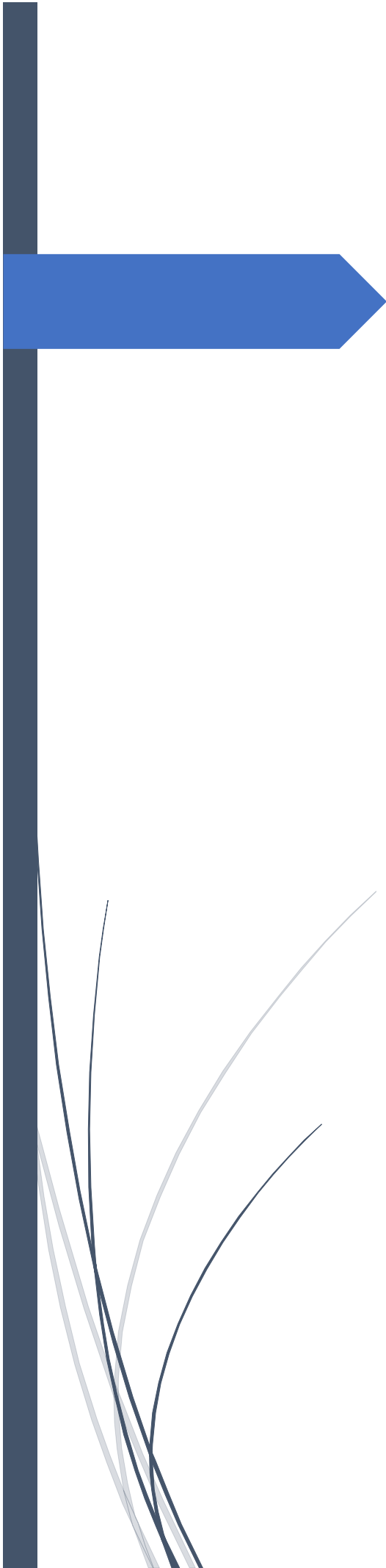




Verantwoordingsverslag

Optimaal aansluiten bij de behoeftes en wensen van studenten in de zoektocht naar een baan tijdens of na de studie

Student:
Studentnummer:
Opleiding:
1^e begeleider:
2^e begeleider:
Opdrachtgever:

Dennis de Vrij
434998
Toegepaste Psychologie
R. Marsman
G. Roemer
Recruit a Student

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie 'Optimaal aansluiten bij de behoeftes en wensen van studenten in de zoektocht naar een baan tijdens of na de studie'. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Toegepaste Psychologie (TP) aan het Saxion te Deventer. Het onderzoek voor deze scriptie is uitgevoerd binnen het studentenuitzendbureau Recruit a Student te Almere, Zwolle & Apeldoorn, in opdracht van R. Breet & D. Ketelaar gedurende de periode september 2020 tot en met maart 2021. Het afgelopen half jaar heb ik hard gewerkt om mijn verantwoording en beroepsproduct tot een goed einde te brengen. Gedurende deze periode hebben heel veel verschillende mensen mij ondersteund, begeleid en aangemoedigd. Deze personen wil ik in het bijzonder bedanken.

Allereerst wil ik mijn opdrachtgevers Remco en Denise bedanken. Zij gaven mij de kans en het vertrouwen om dit onderzoek uit te voeren. Zij hebben altijd voor mij klaargestaan en jullie meedenken heeft er mede voor gezorgd dat dit onderzoek tot een goed einde is gekomen in deze bijzondere tijd. Naast Remco en Denise wil ik natuurlijk ook het gehele Recruit a Student team bedanken voor het meedenken en de nodige input te geven tijdens dit onderzoek.

Daarnaast wil ik ook mijn eerste begeleidster Rianne Marsman bedanken. Zij stond, zelfs in deze onzekere en vooral drukke tijd, altijd voor mij klaar om mijn vele vragen te beantwoorden en mee te denken daar waar ik zelf vastliep. Zelfs in de kerstvakantie heeft zij mij voorzien van de nodige feedback. Bedankt voor uw professionele blik op mijn onderzoek en de flexibele ruimte die u mij heeft gegeven om te ontdekken hoe ik het beste vorm kon geven aan dit onderzoek.

Via deze weg wil ik ook de diverse stakeholders bedanken voor hun hulp en interessante inbreng. Door jullie deelname heeft dit onderzoek plaatsgevonden en jullie medewerken is, zelfs tijdens deze coronacrisis, van grote waarde geweest.

Tot slot wil ik mijn familie bedanken. Zij hebben mij alle tijd en ruimte gegeven om in rust deze scriptie tot een goed eind te brengen. Bedankt voor de aanmoedigende en steunende woorden in de moeilijke tijden. Dat heeft mij enorm geholpen.

Veel leesplezier gewenst!

Dennis de Vrij
Dronten, 15 maart 2021

Samenvatting

Nu steeds meer jongeren erin slagen hun opleiding met succes af te ronden en het aantal voortijdig schoolverlaters sterk is gedaald, komt er steeds meer aandacht naar de volgende fase in de loopbaan van de jongeren: Het vinden en behouden van werk (Eimers, 2017). Jongeren geven aan dat zij het lastig vinden om een baan te vinden na hun opleiding. Sommigen werkgevers vragen relevante werkervaringen, andere diploma's of andere specifieke vaardigheden zoals kennis van bepaalde programma's of taalkundige vaardigheden.

