



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Podlaskie Obserwatorium  
Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską  
ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach  
Działania 8.1 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



---

## **STRESZCZENIE WYNIKÓW BADAŃ PODMIOTÓW GOSPODARKI WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO W ZAKRESIE POTRZEB INFORMACYJNYCH**

**Przygotował zespół ekspertów w składzie:**

*dr hab. inż. Wiesław Matwiejczuk, prof. nzw. - kierownik projektu*

*dr inż. Wiesław Urban*

*dr Katarzyna Dębkowska*

*dr inż. Tomasz Matwiejczuk*

*dr Andrzej Pawluczuk*

*dr inż. Joanna Ejdys*

*mgr Janusz Baczewski*

*mgr Mirosław Leśniewski*

*EDC Sp. z o.o.*

Białystok, 2009



Celem badań było określenie potrzeb informacyjnych podmiotów podlaskiego rynku pracy, które posłużą do stworzenia modelu Obserwatorium i zaprojektowania jego pracy. Badanie zostało podzielone na trzy etapy: przygotowania, zbierania danych oraz analizy wyników. W etapie pierwszym stworzono koncepcję badania, dobrano metody badawcze i instrumenty pomiarowe, określono zasady doboru próby. W ramach etapu drugiego przeprowadzono właściwe badania w formie:

- wywiadu pogłębionego z wybraną grupą najważniejszych na podlaskim rynku pracy podmiotów,
- wywiadu kwestionariuszowego z grupą mieszkańców województwa.

Podczas etapu trzeciego zebrane wywiady posłużyły do opracowania zbiorczych wyników badań i sformułowania wniosków.

Raport przedstawia wyniki wywiadów pogłębionych z najważniejszymi podmiotami podlaskiego rynku pracy oraz wyniki badań przeprowadzonych na próbie mieszkańców województwa podlaskiego w zakresie informacji o rynku pracy na potrzeby projektu Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych. Badania zostały przeprowadzone w grudniu 2008 r.

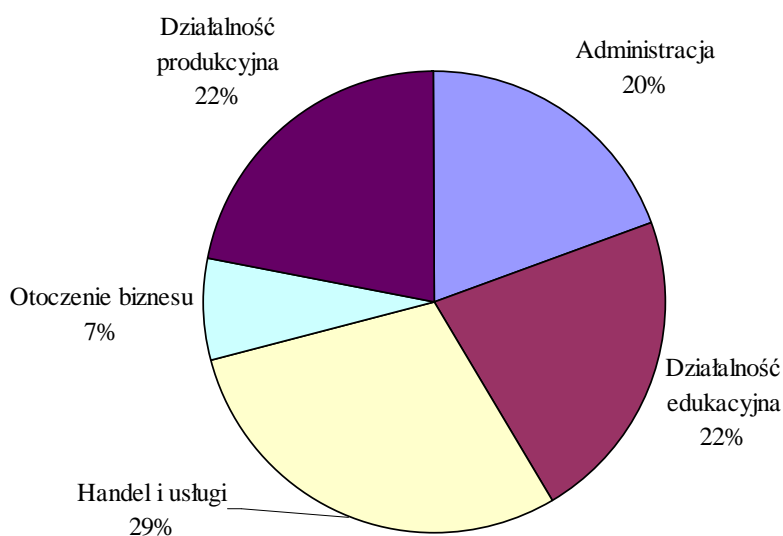
## **WYWIAD POGŁĘBIONY Z NAJWAŻNIEJSZYM PODMIOTAMI PODLASKIEGO RYNKU PRACY**

Do zbadania podmiotów pełniących kluczową rolę na rynku pracy wykorzystano bezpośredni wywiad swobodny pogłębiony, a narzędziem badawczym tego wywiadu była lista dyspozycji, którą posługiwał się badacz.

Celem przeprowadzonych badań pogłębionych było w szczególności:

- określenie głównych obszarów (dylematów) decyzyjnych związanych z rynkiem pracy,
- wskazanie analiz i opracowań będących w dyspozycji respondentów, przeprowadzonych we własnym zakresie,
- określenie istniejącej luki zapotrzebowania na analizy, opracowania i raporty dotyczące rynku pracy,
- dokonanie oceny przydatności potencjalnych produktów projektowanego Obserwatorium,
- określenie wytycznych dla funkcjonowania Obserwatorium (zakres działania, zakres gromadzonych informacji),
- poznanie preferencji respondentów co do formy rozpowszechniania wyników pracy Obserwatorium.

Wywiady pogłębione zostały skierowane do kluczowych osób decyzyjnych w badanych 41 organizacjach. Liczbę i strukturę organizacji objętych badaniami w podziale na 5 kategorii rodzajów działalności przedstawiono na rysunku 1.



**Rysunek 1. Struktura badanych organizacji według rodzaju działalności**

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

W grupie 41 organizacji, 31 jednostek (co stanowiło 75,6% badanych) ma swoje siedziby na terenie miasta Białystok, pozostałe 10 jednostek (24,4%) poza terenem miasta Białystok. Wykaz jednostek objętych badaniami przedstawiono w tabeli 1.

Do zbadania wyszczególnionych w tabeli organizacji, pełniących kluczową rolę na rynku pracy, zastosowano bezpośredni wywiad swobodny pogłębiony. Zastosowana metoda polegała na indywidualnej rozmowie osoby badanej z prowadzącą badania, która miała z góry założoną strukturę i cel. Wywiad pogłębiony miał ustalony schemat wątków tematycznych poruszanych w trakcie rozmowy, w celu uzyskania jak największej szczegółowych informacji. Narzędzie badawcze stanowiła lista dyspozycji, wykorzystywana przez badacza do usystematyzowania wywiadu. Lista została opracowana przez zespół autorów i zweryfikowana przez Zleceniodawcę.

Analizę zgromadzonych danych przeprowadzono wyróżniając cztery główne obszary

1. Identyfikacja głównych potrzeb informacyjnych.
2. Ocena przydatności potencjalnych produktów obserwatorium.
3. Wskazówki do funkcjonowania obserwatorium i zasoby informacyjne.
4. Metody i narzędzia upowszechniania wyników pracy obserwatorium.

