

Canali di ricerca e realizzazione professionale: un'analisi sui neolaureati italiani

di Ivana Pais e Luca Pesenti

L'efficacia dei canali di ricerca

Come noto i canali di accesso al mercato del lavoro presentano significative differenze in termini di inserimento professionale. Meno indagato è il rapporto tra canali di incontro tra domanda e offerta di lavoro e livello di realizzazione professionale. Presentiamo in questa sede alcune evidenze provenienti da una ricerca svolta dal Dipartimento di Sociologia dell'Università Cattolica e Fondazione Alma Laurea per conto di Fondazione per la Sussidiarietà, analizzando i percorsi di quasi 6000 laureati del 2008 a quattro anni dal conseguimento del titolo.

I canali di ricerca risultati efficaci per ottenere il lavoro svolto dagli intervistati sono stati aggregati in canali istituzionali (ufficio pubblico di collocamento, servizi di *placement* forniti dall'università, concorsi pubblici), di mercato (agenzia privata di collocamento, contatti con datori di lavoro su iniziativa personale, pubblicazione di e risposte ad annunci pubblicati su giornali o siti internet, utilizzo di siti di social network/social media), relazionali (contatti con datori di lavoro su segnalazione di parenti, amici o conoscenti), canali formativi (corsi di formazione pre o post-laurea, stage, praticantati, master). Per ciascuno di questi canali aggregati sono stati analizzati il livello di soddisfazione professionale, l'effettivo utilizzo delle competenze acquisite durante gli studi, il livello salariale e il tempo impiegato per la ricerca del lavoro, successivamente sintetizzati in un indice di realizzazione professionale.

La maggior soddisfazione professionale è associata a occupazioni reperite utilizzando canali formativi (44,5%) e istituzionali (43,1%), mentre all'opposto il 42,7% di chi ha usato canali relazionali dichiara una soddisfazione bassa (tab.1).

Tabella 1 - Indice di soddisfazione per canali efficaci per trovare lavoro

	Bassa	Media	Alta
Canali di mercato	34,8%	26,8%	38,4%
Canali istituzionali	28,0%	28,8%	43,1%
Canali relazionali	42,7%	27,9%	29,4%
Canali formativi	27,5%	28,0%	44,5%
Totale	35,0%	27,5%	37,5%

Molto polarizzato è anche il giudizio sull'effettivo utilizzo delle competenze apprese durante gli studi (tab. 2): il massimo utilizzo è dichiarato dal 48,9% di chi ha trovato occupazione attraverso canali istituzionali, mentre utilizzo ridotto o addirittura nullo è dichiarato da oltre il 60% di chi ha utilizzato canali relazionali per trovare lavoro. La dinamica è simile per uomini e donne, ma sono queste ultime a mostrare valori medi di utilizzo delle competenze significativamente più bassi rispetto agli uomini, confermando il radicarsi di un *gender gap* che struttura in modo significativo il mercato del lavoro italiano sin dalle fasi di esordio.

Tabella 2 – Utilizzo delle competenze educative nel lavoro svolto, per canali efficaci per trovare lavoro

		Elevato utilizzo	Ridotto utilizzo	Nessun utilizzo	Totale
Uomini	Canali di mercato	44,7%	46,0%	9,3%	100,0%
	Canali istituzionali	52,3%	40,6%	7,1%	100,0%
	Canali relazionali	41,9%	49,1%	9,0%	100,0%
	Canali formativi	49,5%	43,7%	6,8%	100,0%
	Media	46,2%	45,1%	8,7%	100,0%
Donne	Canali di mercato	42,2%	44,2%	13,6%	100,0%
	Canali istituzionali	45,6%	43,7%	10,7%	100,0%
	Canali relazionali	37,3%	47,5%	15,2%	100,0%
	Canali formativi	47,2%	43,6%	9,2%	100,0%
	Media	42,0%	44,8%	13,2%	100,0%
Totale	Canali di mercato	43,5%	45,1%	11,4%	100,0%
	Canali istituzionali	48,9%	42,2%	8,9%	100,0%
	Canali relazionali	39,2%	48,2%	12,6%	100,0%
	Canali formativi	48,3%	43,6%	8,0%	100,0%
	Media	44,0%	45,0%	11,0%	100,0%

Questa forte differenziazione tra uomini e donne trova conferma nei livelli reddituali (tab. 3): in un quadro generale in cui i canali relazionali si associano ad attività decisamente penalizzanti rispetto allo stipendio medio, la differenza di genere allarga lo iato, che sfiora i 330 euro al mese nel caso di occupazioni raggiunte attraverso canali di mercato.