De opdrachtgevers van dit onderzoek zijn R. Breet en D. Ketelaar van Recruit a Student. Zij hebben geconstateerd dat studenten nog niet echt naar Recruit a Student toekomen voor een baan na de studie. Daar willen zij graag verandering in brengen. Het doel van dit onderzoek is om de bekendheid van Recruit a Student te vergroten en hun werkwijze zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de behoeftes en wensen van de studenten. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: *'Hoe kan Recruit a Student zijn bekendheid vergroten en daarbij optimaal aansluiten op de behoeftes van studenten?'*.

Om een antwoord te kunnen geven op deze onderzoeksvraag zijn er verschillende methodes gebruikt. Deze methodes zijn opgedeeld in fases uit het Human Centered Design model (IDEO, 2015): de Inspiration en Ideation fase.

In de Inspiration fase is er onderzoek gedaan naar de oriëntatiewijze van studenten, de behoeftes van studenten met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus, belangrijke factoren in het werkgeversimago en de behoeftes van studenten in het zoekproces naar een baan. In deze fase is er gebruik gemaakt van literatuuronderzoek en een survey. Uit de resultaten kwam naar voren dat bijna alle respondenten gebruik maken van de bron 'internet' en dat studenten zelfontplooiing erg belangrijk vinden in het werkgeversimago. Verder kwam in de resultaten naar voren dat studenten behoefte hebben aan snelle communicatie en begeleiding van begin tot eind in het zoekproces naar een baan.

In de Ideation fase zijn door middel van semi-gestructureerde interviews belemmeringen en wensen van de doelgroep ten opzichte van de zoektocht naar een baan uitgevraagd. Uit de resultaten kwam naar voren dat studenten onbekend zijn met de mogelijkheden van hun opleiding. Daarnaast geeft bijna de helft van de studenten aan dat zij het als een belemmering ervaren dat er in vacatures wordt gevraagd naar 'relevante werkervaring'. Deze resultaten zijn geanalyseerd en teruggekoppeld naar de stakeholders voor een brainstormsessie. In deze brainstormsessie zijn er ideeën voor het oplossen van de belemmeringen geformuleerd. Van deze ideeën is er een top vijf gemaakt door middel van een rangorderingsopdracht door de opdrachtgevers. De rangordering is gebaseerd op effectiviteit. Uit de rangordering kwam naar voren dat het van belang is om een online pagina te ontwikkelen waarin alle mogelijkheden bij Recruit a Student vermeld staan. Door deze pagina zal de onbekendheid van de mogelijkheden bij studenten wellicht verminderd worden. Naast het idee om een online pagina te ontwikkelen, zijn er ook andere ideeën uit de brainstormsessie gekomen. Zo wil Recruit a Student graag hun grote zakelijke netwerk benadrukken en studenten begeleiding bieden tijdens het opbouwen van het zakelijk netwerk en de oriëntatie naar een baan. Verder willen zij af van het beeld dat een uitzendbureau alleen maar tijdelijk werk hebben. Deze ideeën zijn allemaal meegenomen in het adviesrapport.

Tot slot is er een adviesrapport geschreven, waarin adviezen voor zowel korte termijn als langere termijn vermeld staan. Naast een adviesrapport is er ook een online pagina ontwikkeld waar alle mogelijkheden van Recruit a Student vermeld staan. Door middel van deze online pagina zal de bekendheid worden vergroot en zal de werkwijze aansluiten op de behoeftes van de studenten.

Inhoudsopgave

1	Inleiding van het onderzoek.....	6
1.1	Context	6
1.2	Probleemstelling.....	6
1.3	Doelstelling van het onderzoek.....	7
1.4	Stakeholders.....	7
1.5	Onderzoeksvraag.....	8
1.6	Beroepsproduct.....	8
2	Inspiration fase	10
2.1	Inleiding	10
2.2	Literatuuronderzoek.....	10
2.2.1	Methoden literatuuronderzoek	10
2.2.2	Resultaten literatuuronderzoek	11
2.2.3	Conclusies literatuuronderzoek.....	13
2.3	Survey.....	13
2.3.1	Methoden survey	14
2.3.2	Resultaten.....	16
2.3.3	Conclusie survey	20
2.4	Conclusie inspiration fase.....	21
3	Ideation fase	22
3.1	Inleiding	22
3.2	Semi-gestructureerde interviews	22
3.2.1	Methoden semi-gestructureerde interviews	23
3.2.1.1	Meetinstrument	23
3.2.1.2	Doelgroep	23
3.2.1.3	Procedure	23
3.2.1.4	Data-analyse	24
3.2.2	Resultaten semi-gestructureerde interviews	24
3.2.2.1	Belemmeringen tijdens de zoektocht	24
3.2.2.2	Wensen ten opzichte van de zoektocht	26
3.2.2.3	Werving- en selectiebureaus.....	27
3.2.2.4	Adviezen van studenten	28
3.2.3	Conclusie semi-gestructureerde interviews.....	29
3.3	Brainstormsessie	30
3.3.1	Methoden brainstormsessie	30
3.3.1.1	Meetinstrument	30

3.3.1.2	Doelgroep	30
3.3.1.3	Procedure	30
3.3.1.4	Data-analyse	31
3.3.2	Resultaten brainstormsessie	31
3.3.3	Conclusie brainstormsessie	32
3.4	Conclusie ideation fase.....	33
4	Conclusie en discussie	34
4.1	Conclusies	34
4.2	Discussie en reflectie	36
4.3	Aanbevelingen.....	37
5	Literatuurlijst	38
6	Bijlages.....	40
6.1	Bijlage 1: digitale survey.....	40
6.2	Bijlage 2: Vragenlijst semi-gestructureerde interviews	50
6.2.1	Topic list:.....	50
6.2.2	Vragen:	50
6.3	Bijlage 3: Informed consent	51
6.4	Bijlage 4: Informatiebrief onderzoek.....	52
6.5	Bijlage 5: uitwerkingen semi-gestructureerde interviews	55
1.	Belemmeringen	55
2.	Wensen t.o.v. de zoektocht naar een baan (top 3).....	57
3.	Werving- en selectiebureaus.....	59
4.	Afsluiting.....	61
6.6	Bijlage 6: Ethische checklist.....	63
6.7	Bijlage 7: Tabellenoverzicht resultaten ter ondersteuning van de brainstormsessie.....	66

1 Inleiding van het onderzoek

In dit hoofdstuk wordt er context gegeven over de keuze van het onderzoeksonderwerp en zal de probleemstelling verder uitgelegd worden. Daarnaast zal ook het doel van het onderzoek en de stakeholders toegelicht worden. Als laatste zullen de hoofd- en deelvragen en het toekomstige beroepsproduct centraal staan.

1.1 Context

Nu steeds meer jongeren erin slagen hun opleiding met succes af te ronden en het aantal voortijdig schoolverlaters sterk is gedaald, komt er steeds meer aandacht naar de volgende fase in de loopbaan van de jongeren: Het vinden en behouden van werk (Eimers, 2017). Dat kan soms nog wel eens lastig zijn. Jongeren geven aan dat zij het lastig vinden om een baan te vinden na hun opleiding. Sommigen werkgevers vragen relevante werkervaringen, andere diploma's of andere specifieke vaardigheden zoals kennis van bepaalde programma's of taalkundige vaardigheden.

Gemiddeld gezien halen jaarlijks 250.000 studenten hun diploma voor het mbo, hbo of de universiteit (OCW, 2019). Deze studenten kunnen er dan voor kiezen om een vervolgopleiding te doen of om zich aan te bieden op de arbeidsmarkt. Gemiddeld gezien gaan er zo'n 37% van alle mbo4 studenten de doorstroom maken naar het hbo. Het getal van het hbo naar wo ligt een stuk lager: 8,2% (CBS, 2018).

Van de studenten die niet doorstromen is 78% anderhalf jaar na afstuderen werkzaam in de eigen of een verwante richting. Per opleiding verschillen de percentages erg. Negentig procent van de afgestudeerden in de richting gezondheidszorg en onderwijs vindt een baan in de eigen of verwante richting. Dit is totaal anders bij de richting kunst en economie. Zij hebben relatief het minst vaak een baan in de eigen of verwante richting. Kijkend naar het vereiste opleidingsniveau voor de baan, dan hebben gemiddeld acht op de tien werkende hbo-gediplomeerden een baan op hbo-niveau of hoger. De sectoren onderwijs en bèta techniek werken het vaakst op hbo-niveau (HBO Monitor, 2019).

1.2 Probleemstelling

Recruit a Student is een NEN-gecertificeerde uitzendorganisatie gespecialiseerd in werving en selectie, (online) uitzenden en detacheren (Recruit a Student, 2019). Zij zijn vooral gericht op studenten, maar dat wil niet zeggen dat ze alleen banen voor studenten faciliteren. Daarom is, ondanks de bedrijfsnaam, de doelgroep groter dan alleen maar studenten. Hun motto is: 'Talent van morgen, vandaag in huis!'.

Hoewel ongeveer vier op de vijf studenten een passende werkplek vinden na hun studie (HBO Monitor, 2019), komt uit gesprekken met studenten, die al werkzaam waren bij Recruit a Student, naar voren dat het soms nog lastig is om de stap van school naar de arbeidsmarkt te maken. Zij ervaren belemmeringen in deze fase van hun loopbaan en geven aan dat zij niet weten waar zij terecht kunnen. Zij vinden namelijk het aanbod te groot en weten niet wat de mogelijkheden zijn met hun behaalde diploma. De arbeidsmarkt is naar hun mening groter dan zij van tevoren dachten. Studenten blijken na hun studie niet altijd klaar te zijn voor de arbeidsmarkt (Noij, 2019) en niet altijd de begeleiding te krijgen die ze nodig hebben wanneer ze gaan werken (Van den Dool, 2018). Een uitzendbureau als Recruit a Student kan studenten helpen om de genoemde belemmeringen op te heffen.

Zo kunnen zij als tussenstap fungeren voor studenten die op zoek zijn naar een baan tijdens of na de studie. Het blijkt echter in de praktijk dat studenten niet snel geneigd zijn naar een uitzendbureau te gaan.

Er is te zien dat er in de afgelopen jaren een enorme daling geweest is in het aantal uitzendkrachten (jongeren onder de 25 jaar) dat gebruik maakt van de diensten van werving- en selectiebureaus. Vanaf 2007 is het aandeel jongeren onder de 25 jaar afgenomen van bijna de helft (48%) naar iets meer dan een derde (36%) in 2017 (De Wit, 2018). Om die reden wordt in dit onderzoek allereerst ingegaan op de bekendheid van Recruit a Student en de mogelijkheden om die te vergroten.