**Tabela 1. Wykaz jednostek objętych badaniami**

Lp.	Nazwa jednostki	Obszar działania <sup>1</sup>	Rodzaj działalności <sup>2</sup>
1	Spółdzielnia Mleczarska "Mlekoop"	teren	PROD
2	Podlaskie Zakłady Zbożowe S.A.	Białystok	PROD
3	Agrovita Białystok Sp. z o.o.	Białystok	PROD
4	Galeria Kwadrat Sp. z o.o., Hipermarket	Białystok	HIU
5	Powszechna Spółdzielnia Spożywców "SPOŁEM"	Białystok	HIU
6	Unibep S.A.	teren	HIU
7	PPUH Kombinat Budowlany	Białystok	HIU
8	Przedsiębiorstwo Obsługi Inwestycji w Białymstoku	Białystok	HIU
9	Firma Biegłych Rewidentów "Mazur i Jabłoński" Sp. z o.o.	Białystok	HIU
10	PROMOTECH Sp. z o.o.	Białystok	PROD
11	Samasz Maszyny Rolnicze	teren	PROD
12	Adampol S.A.	teren	PROD
13	BIANOR sp. z o.o.	Białystok	PROD
14	ChM Sp. z o.o.	teren	PROD
15	Kinga - Producent Bielizny Damskiej	Białystok	PROD
16	Mazurskie Przedsiębiorstwo Budowlane J.W. Ślepski	teren	HIU
17	"Ocean" Biuro podróży i kongresów	Białystok	HIU
18	Spółdzielczy Bank Rozwoju	teren	HIU
19	Wojewódzka Stacja Sanitarno-Epidemiologiczna w Białymstoku	Białystok	HIU
20	Wojewódzki Szpital Zespolony im. Szpital Wojewódzki Jędrzeja Śniadeckiego w Białymstoku	Białystok	HIU
21	Gospodarstwo Ogrodnicze Jerzy Wilczewski	teren	PROD
22	Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku	Białystok	ADM
23	Powiatowy Urząd Pracy w Łomży	teren	ADM
24	Podlaska Wojewódzka Komenda OHP	Białystok	ADM
25	Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku	Białystok	EDU
26	Uniwersytet w Białymstoku	Białystok	EDU
27	Politechnika Białostocka	Białystok	EDU
28	Zespół Szkół Mechanicznych w Białymstoku	Białystok	EDU
29	Zespół Szkół Rolniczych w Janowie	teren	EDU
30	Zespół Szkół Muzycznych im. I. Paderewskiego w Białymstoku	Białystok	EDU
31	Zespół Szkół Elektrycznych w Białymstoku	Białystok	EDU
32	Kuratorium Oświaty w Białymstoku	Białystok	ADM
33	Departament Polityki Regionalnej, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego	Białystok	ADM
34	Departament Europejskiego Funduszu Społecznego, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego	Białystok	ADM
35	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego	Białystok	BIZ
36	Starostwo Powiatowe w Białymstoku	Białystok	ADM
37	Urząd Miejski w Białymstoku	Białystok	ADM
38	Urząd Miejski w Choroszczycy	teren	ADM

<sup>1</sup> Wyróżniono dwa rodzaje obszaru działania badanych jednostek Białystok i miejsca poza Białymstokiem, które nazwano „teren”

<sup>2</sup> Wyróżniono następujące rodzaje działalności: produkcyjna (PROD), handlowo-usługowa (HIU), administracyjna (ADM), edukacyjna (EDU) oraz wspierająca biznes (BIZ)



39	Zakład Doskonalenia Zawodowego w Białymstoku	Białystok	EDU
40	Podlaski Klub Biznesu	Białystok	BIZ
41	Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości w Białymstoku	Białystok	BIZ

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Struktura raportu ściśle nawiązuje do układu przyjętego w liście dyspozycji. W raporcie zaprezentowano dane w formie zestawień tabelarycznych i rysunków. Odpowiedzi respondentów zostały poddane analizie jakościowej oraz ilościowej według grup podmiotów przez nich reprezentowanych.

Przeprowadzone badania pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków w badanych obszarach:

### **Identyfikacja głównych potrzeb informacyjnych:**

- Dylematy decyzyjne badanych organizacji dotyczą trzech obszarów bezpośrednio związanych z projektowanym modelem Obserwatorium:
  - a) zarządzania zasobami ludzkimi, w tym:
    - polityki zatrudnienia, rozumianej przez badanych, jako pozyskanie odpowiedniej kadry o odpowiednich kwalifikacjach zawodowych,
    - systemu wynagradzania pracowników (istniejące i optymalne systemy wynagradzania pracowników),
    - rozwoju wewnętrznych zasobów ludzkich,
    - systemów motywacyjnych,
    - systemów oceniania pracowników,
    - systemów awansowania pracowników,
  - b) systemu kształcenia, w tym:
    - dostosowania potrzeb kształcenia do oczekiwań rynku,
    - dostosowania programów kształcenia, do zmieniających się wymogów i oczekiwań rynku,
    - szczególnie ważne jest to dla organizacji jednostek edukacyjno-szkoleniowych (szkoły i uczelnie wyższe, Kuratorium Oświaty w Białymstoku), jednostek administracji i jednostek otoczenia biznesu,
  - c) produktów i systemów produkcyjnych.



- Wszystkie jednostki widzą potrzebę i konieczność dostosowywania się do zmieniających warunków otoczenia. Ich wysoka świadomość i w związku z tym chęć dostosowania prowadzonej działalności do potrzeb ze strony rynku, napotyka często na istotną barierę, jaką jest brak wiedzy na temat właśnie tych potrzeb.
- Wśród analiz najczęściej opracowywanych przez badane jednostki należy wymienić:
  - a) analizy zapotrzebowania rynku na zawody,
  - b) badania losów absolwentów,
  - c) analizy przeciętnego wynagrodzenia w branży.
- Informacja statystyczna oraz bezpośrednie kontakty i współpraca między przedsiębiorstwami są podstawowymi źródłami informacji dla badanych przedsiębiorstw.
- W kategorii informacji dotyczących rynku pracy istnieje zapotrzebowanie w szczególności na analizy i opracowania dotyczące:
  - a) oczekiwań rynku, co do form i specjalności kształcenia oraz oczekiwań rynku w zakresie przyszłego zatrudnienia (w układzie ilościowym i jakościowym),
  - b) kształtowania się płac według branż i zawodów w regionie.

### **Ocena przydatności potencjalnych produktów obserwatorium:**

- Spośród potencjalnych produktów Obserwatorium poddanych dyskusji, największym uznaniem wśród respondentów cieszyły się:
  - a) prognozy koniunktury gospodarczej przydatne w:
    - podejmowaniu decyzji związanych z: rozwojem firmy, jej strategii oraz otwieraniem nowych placówek,
    - analizie rynku pracy, poprzez diagnozę planowanych zwolnień, badanie bezrobocia, czy planowania zatrudnienia,
    - w rozmowach z inwestorami oraz do przygotowania infrastruktury, jako potencjalny argument,
  - b) analizy sektorowe,
  - c) prognozy podaży pracy w zawodach – zdecydowanie pozytywna opinia wśród badanych,
  - d) prognozy zapotrzebowania na zawody w ujęciu regionalnym - dominacja opinii o zabarwieniu pozytywnym.
- Wątpliwości respondentów budzą następujące potencjalne produkty:



- 
- a) pomiar barometru gospodarczego, w tym:
- zdecydowanie negatywne opinie wśród respondentów reprezentujących przedsiębiorstwa produkcyjne (PROD) i handlowo-usługowe (HIU) oraz wśród instytucji około biznesowych (BIZ),
  - częściej opinie pozytywne wśród instytucji związanych z edukacją (EDU) oraz administracją (ADM),
- b) pomiar barometru nastrojów konsumenckich:
- dominacja opinii o zabarwieniu negatywnym wśród respondentów reprezentujących grupę instytucji związanych z edukacją (EDU),
  - wszystkie instytucje związane z biznesem (BIZ) wypowiedziały się pozytywnie o przydatności pomiaru barometru nastrojów konsumenckich,
- c) prognozy migracji zarobkowej - skrajne opinie wśród respondentów.
- Respondenci przedstawili również swoje propozycje potencjalnych produktów Obserwatorium:
    - a) w grupie przedsiębiorstw produkcyjnych (PROD):
      - baza danych pracodawców,
      - analiza płac w regionie,
      - analiza możliwości i obszarów współpracy sektora gospodarczego ze szkołami (zawodowymi, średnimi, wyższymi),
      - prognozowane kierunki rozwoju najważniejszych dla województwa branż,
    - b) w grupie przedsiębiorstw usługowo-handlowych (HIU):
      - analiza i prognoza płac w regionie,
      - kierunki rozwoju regionu i stan przygotowania kadr,
      - analiza efektywności pracy Urzędów Pracy pod kątem wykorzystania dostępnych środków,
      - zbiorcze informacje o planowanych inwestycjach w regionie zarówno władz jak i podmiotów gospodarczych,
      - kierunki rozwoju województwa, gmin,



- c) w grupie instytucji związanych z administracją:
  - diagnoza potencjału naukowego pracowników naukowych,
  - analiza bezpiecznego poziomu zadłużenia gmin,
  - bieżące analizy fluktuacji rynku pracy,
  - analiza założeń strategicznych,
- d) w grupie instytucji związanych z edukacją (EDU):
  - badania podaży miejsc pracy,
  - badania rynku usług kształcenia i źródeł finansowania kształcenia,
  - opracowania wojewódzkiej Mapy Kształcenia,
  - analizy kosztów pracy w zawodach w regionie,
- e) w grupie instytucji związanych z biznesem (BIZ):
  - kierunki rozwoju regionu i stan przygotowania kadr pod te kierunki,
  - kierunki kształcenia zawodowego w zakresie średniego poziomu i najniższego-technicy i robotnicy (jakie będą potrzeby gospodarki województwa),
  - informacji o warunkach kredytowania działalności gospodarczej; analiza stanu realizacji strategii gmin.

#### **Wytyczne do funkcjonowania Obserwatorium i zasoby informacyjne:**

- Głównym obszarem działalności Obserwatorium powinno być przygotowywanie raportów i analiz zgodnie z potrzebami rynku.
- Priorytetami działania Obserwatorium powinno być pełnienie:
  - a) szeroko rozumianej funkcji informacyjnej,
  - b) roli platformy wymiany wiedzy między pracodawcami, a obecnymi i przyszłymi pracownikami, ze szczególnym uwzględnieniem uczniów oraz studentów,
  - c) bazy danych i informacji wykorzystywanej do prognozowania i analiz planistycznych.





- Część badanych respondentów wskazała, że Obserwatorium powinno pełnić funkcję opiniodawczą, doradczą oraz przygotowywać raporty, które zostaną wykorzystane przez władze szczebla regionalnego i lokalnego do tworzenia strategicznych planów rozwoju regionu.
- Występują oczekiwania większej inicjatywy i działań ze Urzędów Pracy w zakresie sterowania rynkiem pracy (szersze wyjście poza urzędy, elastyczne i bardziej skuteczne wykorzystywanie środków finansowych do wspierania pracodawców, szkolnictwa zawodowego).
- Zdecydowana większość badanych podmiotów zadeklarowała chęć uczestnictwa jako respondent w przyszłych badaniach Obserwatorium.
- Zaledwie 15% badanych respondentów wskazało, że nie zamierza uczestniczyć w przyszłych badaniach.
- Znaczna grupa badanych respondentów jest gotowa brać udział w pracy Obserwatorium w charakterze eksperta, osobiście bądź przez oddelegowanego w tym celu pracownika, głównie dyrektora działu kadr.

#### **Wnioski i rekomendacje w zakresie formy i dostępności wyników prac Obserwatorium są następujące:**

- Preferowaną przez respondentów formą prezentowania wyników pracy Obserwatorium jest forma skondensowana z możliwością samodzielnego zgłębiania danych źródłowych.
- Respondenci oczekują szerszych, bardziej szczegółowych opracowań na wybrane interesujące tematy, najczęściej dotyczące ich branży.
- Zdecydowana większość respondentów wskazuje na potrzebę dostępności wyników bez ograniczeń w pierwszym okresie funkcjonowania Obserwatorium; w późniejszym okresie zakłada możliwość wprowadzenia ograniczeń: finansowych, klubowych, uprzywilejowania uczestników badań.
- Konieczne jest zapewnienie dobrej jakości produktów Obserwatorium oraz wykreowanie marki Obserwatorium w regionie.
- Na etapie projektowania Obserwatorium należy uwzględnić i zaplanować cykliczność realizacji prac Obserwatorium.

