

Sectorul serviciilor pentru business a devenit un furnizor major de locuri de muncă pentru absolvenții din Științe Sociale și Umaniste (non-STEM). Traiectoriile lor de carieră sunt insuficient înțelese. În diferite momente de-a lungul timpului, companiile au conceptualizat „dezvoltarea carierei” în mod diferit și au propus trasee de carieră diferite celor nou-veniți. Pe baza a peste 100 de interviuri față în față cu tineri angajați, personal HR și manageri la diferite nivele de senioritate, proiectul a realizat o hartă retrospectivă a „structurilor de oportunitate” care au permis în ultimii ani avansarea în carieră și semnificațiile pe care cei implicați le atribuie carierei. Interviurile au fost realizate în Arad, Brașov, București, Cluj-Napoca, Covasna, Harghita, Galați, Oradea, Satu Mare, Sibiu, Târgu Mureș, Timișoara. Proiectul contribuie la o mai bună înțelegere a proceselor care conturează „angajabilitatea” absolvenților non-STEM.

Mai jos, câteva dintre concluziile cercetării:

- **Modelele de succes** la care se raportează tinerii angajați sunt ale unor persoane foarte apropiate ca vârstă. Rețeaua de suport e formată din colegi și mai puțin din familie, indiferent de clasa socială. Frecvent, părinții sunt îndepărtați de mediul de muncă al tinerilor și nu au capacitatea de a oferi susținere informată.
- În marile orașe, piața muncii oferă o mare varietate a oportunităților, un **dinamism care provoacă, dar și derutează**. Dinamicile rapide de reconfigurare a rolurilor, apariția noilor proiecte și dispariția altora fac dificilă planificarea pe termen mediu a tinerilor.
- **Posibilitățile de promovare** sunt generoase mai ales până la nivelul mid-level. Eforturile HR merg mai ales înspre a întreține o idee de progres la baza piramidei ocupaționale.
- Companiile oferă **programe de mentorat** într-o măsură mixtă și în mod selectiv.
- **Așteptări de evoluție rapidă**: tinerii caută să ardă etape de evoluție profesională (nerăbdare, loialitate scăzută față de firmă și așteptări salariale supradimensionate față de cerințele jobului și nivelul de experiență). Disponibilitatea de a sacrifica aspecte din viața personală pentru carieră – în moduri care au fost prezente pentru generațiile anterioare – e relativ redusă.
- Confidențialitatea cu privire la salariu, denumirile posturilor și descrierile în moduri generale oferă puține pârghii tinerilor pentru a naviga informat și realist piața muncii. Acestea întrețin o **cultură a incertitudinii și așteptări distorsionate** din partea noilor angajați.
- **Tinerii așteaptă medii de muncă foarte creative**, cu mare grad de noutate și diversitate (e.g. ideea de autenticitate, dezvoltare personală, creștere). Natura standardizată a muncii nu permite satisfacerea acestor așteptări. De aici, fluctuația mare de personal și eforturile mari ale echipelor de HR și management pentru a motiva și întreține aderarea tinerilor la proiectele companiilor.
- **HR are un rol socializator important** pentru tineri și mai ales pentru cei relocați în marile orașe.
- **Echilibrul între viața privată și profesională** e foarte important pentru tineri. Ei sunt așteptați să găsească singuri un echilibru și să gestioneze timpul de lucru și cel liber pentru performanță la job.
- Deși competențele tehnice rămân importante, există o tendință de a angaja persoane fără studii specifice sau cunoștințe tehnice, bazându-se pe **formare internă și învățare la locul de muncă**.

- Angajatorii și tinerii sunt **conștienți de posibilitatea automatizării** proceselor, dar au încredere în reziliența sectorului în general și în România, în special (convingerea că vor apărea noi procese și că o bună etică a muncii face țara performantă dacă regimul fiscal e prietenos cu companiile).
- **Antreprenoriatul și carierele în afara sectorului *corporate*** tind să fie o opțiune pentru unii tineri din clasa de mijloc a marilor orașe.
- Tinerii au interiorizat **ruptura dintre educație și angajare**. Companiile preferă procese de selecție proprii în care valoarea atribuită diplomei universitare a scăzut. Conștienți de importanța redusă a notelor, studenții încearcă să lucreze pentru a dobândi un avantaj la angajare. Performanțele școlare scad, cu implicații pentru capacitatea tinerilor de a accesa joburi complexe.
- **Conștientizarea provocărilor de mediu** începe să fie prezentă, deși nu la un foarte înalt nivel, și într-un mod mai curând general. Ei caută mai multă credibilitate, responsabilitate socială și legată de mediu la companii.
- **Munca la distanță vs. munca hibridă/ *remote***. Unele companii preferă întoarcerea la birou pentru beneficii de carieră; alte companii încurajează un sistem hibrid sau *remote*. Implicațiile psihologice și sociale ale alegerilor tinerilor pentru munca *remote* sunt insuficient explorate.
- Majoritatea persoanelor intervievate sunt de acord că „**acum e cel mai bine să fii tânăr în România**”.

Mulțumim tuturor persoanelor din companiile din sectorul serviciilor de business care au dedicat întâlnirii cu membrii proiectului timp prețios.