Naast de bekendheid van Recruit a Student, ligt de tweede focus van dit onderzoek op de behoeftes van studenten in hun zoektocht naar een baan. Er zal worden onderzocht wat de mogelijkheden van Recruit a Student zijn om hieraan te voldoen. Betrokkenheid bij zowel de werkgever als de uitzendkrachten is één van de eigenschappen die Recruit a onderscheidt. Eigenaren Remco Beijer en Jaap Dietz hebben op hun website een quote geplaatst; “Het doet me goed wanneer oud-studenten me op straat een hand geven en vertellen hoe ze zich verder hebben ontplooid”, vertelt Dietz. Het coachende aspect is nog steeds heel belangrijk voor Recruit a Student. “We willen als ontwikkelpunt fungeren door te faciliteren in werkervaring”, vertelt Dietz. “Alleen door te doen weet je wat er bij je past”, vult Beijer aan (Recruit a Student, 2019).

Toch merken Remco en Denise dat studenten niet vaak bij hun aankloppen voor deze stap. Zij willen graag dat de bekendheid van Recruit a Student verbeterd wordt en dat hun werkwijze zo goed mogelijk aansluit bij de behoeftes en wensen van de studenten.

1.3 Doelstelling van het onderzoek

De doelstelling van dit onderzoek is om de bekendheid van Recruit a Student te vergroten en hun huidige werkwijze zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de behoeftes en wensen van de studenten. Zij willen namelijk laten zien dat zij kunnen fungeren als tussenstap van school naar de werkende wereld.

In dit onderzoek gaat er onderzocht worden wat de behoeftes en wensen zijn van studenten in de laatste twee studie jaren die na hun studie willen werken. Er wordt literatuuronderzoek gedaan naar eerdere onderzoeken op dit gebied en naar de belemmeringen die studenten ervaren tijdens deze zoektocht. Daarnaast worden er ook interviews gehouden met studenten, experts en andere organisaties. Nadat alle data verzameld is, zullen de resultaten gecodeerd worden en daaruit zullen conclusies getrokken worden. Aan de hand van de gesprekken met de studenten zal er gekeken worden waar er vanuit de doelgroep behoefte aan is. Naast de behoeftes wordt er ook gekeken naar de belemmeringen die zij ervaren tijdens de zoektocht. Tot slot zullen alle resultaten onderzocht worden en zal er in samenspraak met Recruit a Student een beroepsproduct ontwikkeld worden.

1.4 Stakeholders

De stakeholders in dit onderzoek zijn verschillende partijen. De onderzoeksvraag kwam in eerste instantie vanuit Recruit a Student (Apeldoorn, Flevoland & Zwolle), dus daarom worden zij betrokken als stakeholder. Uit gesprekken met studenten kwam naar voren dat zij deze vraag bevestigen (Persoonlijke communicatie, augustus 2020). Studenten in de laatste twee studie jaren die na hun studie willen werken zijn één van de belangrijkste stakeholders in dit onderzoek, omdat zij bepaalde

belemmeringen ervaren die misschien tot oplossingen kunnen leiden voor Recruit a Student. Het is namelijk van belang dat de stakeholders centraal staan in dit onderzoek (IDEO, 2015)

Hierbij de stakeholders die op dit moment bekend zijn:

- Werknemers Recruit a Student (Apeldoorn, Flevoland & Zwolle)
- Studenten die:
 - In hun laatste twee jaar van hun opleiding zitten.
 - Alle niveaus vertegenwoordigen.

1.5 Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag luidt als volgt:

- Hoe kan Recruit a Student zijn bekendheid vergroten en daarbij optimaal aansluiten op de behoeftes van studenten?

De deelvragen voor dit onderzoek luiden als volgt:

1. Hoe oriënteren studenten zich op de arbeidsmarkt?
2. Wat vinden studenten belangrijk in een baan?
3. Welke behoeftes hebben studenten met betrekking tot de dienstverlening van een werving- en selectiebureau?
4. Welke behoeftes hebben studenten in het zoekproces naar een baan?
5. Welke belemmeringen ervaren studenten tijdens de zoektocht en welke wensen hebben zij daarin?
6. Hoe kan er vanuit Recruit a Student vorm worden gegeven aan de behoeften van studenten in hun zoektocht naar een baan?

1.6 Beroepsproduct

Vooraf is er nog geen definitief beroepsproduct beschreven. Het HCD-model schrijft voor om zo dicht mogelijk bij de doelgroep te blijven. Het Human Centered Design model bestaat uit drie fases: de inspiration fase, de ideation fase en de implementation fase (IDEO, 2015). In dit onderzoek zullen zowel de inspiration fase als de ideation fase doorlopen worden. De implementation fase wordt buiten beschouwing gelaten en in de toekomst uitgevoerd in een vervolgonderzoek. De stakeholders staan centraal in dit onderzoek en het beroepsproduct moet aansluiten bij hun behoeftes en wensen. Daarom is er vooraf nog niks te zeggen over een eventueel beroepsproduct. Dit zal later besproken worden in verdere hoofdstukken.

Tijdens de inspiration fase wordt er wetenschappelijke literatuur vergaard ter ondersteuning en onderbouwing van de probleemstelling. De zoektermen die tijdens deze zoektocht voorbijkomen zijn: graduation position, start position students job market, work factors students, needs wishes barriers students job market. De bevindingen van het literatuuronderzoek in combinatie met de probleemstelling worden getoetst door middel van kwantitatief onderzoek in de vorm van een digitale survey. De resultaten zijn opgenomen aan het einde van de inspiration fase en zullen deelvraag één, twee, drie en vier beantwoorden.

Gedurende de ideation fase zijn de belemmeringen die studenten ervaren tijdens de zoektocht naar een baan en de wensen hierin uitgevraagd door middel van semi-gestructureerde interviews. Deze belemmeringen zijn in een brainstormsessie voorgelegd aan het team van Recruit a Student om tot een praktische uitvoering te komen.

De resultaten en uitkomsten zullen een antwoord geven op deelvraag vijf en zes. De bevindingen van de semi-gestructureerde interviews en de brainstormsessie worden meegenomen tijdens het schrijven van het adviesrapport voor de opdrachtgever en het te ontwikkelen beroepsproduct.

Tot slot komen de aanbevelingen, discussies en conclusies aan bod. In dit hoofdstuk zullen er aanbevelingen gedaan worden voor een mogelijk vervolgonderzoek en zal de opzet van het onderzoek onder de loep genomen worden. Ten slotte zal er een antwoord gegeven worden op de hoofdvraag van het onderzoek.

2 Inspiration fase

In dit hoofdstuk wordt er stilgestaan bij de stappen die gemaakt zijn tijdens de Inspiration fase. Allereerst zal het onderzoek theoretisch worden onderbouwd door middel van wetenschappelijke literatuur en ten tweede zal de survey uitgelicht worden. Tot slot worden de resultaten en conclusies behandeld die antwoord zal geven op deelvraag 1,2,3 en 4.

2.1 Inleiding

Tijdens de Inspiration fase zal er informatie verzameld worden om antwoorden te geven op de eerste vier deelvragen. In de eerste deelvraag zal er onderzocht worden hoe de studenten zich momenteel oriënteren op de arbeidsmarkt. Zo kan er onderzocht worden of deze manieren van zoeken aansluiten bij de huidige werkwijze van Recruit a Student. Dit is van belang om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de behoeftes van de stakeholders en om de naamsbekendheid van Recruit a Student te vergroten. In de tweede deelvraag zal er nagegaan worden wat studenten belangrijk vinden in een toekomstige baan. Dit zijn mogelijke factoren waarop Recruit a Student kan inspelen in de toekomst. In de derde deelvraag zullen de behoeftes van studenten met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus uitgevraagd worden. Tot slot zal in deelvraag vier de behoeftes van studenten in het zoekproces naar een baan onderzocht worden.

Deze vier deelvragen zullen zowel theoretisch als met een survey worden beantwoord. De Inspiration fase bestaat dus uit een wetenschappelijk literatuuronderzoek en een digitale survey onder studenten die in hun laatste twee studiejaar zitten. Hieronder worden beide methodes verder toegelicht.

2.2 Literatuuronderzoek

2.2.1 Methoden literatuuronderzoek

Voor het theoretisch kader van dit onderzoek zal er een wetenschappelijk literatuuronderzoek uitgevoerd worden om zo meer kennis te krijgen over de verschillende onderwerpen die binnen dit onderzoek uitgelicht worden.

Via de catalogusfunctie van Saxion Bibliotheek zullen er tijdens het literatuuronderzoek verschillende databanken gebruikt worden, zoals Academic Search, Springerlink & EBSCO. Naast de databanken van Saxion Hogeschool zal er ook gebruik gemaakt worden van de zoekfuncties van Google Scholar.

Tijdens dit gehele onderzoek zullen er verschillende zoekmethodes toegepast worden om zoveel mogelijk bruikbare en relevante theorieën te zoeken. Ten eerste zal de onderzoeker gebruik maken van de nodige zoektermen om zo het zoeken van wetenschappelijke literatuur makkelijker te maken. De zoektermen die tijdens deze zoektocht voorbijkomen zijn: graduation position, start position students job market, work factors students, needs wishes barriers students job market. Met deze zoektermen zullen er tijdens het onderzoek nog meer combinaties uitgevoerd worden om aanvullende informatie te winnen. Naast bovenstaande methode zal er ook gebruik gemaakt worden van de welbekende 'sneeuwbal methode' (Saxion Bibliotheek, 2020). Dit is een methode waarbij alle literatuurreferenties van belangrijke artikelen gecontroleerd worden. Van de nieuw verkregen artikelen worden dan opnieuw alle referenties nagetrokken, net zolang totdat deze procedure niks meer oplevert.

2.2.2 Resultaten literatuuronderzoek

2.2.2.1 Oriëntatie

Om deelvraag één 'Hoe oriënteren studenten zich op de arbeidsmarkt?' te beantwoorden is er allereerst gekeken naar het onderzoek van Hendriks (2007). In totaal hebben 125 studenten deelgenomen aan dit onderzoek. Van deze 125 studenten oriënteerde 46% van de doelgroep zich helemaal niet, 47% 1 tot 3 uur, 4% 3 tot 5 uur en 3% meer dan 5 uur per week op de arbeidsmarkt. Daarnaast ging bij dat onderzoek ook 60% van de respondenten binnen een jaar op zoek naar een studie gerelateerde baan. 10% was dat helemaal nog niet van plan en 30% van de studenten twijfelde nog en antwoorde met 'misschien'.