#### **Metody i narzędzia upowszechniania wyników pracy obserwatorium:**

- W zakresie elektronicznych kanałów komunikacji i upowszechniania wyników prac Obserwatorium należy skupić się na zaprojektowaniu efektywnego portalu informacyjnego WWW, jako podstawowego kanału komunikacji, zapewniającego:



- 
- przejrzystość strony oraz łatwy i szybki dostęp do treści (zawartości strony),
  - uzupełnienie portalu informacyjnego o elementy portalu spersonalizowanego-społecznościowego,
  - możliwość rozpowszechniania krótkich informacji elektronicznych na zasadzie subskrypcji i RSS,
  - prowadzenie moderowanych forów dyskusyjnych.
- Wśród tradycyjnych-papierowych form rozpowszechniania informacji preferowaną przez respondentów jest krótka forma drukowana materiałów informacyjnych do 10 stron, przy czym:
    - a) forma papierowa jest wtórna w stosunku do elektronicznej i dlatego należy zapewnić:
      - możliwość wykorzystania materiałów elektronicznych i papierowych, w tym publikowanie wyników prac w formatach elektronicznych pozwalających na wykorzystanie danych w nich zawartych.
      - możliwość wydruku dowolnej ich części przez użytkownika.
    - b) forma książkowa o charakterze zbiorczym może być w dużych odstępach czasu.
  - Spotkania branżowe są pożądaną formą integracji podmiotów:
    - a) należy przewidzieć w projekcie Obserwatorium mechanizmy formułowania interesującej problematyki spotkań bezpośrednich,
    - b) częstotliwość spotkań około 1 raz w roku.
  - Media masowe należy:
    - a) wykorzystać do promocji marki Obserwatorium,
    - b) wykorzystać do krótkiej prezentacji wyników prac w celu zainteresowania,
    - c) skupić się na kanałach regionalnych portali internetowych i telewizji regionalnej.



## WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY Z MIESZKAŃCAMI

Badanie mieszkańców miało na celu m.in. identyfikację ich potrzeb informacyjnych odnośnie rynku pracy Podlasia. Jako formę pomiaru wybrano pomiar sondażowy bezpośredni w postaci wywiadu osobistego. Pomiar tą metodą polega na przyporządkowaniu określonych symboli cechom mierzonych obiektów. Poziomy pomiaru są wyznaczone przez zastosowanie skal pomiarowych. W badaniu zastosowano skale nominalne i porządkowe. Zbieranie danych odbyło się za pomocą kwestionariusza, przygotowanego przez ekspertów, zaś wywiad przeprowadzili specjalnie przeszkoleni ankieterzy. W kwestionariuszu przewidziano pytania zamknięte i otwarte.

Kwestionariusz badawczy składający się z 10 pytań merytorycznych, umożliwił zebranie informacji od respondentów w zakresie ich obecnego zainteresowania sprawami lokalnego rynku pracy, sposobów poszukiwania pracy, istotności spraw związanych z karierą zawodową i rynkiem pracy, jak też i przyszłego zapotrzebowania na powyższe informacje. Respondenci wyrażali również opinię w zakresie sposobów właściwego dotarcia z informacją dotyczącą rynku pracy oraz perspektyw rozwoju kariery zawodowej. Badaniu poddane zostało aktualne zadowolenie mieszkańców ze ścieżki zawodowej i kształcenia ustawicznego.

Zawarta w kwestionariuszu metryczka pozwoliła na lepszą diagnozę potrzeb informacyjnych, gdyż dostarczyła wiedzy o respondentach w zakresie płci, wieku, statusu zawodowego, wykształcenia, samooceny sytuacji materialnej, wielkości gospodarstwa domowego, miejsca zamieszkania a także podstawowych kwalifikacji i dostępu do informacji. Osoby pracujące ustosunkowały się ponadto do wielkości zakładu pracy, branży, stażu pracy oraz odległości od miejsca zamieszkania do miejsca pracy.

Wyniki badania pozwolą wypracować należyty zestaw informacji potrzebny do budowy modelu funkcjonowania Obserwatorium w odniesieniu do spełnienia potrzeb informacyjnych mieszkańców.