Tabella 3 – Stipendio medio, per canali efficaci per trovare lavoro e genere

	Canali di mercato	Canali istituzionali	Canali relazionali	Canali formativi	Media Totale
Stipendio medio Uomini	1455	1453	1318	1403	1420
Stipendio medio Donne	1126	1230	1012	1150	1114
Totale	1282	1333	1130	1270	1251

Cosa incide maggiormente nella realizzazione professionale

Quanto osservato fin qui mette in risalto oggettive differenze nell'efficacia dei vari canali utilizzati per trovare lavoro. Resta però da verificare quale sia l'effettivo peso di questi canali nel livello di realizzazione professionale raggiunto dai laureati italiani oggetto della ricerca. A tale scopo si è fatto ricorso a un modello di regressione logistica per individuare gli elementi che, *ceteris paribus*, incidono sulla probabilità di avere un'alta realizzazione professionale. Successivamente, attraverso una tecnica di *scoring*, è stato attribuito un punteggio alle caratteristiche risultate significative, individuando quindi i profili di laureati associati ad un'alta (o bassa) probabilità di elevata realizzazione professionale. Il punteggio complessivo assegnato a ciascun laureato è ottenuto sommando i singoli punteggi di ciascuna modalità delle variabili considerate. Esso varia su una scala 0-1.000, dove 1.000 rappresenta il profilo a cui è associata la massima probabilità di avere un'elevata realizzazione nel proprio lavoro. Viceversa, 0 rappresenta il profilo a cui è associata una probabilità nulla di avere un'elevata realizzazione professionale. La variabile che più condiziona gli

esiti occupazionali è il corso di laurea frequentato: per il gruppo medico determina 255 punti su 1000, ma presenta valori significativi anche per il gruppo chimico-farmaceutico (180 punti), scientifico (117 punti) e ingegneria (114 punti); i valori inferiori sono associati ad agraria (0 punti), al gruppo politico-sociale (13 punti), letterario (18 punti) e architettura (26 punti). Seguono l'area di lavoro (il lavoro all'estero pesa per 115 punti, seguita dal Nord Italia per 71 punti) e l'orario di lavoro (tempo pieno 91 punti). Un contratto di lavoro stabile determina 72 punti, l'assumere un atteggiamento imprenditivo (partecipare a stage, corsi di orientamento ecc.) 66 punti, lavorare nel pubblico 63 ed avere una ricca rete di relazioni 59 punti. Interessante rilevare che l'essere laureato in corso (20 punti) e avere un voto superiore alla media (27 punti) incidono poco sulla realizzazione professionale.

Veniamo quindi ai canali di ricerca del lavoro utilizzati per trovare lavoro: complessivamente pesano poco sul livello di realizzazione professionale. I più efficaci, ancora una volta, si confermano i canali formativi, che comunque pesano solo 53 punti, seguiti dai canali istituzionali (34 punti) e di mercato (32 punti), mentre i canali relazionali sono associati al punteggio minimo. In sintesi, la variabile più influente per la futura realizzazione professionale si conferma la scelta del corso di studi. Le strategie di ricerca del lavoro, pur pesando poco in termini assoluti, sono associate a diversi livelli di efficacia: raggiungono livelli più alti di realizzazione professionale i neolaureati che hanno trovato lavoro tramite canali formativi o istituzionali, all'opposto, i canali più deboli sono quelli relazionali.

Ivana Pais, Luca Pesenti

Dipartimento di Sociologia, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano