| Інститут соціології НАН України | 2 | моніторинг ЗМІ Україна | 1 |
| Інститут економічних досліджень та політичних консультацій | 1 | ИКГ Solving | 1 |
| КМІС | 1 | | |

* ННО - неприбуткова недержавна організація

Посади **ВИПУСКНИКІВ** на робочих місцях



Робота за фахом/не за фахом



Абсолютні значення

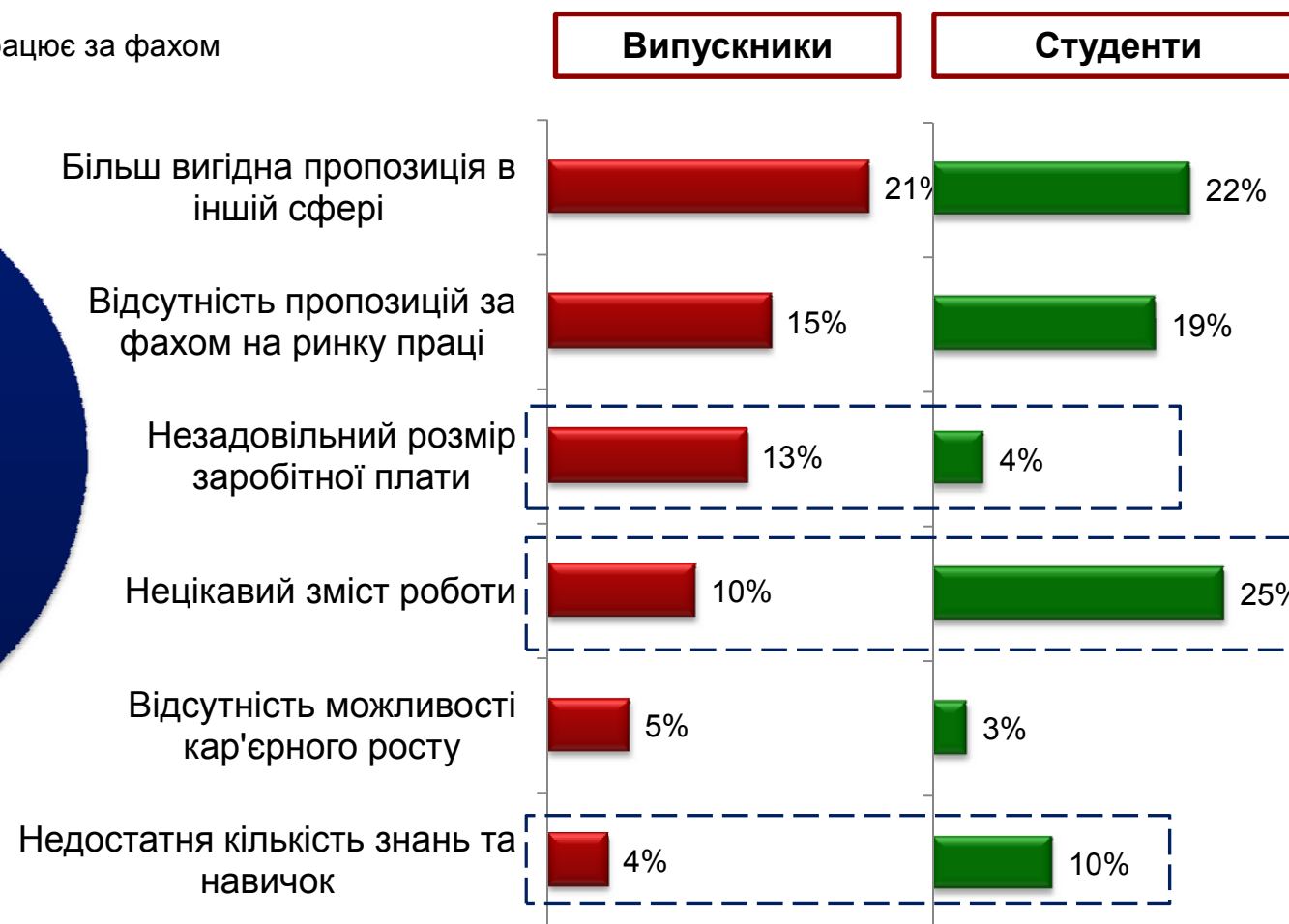
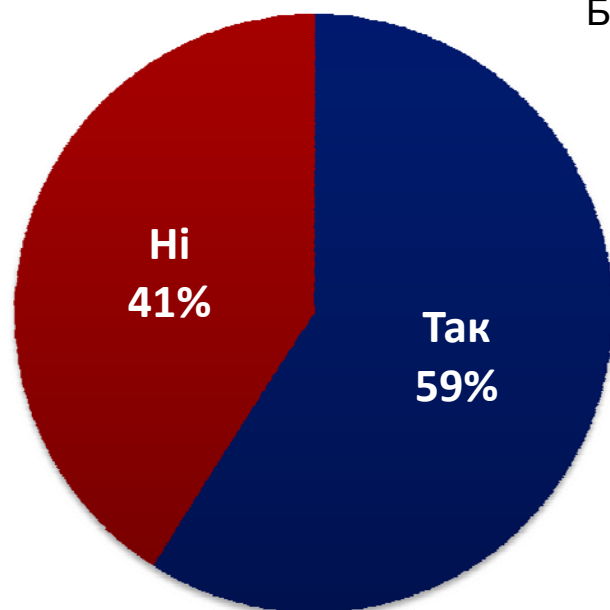
Працевлаштування НЕ за фахом. ВИПУСКНИКИ та СТУДЕНТИ



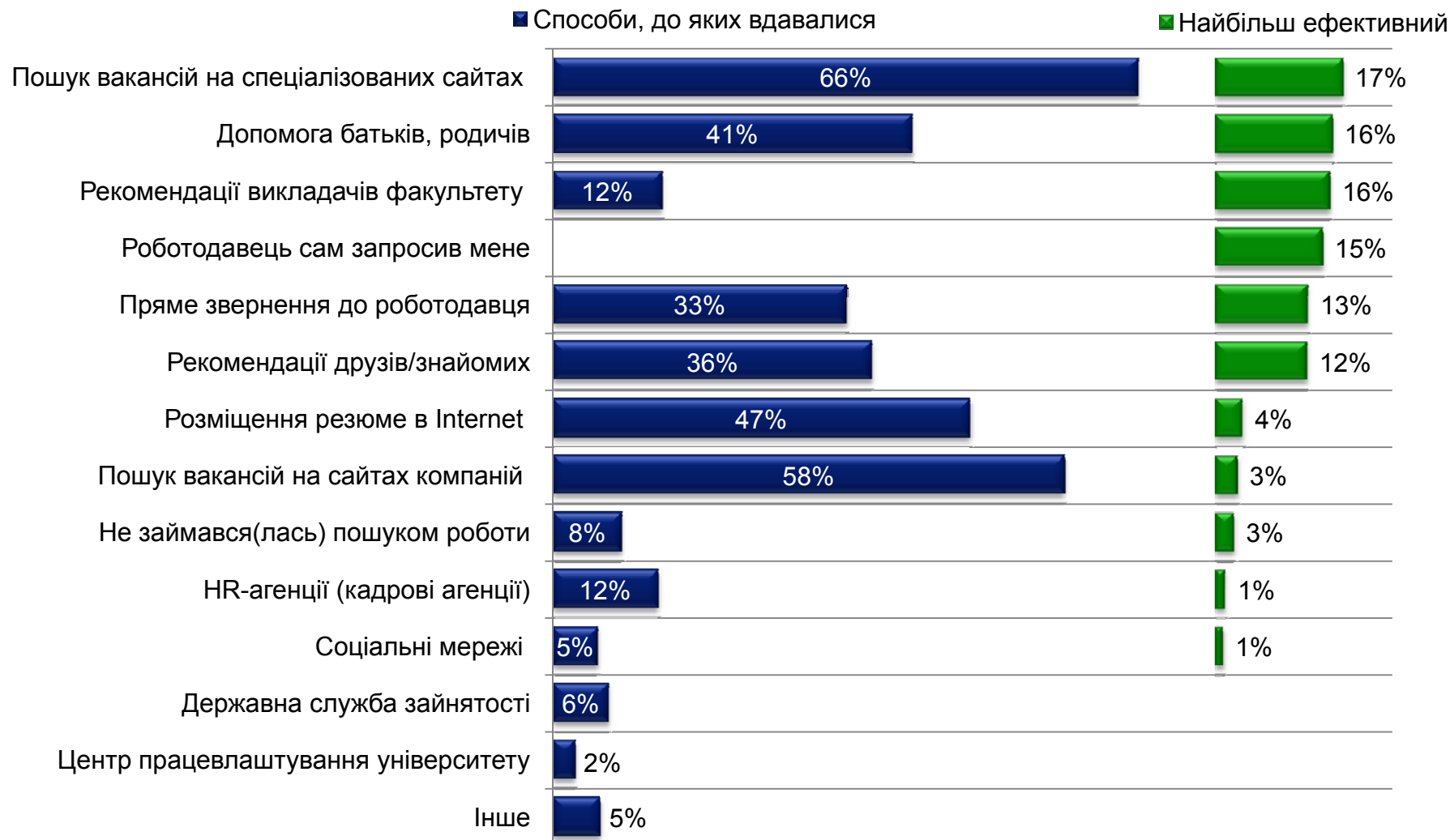
Спроби влаштуватись за фахом*

Причини працевлаштування не за фахом