W badaniu przyjęto, iż zbiorowość generalną stanowią mieszkańcy województwa podlaskiego w wieku produkcyjnym, zarówno kobiety jak i mężczyźni o różnym statusie zawodowym: pracownicy umysłowi, pracownicy fizyczni oraz niepracujący. Według danych GUS w 2007 r. w województwie podlaskim liczba ludności w wieku produkcyjnym wynosiła 802 201 osób. W badaniu bezpośrednim wywiadem kwestionariuszowym objęte zostały 153 osoby, co uznano za wystarczającą liczebnie próbę badawczą. Otrzymane wyniki każdorazowo zostały przyłożone do badanej próby, nie były uogólniane na całą populację z zadaniem prawdopodobieństwem. W badaniu nie wykorzystywano metod wnioskowania statystycznego, dlatego też nie było potrzeby badania próby losowej.

W badaniu zastosowano metodę próby warstwowej. Ten sposób wyboru stosowany jest w przypadku niejednorodnych populacji. Wstępnie dzieli się populację na bardziej jednorodne warstwy, a następnie pobiera się elementy do próby z wyodrębnionych warstw. W badaniu wyodrębniono dziewięć 17-elementowych warstw w zależności od wieku oraz statusu zawodowego mieszkańców:

**Warstwa 1** – pracownicy fizyczni w przedziale wiekowym 15-24 lata

**Warstwa 2** – pracownicy fizyczni w przedziale wiekowym 25-39 lat



- Warstwa 3** – pracownicy fizyczni w przedziale wiekowym 40-64 lata
- Warstwa 4** - pracownicy umysłowi w przedziale wiekowym 15-24 lata
- Warstwa 5** – pracownicy umysłowi w przedziale wiekowym 25-39 lat
- Warstwa 6** - pracownicy umysłowi w przedziale wiekowym 40-64 lata
- Warstwa 7** – niepracujący w przedziale wiekowym 15-24 lata
- Warstwa 8** – niepracujący w przedziale wiekowym 25-39 lat
- Warstwa 9** – niepracujący w przedziale wiekowym 40-64 lata

Pobranie próby przez odpowiednio przeszkolonego ankietera odbywało się na zasadzie przebadania osoby spełniającej określone kryteria co do wieku i statusu zawodowego. Połowa badanych osób była badana poza terenem miasta Białystok.

Analiza została przeprowadzona głównie wg przyjętych warstw przy wspomaganii miar statystycznych takich jak: miary tendencji centralnej, miary dyspersji, miary korelacji oraz wskaźniki struktury. Ponadto w badaniu zostały wykorzystane wielowymiarowe analizy porównawcze, takie jak analiza skupień, która pozwoliła na pogrupowanie badanych mieszkańców na grupy jednorodne pod względem potrzeb informacyjnych dotyczących lokalnego rynku pracy.

*Przeprowadzone badania pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków w badanych obszarach:*

#### **Zainteresowanie sprawami lokalnego rynku pracy:**

- Zdecydowana większość badanych deklaruje zainteresowanie lokalnym rynkiem pracy, jednakże zainteresowanie wśród niepracujących mieszkańców jest nieco mniejsze niż wśród pracujących.
- Zainteresowanie sprawami lokalnego rynku pracy ma zdecydowanie charakter nieformalny, gdyż przejawia się głównie w trakcie rozmów ze znajomymi.
- Popularną formą zainteresowania sprawami lokalnego rynku pracy jest czytanie lokalnych gazet oraz czytanie informacji na portalach internetowych. Można zatem wykorzystywać takie formy przekazu informacji w pracy Obserwatorium.

#### **Sposoby poszukiwania pracy:**

- Najczęściej badani szukają pracy w nieformalny sposób, tzn. przez znajomych. Powinno to uczulić pracodawców co do potencjalnego kanału pozyskiwania pracowników oraz co do warunków pracy w organizacji.
- Dość popularnymi sposobami poszukiwania pracy są:
  - ogłoszenie w prasie lokalnej,
  - ogłoszenia zamieszczone w Internecie,



- rodzina,
- Powiatowy Urząd Pracy.
- Najmniej popularne sposoby poszukiwania pracy to wśród ogółu badanych:
  - targi pracy,
  - akademickie biura pracy,
  - tablica informacyjna na uczelni.
- Zdecydowana większość badanych deklaruje swoją miejscowość lub powiat jako miejsce podjęcia pracy.

#### **Ocena obszarów związanych z karierą zawodową i rynkiem pracy:**

- Jako najistotniejsze dla badanych mieszkańców obszary związane z karierą zawodową i rynkiem pracy wyróżniono:
  - wybór kierunku studiów dla siebie,
  - poszukiwanie lepszej pracy, przebieg ścieżki kariery,
  - korzystanie z programów finansowych na rozpoczęcie własnego biznesu,
  - wybór kierunku dodatkowych szkoleń,
  - wybór kierunku samokształcenia,
  - przekwalifikowanie się w celu poszukiwania lepszej pracy.
- Optymistyczną obserwacją jest małe zainteresowanie zagranicznym rynkiem pracy wśród mieszkańców.
- Większość badanych mieszkańców wyraziło swoje zadowolenie z obecnego rozwoju swojej kariery zawodowej.

#### **Zapotrzebowanie na informacje dotyczące lokalnego rynku pracy:**

- Kluczowe potrzeby informacyjne mieszkańców to wykazy:
  - najbardziej pożądanymi kwalifikacji pracowników w opinii pracodawców,
  - zawodów obecnie pożądanymi na rynku pracy,
  - zawodów na które będzie zapotrzebowanie w przyszłości,



- aktualnego poziomu wynagrodzeń w różnych zawodach,
- zawodów najlepiej płatnych w przyszłości.

Świadczy to o dużej świadomości pracobiorców, co powinno mieć pozytywne przełożenie na etykę pracy oraz na świadomy wybór rodzajów i zakresu kształcenia ustawicznego (studia podyplomowe, szkolenia, kursy itd.) Ten wymóg stawia też wymagania potencjalnym instytucjom szkoleniowym i edukacyjnym.

- Można wyróżnić dwie perspektywy czasowe dostarczania informacji: krótkookresowa, a więc dostarczanie informacji o bieżących potrzebach w zakresie zawodów i kompetencji na rynku pracy; a także długookresowa: wspomagająca podejmowanie decyzji o wyborze kształcenia na studiach i w szkołach.
- Dość niskie oceny przydzielono informacjom dotyczącym zawodów obecnie lub w przyszłości poszukiwanych za granicą.
- Szczególnego podkreślenia wymaga przedsiębiorczość mieszkańców, jaka wyłania się z prowadzonych badań. Jest duże zapotrzebowanie na ukierunkowanie i wsparcie mieszkańców co do kierunków podejmowania własnej działalności.
- Lokalna prasa odgrywa obecnie kluczowe znaczenie jako kanał informacyjny skierowany do mieszkańców regionu. Należy ten kanał efektywnie wykorzystać przy rozpowszechnianiu badań i analiz Obserwatorium skierowanych do mieszkańców.
- Lokalna prasa powinna być wykorzystana do wypromowania kanału internetowego urzędów pracy. Lokalne gazety mają kluczowe znaczenie przy wielu rodzajach potrzeb informacyjnych o rynku pracy, także w pozyskiwaniu informacji o ofertach szkoleniowych.
- Internet jako kanał komunikacyjny na rynku pracy stanowi wyzwanie dla urzędów pracy. Należy zauważyć, że strony internetowe Powiatowych Urzędów Pracy nie są dla mieszkańców zbyt częstym źródłem informacji o rynku pracy. A jednocześnie internet jest coraz bardziej atrakcyjnym, szybkim i względnie tanim, kanałem informacyjnym.