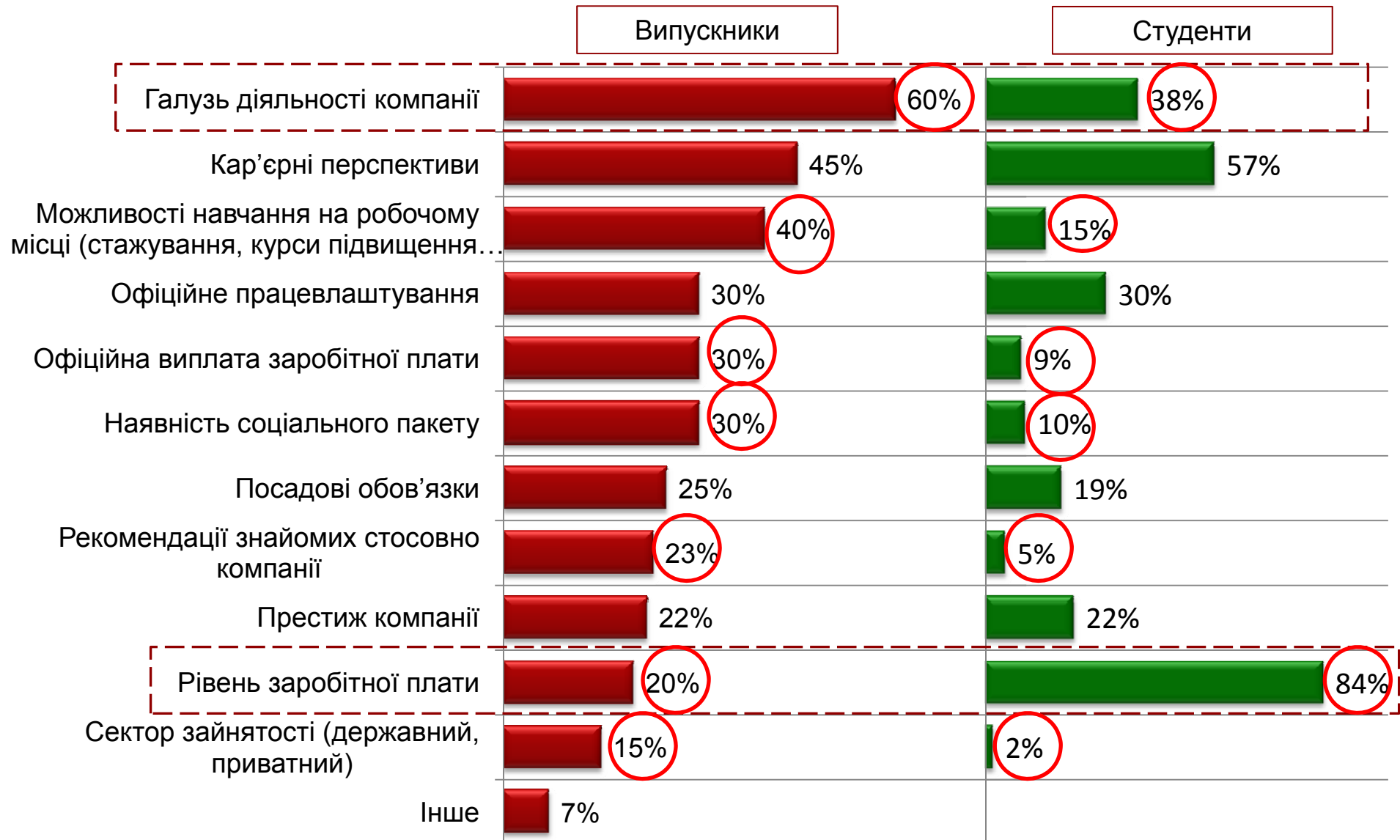
* – серед тих випускників, хто не працює за фахом



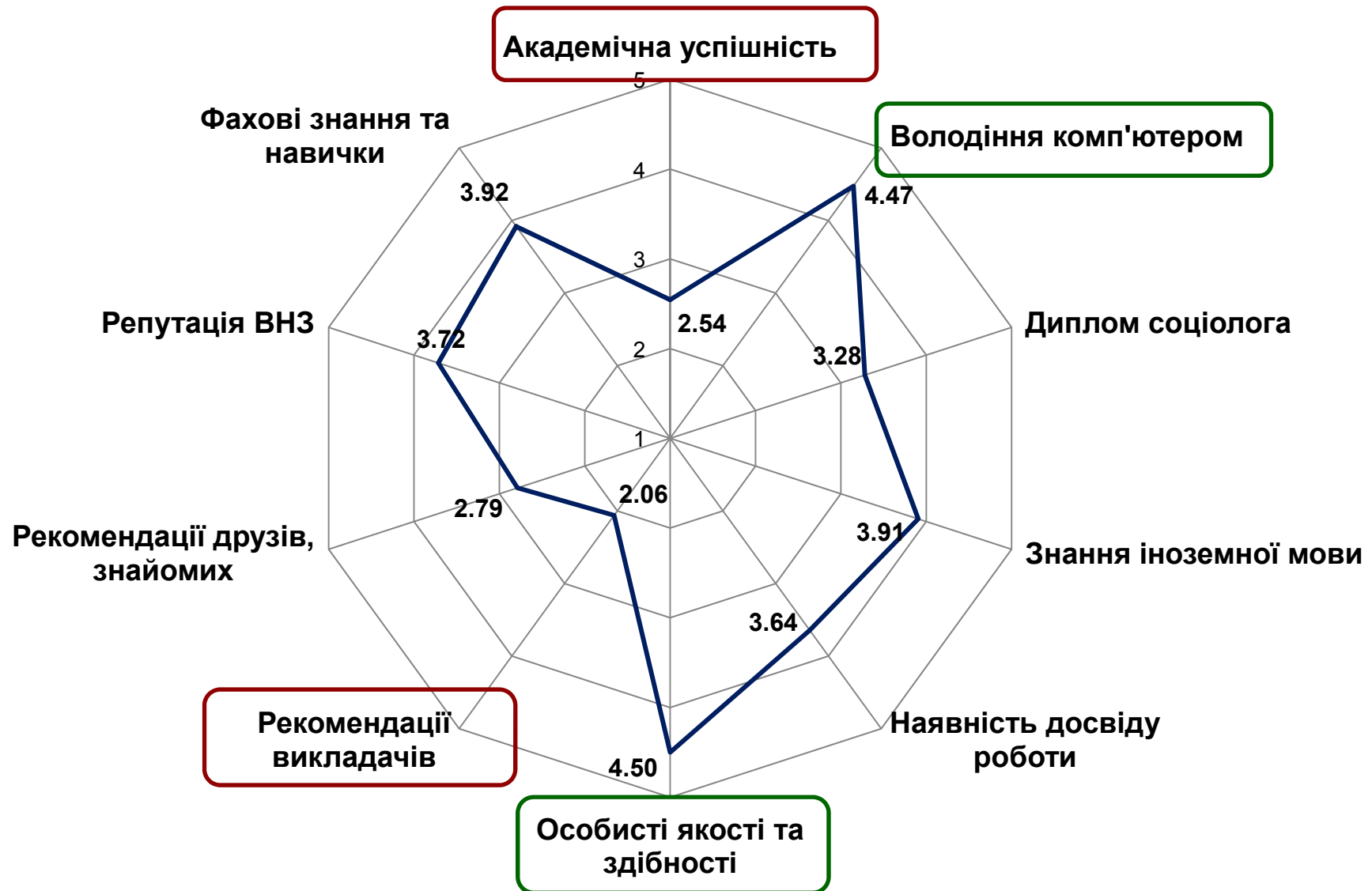
Способи пошуку роботи ВИПУСКНИКАМИ



Фактори вибору робочого місця: досвід **ВИПУСКНИКІВ** та плани **СТУДЕНТІВ**

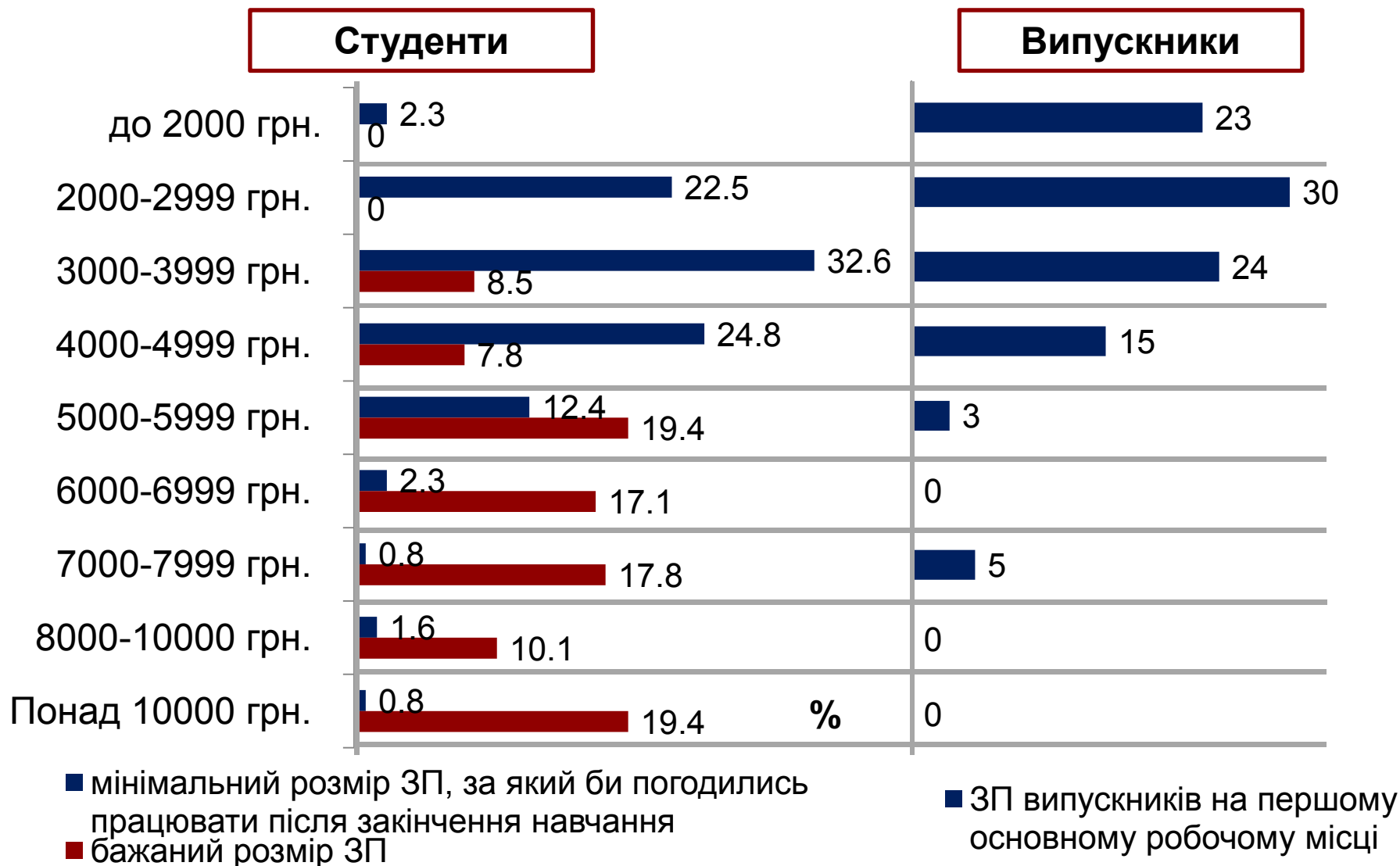


Критерії вибору роботодавцем працівника на думку ВИПУСКНИКІВ, 5-бальна шкала, середні



Заробітна плата:

ОЧІКУВАННЯ СТУДЕНТІВ / РЕАЛІЇ ВИПУСКНИКІВ



Оцінка корисності знань для трудової діяльності, 10-бальна шкала, середні



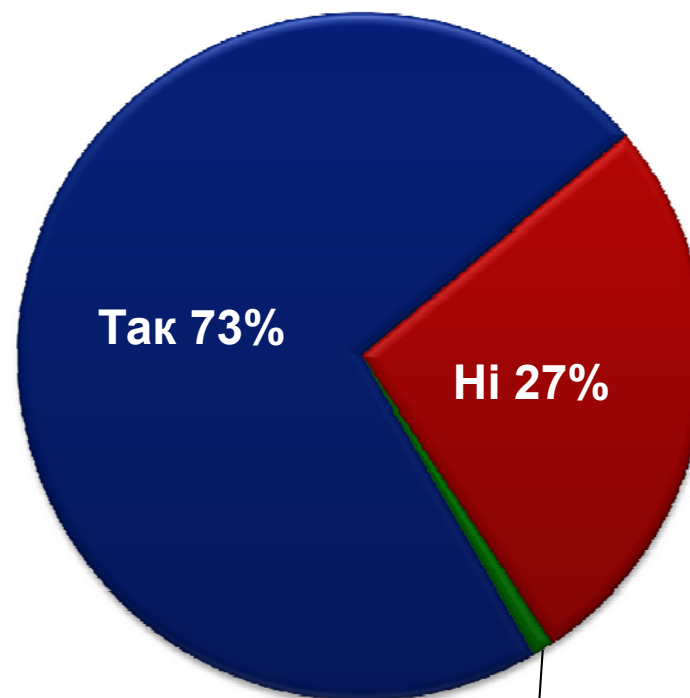
Потенціал вибору соціології при можливості здійснення вибору зараз



Студенти

Випускники

Якби Ви могли сьогодні обирати спеціальність для навчання, чи обрали б соціологію?

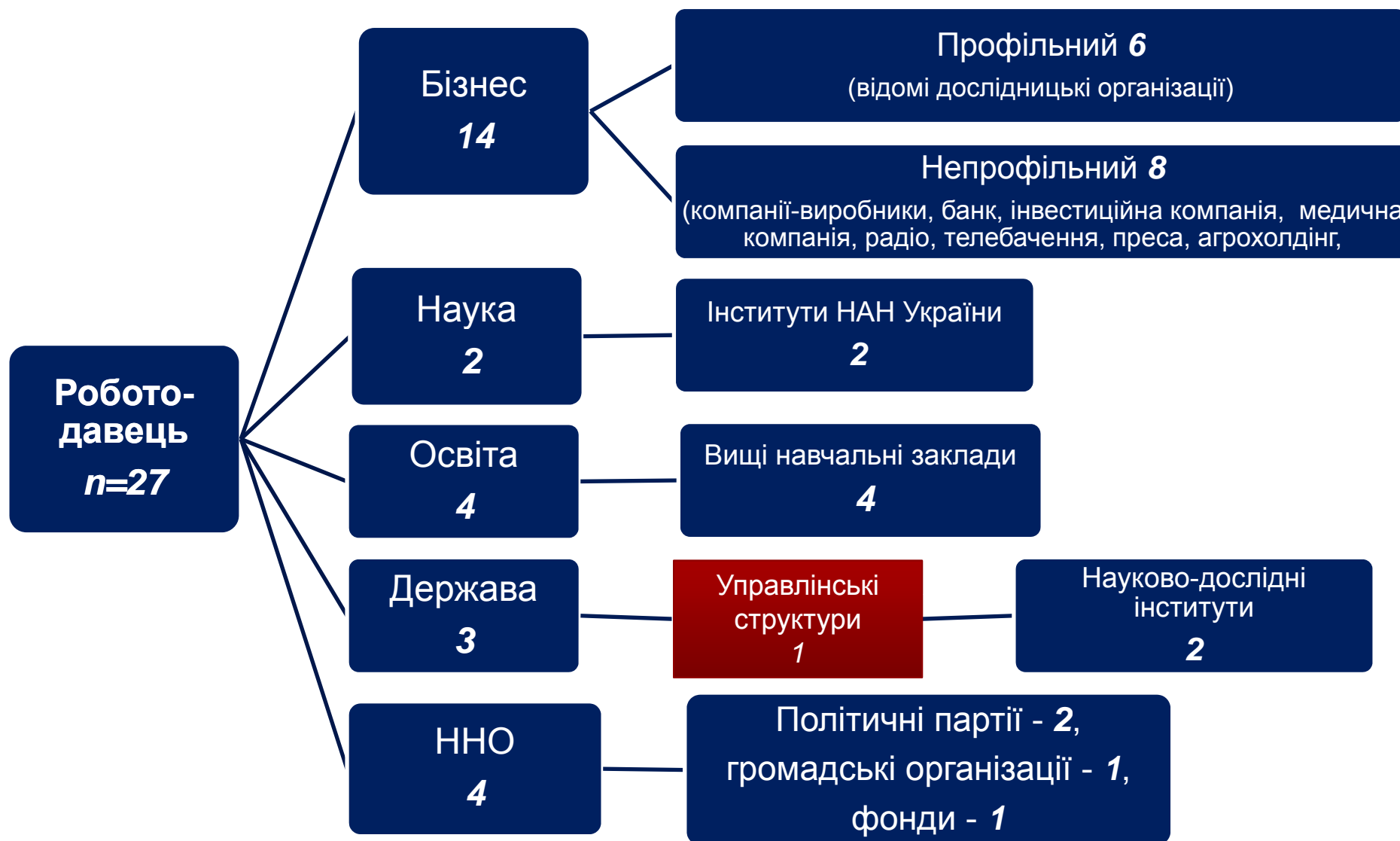


Важко
відповісти

СОЦІОЛОГ НА РИНКУ ПРАЦІ ОЧИМА РОБОТОДАВЦЯ



РЕЗУЛЬТАТ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК



Соціолог з точки зору роботодавців



СОЦІОЛОГУ ПОТРІБНО ...

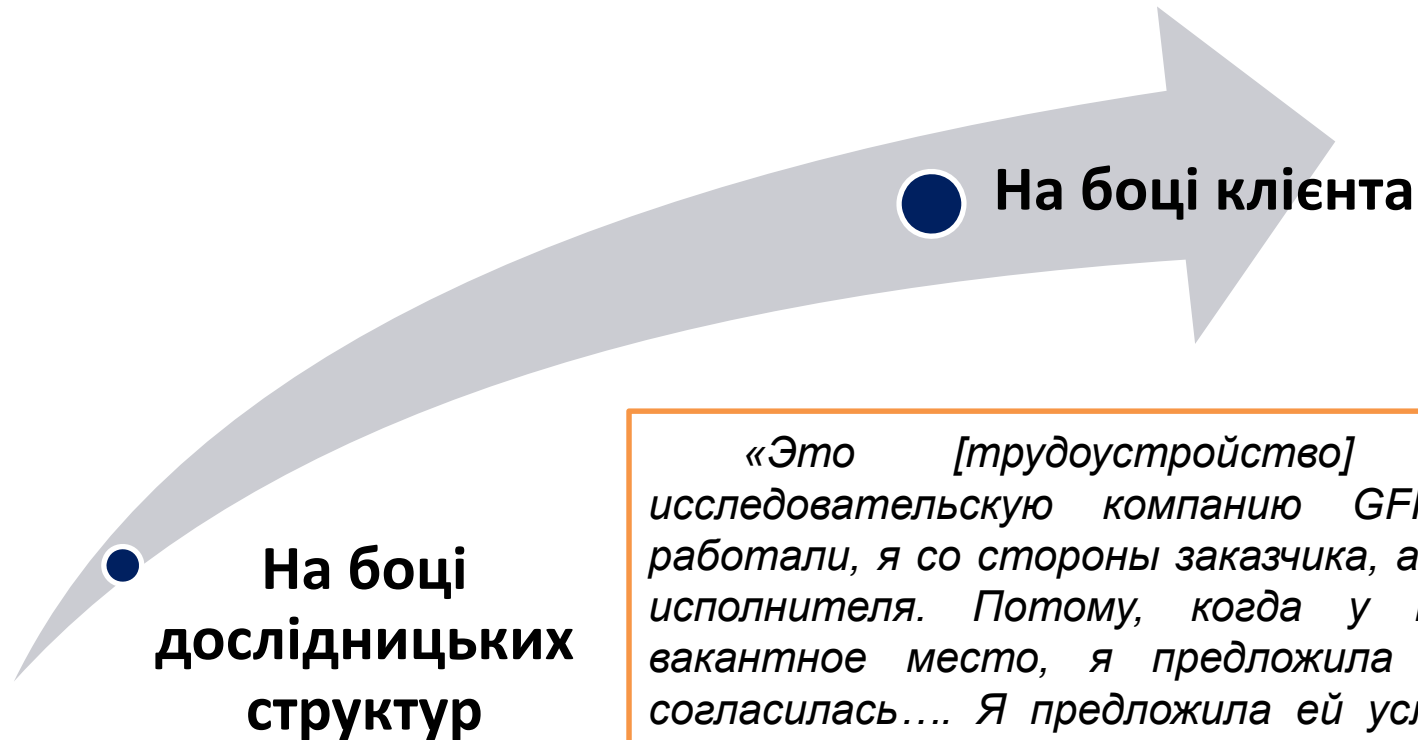


Профільний і непрофільний бізнес

/соціологічні та
маркетингові
дослідження/

- працювати з програмами статистичної обробки даних
- мати хороші аналітичні здібності
- вміти організувати і провести прикладне дослідження
- бути пунктуальним і відповідальним
- вміти чітко і переконливо доносити ідеї публіці, створювати хороші презентації, писати коротко та інформативно
- знати англійську мову

Канал вертикальної мобільності



«Это [трудоустройство] было через исследовательскую компанию GFK, мы вместе работали, я со стороны заказчика, а она со стороны исполнителя. Потому, когда у меня появилось вакантное место, я предложила работу, и она согласилась.... Я предложила ей условия получше... Ну и я думаю, что интереснее»

(Банк)

«...у нас работают социологи, у відділі маркетингу. Ми беремо скоріше не соціолога як такого, а спеціаліста з досвідом роботи в соціологічних, наприклад, компаніях, TNS, GFK...»

(Медична компанія)

СОЦІОЛОГУ ПОТРІБНО ...



НАУКА

/інститути НАН України/

- бути націленим на пошук нового
- вміти працювати з літературою і систематизувати інформацію
- добре висловлюватися письмово
- досконало знати англійську мову
- вміти чітко і переконливо доносити ідеї публіці



ОСВІТА

/ВНЗ/

- вміти організувати і провести всі етапи соціологічного дослідження
- вміти викладати

СОЦІОЛОГУ ПОТРІБНО ...



ДЕРЖАВА

/науково-дослідні
установи
управлінських
структур/

- мати науковий ступінь
- здійснювати ґрунтовний аналіз подій в країні та світі
- вміти чітко і переконливо доносити ідеї публіці
- добре висловлюватися письмово
- знати англійську мову

СОЦІОЛОГУ ПОТРІБНО ...



ННО

/політичні партії,
громадські організації,
фонди/

- бути досвідченим експертом;
- мати досвід в організації всіх етапів прикладного дослідження;
- оперувати новими соціальними категоріями (наприклад, “гендер”)
- знати англійську та інші мови;
- бути громадським активістом

Способи професійної реалізації соціологів



ФУНДАМЕНТАЛЬНА СОЦІОЛОГІЯ



Мотивація до роботи: інтерес до нового, робота, престиж в наукових та соціальних координатах.

Як потрапити: аспірантура вищих навчальних закладів, Інститут соціології НАН України.

Конкурентні переваги: науковий ступінь, рекомендації, фахові знання, публікації.



ПРИКЛАДНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мотивація до роботи: кар'єрне зростання, гроші.

Як потрапити: проходження практики, робота на асистентських посадах у відомих дослідницьких організаціях.

Конкурентні переваги: досвід роботи, рекомендації, фахові знання.

Основні результати дослідження



- Після закінчення ВНЗ переважна більшість – **93% студентів** факультету соціології **бажають працювати**.
- Після закінчення ВНЗ **бажання студентів зазнають значної корекції**:
 - працює менша частка – **77%** випускників, навчається в аспірантурі більша – **28%**, частка сумісників (що працюють і навчаються) значно менша - 17%.
- **63% студентів** старших курсів **працює** під час навчання.
- Серед працюючих студентів 54% працює не за фахом, після закінчення розподіл за фахом і не за фахом зберігається - приблизно 50/50.
- Переважна **більшість випускників працюють у приватному секторі**, 36% в дослідницьких установах та компаніях.
- Основні посади випускників: **за фахом – аналітик і менеджер проектів**, не за фахом – просто **менеджер**.
- Впевненість у правильності вибору спеціальності у випускників факультету соціології значно вища, ніж у студентів - **73% випускників знову б обрали цю спеціальність**.

Основні результати дослідження



- Найбільш ефективними виявились – **пошук вакансій на рекрутингових сайтах, допомога родичів, рекомендації викладачів.**
- Для студентів найбільш важливий фактор вибору робочого місця – це **рівень оплати**, випускники працюють на перспективу - для них перш за все важливі - **галузь діяльності компанії та кар'єрні можливості.**
- Найбільш важливими якостями для успішного працевлаштування за оцінками випускників є: 1) **особисті якості і здібності**, 2) **фахові знання**, 3) **комп'ютерні навички та іноземна мова.**
- На ринку праці існують різні вимоги до соціологів:
 - Для роботи **в сфері бізнесу**, перш за все, важливі аналітичні здібності та вміння працювати з програмами статистичної обробки даних
 - Для роботи **в науці та освіті** – націленість на пізнання, а також вміння працювати з літературою, систематизувати інформацію.
- Існують два основних способи професійної реалізації соціологів – **соціолог-науковець** (у сферах науки та освіти) та **соціолог-практик** (в сфері профільного та непрофільного бізнесу).

Висновки



- Студент повинен розуміти альтернативи, які в нього є: це або робота в сфері науки та освіти, або - в сфері бізнесу.
- Сподівання студентів про навчання за кордоном після закінчення університету для більшості не реалізуються.
- Вміння провести прикладне соціологічне дослідження в повному обсязі є критично необхідним для значної кількості пропозицій на ринку праці.
- Під час навчання доречно ввести декілька курсів, які б давали студентам вміння та навички, корисні для роботи в комерційній сфері: курси маркетингу та менеджменту, комунікативні курси, тренінги по працевлаштуванню.

Дякуємо за
увагу!