Naast de zoekuren is er ook gekeken of er verschillen zitten tussen de oriëntatie bronnen van hbo'ers en wo'ers. Deze analyse is ook gemaakt in het onderzoek van Hendriks (2007). Deze resultaten zullen met elkaar vergeleken worden om zo te kijken of door de jaren heen daar veranderingen in zijn geweest. In het onderzoek van Hendriks (2007) zagen de resultaten er als volgt uit:

Tabel 1

Top drie oriëntatiebronnen van studenten

Nummer	HBO	WO
1	Internet (67%)	Internet (70%)
2	Bekenden en netwerk (39%)	Bekenden en netwerk (23%)
3	Stage (19%)	Dagblad en krant (20%)

Uit deze resultaten is duidelijk te zien dat bij beide niveaus twee verschillende lijsten naar voren komen, maar wel met een gezamenlijke nummer één en twee. Zowel bij de hbo'ers als de wo'ers staat de bron 'internet' op nummer één. 67% van hbo'ers en 70% van de wo'ers gebruikt dit platform om aan een baan te komen. Daarnaast is er ook een gezamenlijke nummer twee in beide lijsten. 39% van de hbo'ers en 23% van de wo'ers gebruiken hun eigen netwerk of bekenden om aan een baan te komen. Het grootste verschil tussen het hbo en wo is nummer drie in de lijst. Uit dit onderzoek is gebleken dat de hbo'ers (19%) eerder baat hebben aan een goed stageadres, terwijl de wo'ers (20%) eerder hun banen vinden in een dagblad of een krant (Hendriks, 2007).

Op de vraag of respondenten gebruik zouden maken van vacaturesites als ze op zoek gaan naar een baan, zou 67% van de hbo'ers en 78% van de wo'ers dit doen. Van de hbo'ers zegt 28% en 20% van de wo'ers 'misschien' een vacaturesite te bezoeken. Van de hbo'ers worden de vacaturesites Monsterboard (74%), Nationale vacaturebank (45%) en Intermediair (37%) het meest genoemd. Door de wo'ers is Monsterboard (81%) ook de meest genoemde en daarna Intermediair (54%) en Nationale vacaturebank (52%) (Hendriks, 2007).

Deze resultaten zijn strijdig met een onderzoek van Van Doorn (2020). Uit dit onderzoek blijkt dat de vier populairste vacaturesites waar naar werk wordt gezocht dat jaar gelijk zijn gebleven. Indeed, dat eigendom is van Recruit Holdings Ltd., blijft het meest favoriete jobboard onder actief werkzoekenden. De tweede plek gaat naar LinkedIn, onderdeel van Microsoft. De derde en vierde plek liggen dicht bij huis: Nationale Vacaturebank, behorende bij DPG Media, gevolgd door Monsterboard, onderdeel van Randstad (Van Doorn, 2020).

2.2.2.2 Werkgeversimago

Om deelvraag twee 'Wat vinden studenten belangrijk in een baan?' theoretisch te beantwoorden wordt er gekeken naar factoren die studenten belangrijk vinden in het werkgeversimago. In tabel 2 staat weergegeven hoe hbo'ers en wo'ers scoren op 18 kenmerken die deel uitmaken van het werkgeversimago (Hendriks, 2007). De respondenten moesten per kenmerk aangeven hoe belangrijk zij dit vonden tijdens de zoektocht naar een baan. Deze vraag kon beantwoord worden aan de hand van een Likertschaal waarbij 1 = helemaal niet belangrijk was en 5 = heel belangrijk was.

Tabel 2

Overzicht van kenmerken van het corporate imago aangegeven met percentages van de hbo'ers en de wo'ers.

Tabel 4.2: Overzicht van kenmerken van het corporate imago aangegeven met percentages van de hbo'ers (n=110) en de wo'ers (n=125).

Kenmerken corporate imago:	hbo	wo
Afwisselend werk	65%	55%
Goed salaris	63%	58%
Goede doorgroeimogelijkheden	58%	58%
Uitdagende functie	43%	61%
Aansprekende producten/diensten	37%	26%
Opleidingsmogelijkheden	36%	27%
Aansprekende cultuur van een organisatie	33%	60%
Zelfstandigheid	30%	26%
Coaching en begeleiding	28%	17%
Stimulerend management	19%	10%
Mogelijkheden tot internationale carrière	16%	24%
Financieel gezond	16%	11%
Goede secundaire arbeidsvoorwaarden	16%	25%
Loopbaanvooruitzichten	14%	18%
Aantal vrije dagen	6%	4%
Mogelijkheid voor traineeship	5%	11%
Overwerkvergoeding	5%	0%
Grote organisatie (>100)	0%	5%

Opmerking. Overgenomen uit *Talent gezocht!* (p. 30) door A. Hendriks, 2007, Universiteit Twente.

Uit deze resultaten is te zien dat er duidelijke voorkeuren zijn bij beide doelgroepen. De hbo'ers vinden afwisselend werk, een goed salaris, goede doorgroeimogelijkheden, een uitdagende functie en aansprekende producten/diensten de belangrijkste kenmerken tijdens het vinden van een baan. Bij de wo'ers gelden een uitdagende functie, een aansprekende cultuur, een goed salaris, goede doorgroeimogelijkheden en afwisselend werk een belangrijke rol tijdens de zoektocht naar een baan (Hendriks, 2007).

Uit een soortgelijk onderzoek van Hospitality Group (2016) blijkt ook dat de drijfveer 'zelfontwikkeling' voor young professionals op de eerste plaats staat als het gaat om factoren die bepalend zijn voor aantrekkelijk werkgeverschap. Met aantrekkelijk werkgeverschap worden de extra's bedoeld die een werkgever biedt om interessant te kunnen zijn voor (potentiële) young professionals en medewerkers. Zij zijn op zoek naar een baan met voldoende mogelijkheden voor zelfontwikkeling, die een vliegende start voor hun carrière kan betekenen. 'Zinvol werk' en 'omgang met collega's' staan volgens de young professionals op een gedeelde tweede plek bij de keuze voor een werkgever. Daarnaast is te zien dat de drijfveer 'financiële beloning' pas later in het rijtje wordt genoemd. Dat zou kunnen betekenen dat young professionals zich niet bewust laten beïnvloeden door salaris of dat ze niet willen toegeven dat dit van grote invloed is op hun keuze voor een werkgever. (De Graaf, 2016)

2.2.2.3 Werving- en selectiebureaus

Om deelvraag drie 'Welke behoeftes hebben studenten met betrekking tot de dienstverlening van een werving- en selectiebureau?' te beantwoorden is er in de literatuur gezocht naar het gebruik van de diensten van werving- en selectiebureaus en de naamsbekendheid van alle Nederlandse uitzendbureaus.

Er is te zien dat er in de afgelopen jaren een enorme daling geweest is in het aantal uitzendkrachten (jongeren onder de 25 jaar) dat gebruik maakt van de diensten van werving- en selectiebureaus. Vanaf 2007 is het aandeel jongeren onder de 25 jaar afgenomen van bijna de helft (48%) naar iets meer dan een derde (36%) in 2017 (De Wit, 2018).

Naast het onderzoek naar de behoeftes van studenten wordt er ook gekeken naar de naamsbekendheid van Recruit a Student. Daarom is er in het literatuuronderzoek gekeken naar de algemene top drie van uitzendbureaus in Nederland. Deze top bestaat uit Randstad op één, Headfirst Group op twee en USG People op drie (Lubbers, 2020). Deze algemene top drie is gebaseerd op de omzet die de organisaties gemaakt hebben het afgelopen jaar (2019).

2.2.2.4 Behoeftes van studenten

Om deelvraag vier 'Welke behoeftes hebben studenten in het zoekproces naar een baan?' te beantwoorden is er in de literatuur gezocht naar de behoeftes van studenten in het zoekproces naar een baan. Uit een onderzoek van Corporaal (2014) is te zien dat studenten erg conservatief zijn in hun behoeftes. Het enige waar studenten momenteel behoefte aan hebben is duidelijkheid en structuur. Dat vinden zij het allerbelangrijkste.

2.2.3 Conclusies literatuuronderzoek

Uit het literatuuronderzoek kan er geconcludeerd worden dat de top drie van hbo'ers en wo'ers nagenoeg gelijk zijn aan elkaar. De oriëntatiebronnen 'internet' en 'bekenden en netwerk' staan bij beide niveaus op nummer één en twee. Alleen de nummer drie in de lijst is verschillend. Hbo'ers geven aan dat zij eerder gebruik maken van eerdere stageadressen, terwijl de wo'ers de voorkeur geven aan dagbladen en kranten om aan een baan te komen (Hendrikx, 2007).

Verder is te concluderen dat niet alleen een goed salaris een drijfveer is voor studenten, maar ook factoren als afwisselend werk, goede doorgroeimogelijkheden, een uitdagende functie en aansprekende producten/diensten (Hendrikx, 2007). Een ander onderzoek bevestigt deze resultaten en geeft aan dat 'zelfontwikkeling' erg hoog in het vaandel staat voor young professionals. De drijfveer 'financiële beloning' wordt pas verder in het rijtje benoemd. Hieruit is te concluderen dat young professionals zich niet bewust laten beïnvloeden door salaris of dat ze niet willen toegeven dat dit van grote invloed is op hun keuze voor een werkgever (De Graaf, 2016).

Als laatste is te zien dat er de afgelopen jaren een flinke daling is geweest in het gebruik van de dienstverlening van werving- en selectiebureaus. Het aandeel jongeren onder de 25 jaar is afgenomen van bijna de helft (48%) naar iets meer dan een derde (36%) in 2017 (De Wit, 2018).

2.3 Survey

De digitale survey zal de oriëntatiewijze van studenten en de wensen en voorkeuren in de zoektocht naar een baan inzichtelijk maken. De survey is te vinden in bijlage 1. De digitale survey is opgedeeld in de volgende onderdelen:

- Demografische gegevens van de studenten
- De oriëntatiewijze van de student
- Wat vinden studenten belangrijk in een baan
- Behoeftes met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus
- Behoeftes van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan

2.3.1 Methoden survey

2.3.1.1 Meetinstrument

De survey is deels gebaseerd op de vragenlijst van Hendriks (2007). Hendriks deed onderzoek naar de factoren die een rol spelen bij het inzetten van arbeidsmarktcommunicatie om talent te werven. In dit onderzoek zijn de items van de digitale survey gebaseerd op literatuur. Er zijn geen schalen samengesteld waardoor er geen Cronbach's Alpha kan worden uitgevoerd. Alle onderdelen worden op itemniveau geanalyseerd.

Demografische gegevens van de student

Aan het eind van de digitale survey werden er een aantal vragen (vraag 14 t/m 19) gesteld die gericht waren op geslacht, leeftijd, studierichting en het opleidingsniveau.

De oriëntatiewijze van de student

Vraag 1,2,7,8,9 en 10 zijn opgesteld om te achterhalen in hoeverre de respondenten al bezig zijn met het oriënteren op de arbeidsmarkt en welke zoekkanalen zij hierbij gebruiken. De vragen 1,7 en 9 zijn multiplechoice en de vragen 2,8 en 10 zijn open. Deze resultaten zullen een antwoord kunnen geven op deelvraag één waarin nagegaan wordt hoe studenten zich oriënteren op de arbeidsmarkt. De vragen 1, 7, 8 en 9 in dit onderzoek zijn letterlijk overgenomen uit het onderzoek van Hendriks (2007). De vragen 2, 10 en 11 zijn aangepast om zo beter deelvraag 1 en 2 te beantwoorden. Bij vraag 2 en 10 is ervoor gekozen om de vraag open te stellen, want deze waren van origine gesloten gesteld in het onderzoek van Hendriks (2007). Zo worden de respondenten niet beperkt in hun antwoorden.

Wat vinden studenten belangrijk in een baan?

Bij vraag 11 worden de kenmerken weergegeven die studenten belangrijk kunnen vinden in een baan. De vraag bestaat uit 17 kenmerken waarvan de respondent er minimaal drie moet aangeven die hij of zij het meest belangrijk vindt bij het zoeken naar een baan. Deze keuze is gebaseerd op de originele vraag uit het onderzoek van Hendriks (2007). Het beantwoorden van deze vraag zal gebeuren aan de hand van een Likertschaal. Deze vraag zal deelvraag twee beantwoorden en Recruit a Student kan op basis van deze kenmerken nagaan welke belangrijk worden gevonden om hier vervolgens rekening mee te houden in hun diensten. Bij vraag 11 is ervoor gekozen om, de originele 18 kenmerken, te beperken tot 17 kenmerken omdat het kenmerk 'stimulerend management' niets toevoegt aan de beantwoording van deelvraag 2.

Behoeftes met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus

Bij de vragen 3 t/m 6 wordt er stilgestaan bij het gebruik en de verlangens van de dienstverlening van werving- en selectiebureaus. Bij vraag 3 is er gebruik gemaakt van een Likertschaal. Bij de vragen 5 en 6 is gekozen voor een open vraagstelling en vraag 6 is een multiplechoicevraag. Deze resultaten zullen een antwoord geven op deelvraag drie. Door middel van deze vragen kan Recruit a Student nagaan welke behoeftes studenten hebben met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus om hier vervolgens rekening mee te houden in de toekomst.

Behoeftes van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan

Bij vraag 12 en 13 zullen de behoeftes van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan gevraagd worden. Dit zijn open vragen om zo de respondenten niet te beperken in hun antwoorden. Deze vragen zullen een antwoord geven op deelvraag vier. Door middel van deze vragen kan Recruit a Student in de toekomst nagaan welke behoeftes studenten hebben ten opzichte van de zoektocht naar een baan om hier vervolgens rekening mee te houden.

In totaal bevat de digitale survey 19 vragen (zie bijlage 1) waarop de ondervraagden met behulp van verschillende antwoordmogelijkheden (5-puntlikertschaal, openvragen, meerkeuzevragen, etc.) moeten antwoorden.

2.3.1.2 Doelgroep

De survey zal afgenomen worden bij studenten die in hun laatste twee jaar van hun opleiding zitten. Dit zal plaatsvinden bij alle opleidingsniveaus. De survey voor dit onderzoek zal bij minimaal 75 studenten afgenomen worden. Aan de hand van de resultaten die zullen komen uit dit onderzoek, kunnen er stappen gezet worden die direct toepasbaar zijn op de huidige en toekomstige doelgroep van Recruit a Student.

In samenspraak met de opdrachtgever is ervoor gekozen om gedurende het onderzoek te focussen op de doelgroep hbo en wo studenten. De reden voor deze keuze is dat de organisatie op dit moment meer mogelijkheden heeft voor hbo'ers en wo'ers als er gekeken wordt naar startersfuncties. De opdrachtgever heeft aangegeven meer belang te hebben bij de resultaten van hbo'ers en wo'ers, dan de resultaten van mbo'ers. Dat wil echter niet zeggen dat er helemaal geen functies worden aangeboden op mbo-niveau. Er zijn namelijk nog steeds mogelijkheden voor mbo'ers, maar dan in mindere mate. Daarom is deze doelgroep wel meegenomen in de survey.

2.3.1.3 Procedure

Zoals de naam al aangeeft zal de survey digitaal (online) worden afgenomen. Dit zal gebeuren via het programma Qualtrics. Dit kan volledig op eigen tempo en op een moment gedaan worden waarop de student tijd heeft. Via verschillende social-media kanalen is de link naar de digitale survey verspreid. In het bericht wat met de link is meegestuurd staat duidelijk vermeld dat deelname volledig vrijwillig is en dat alle antwoorden anoniem verwerkt worden. In het begin van de digitale survey krijgen de studenten een toestemmingsformulier te zien (zie bijlage 1) met daarin uitleg en geschatte tijdsduur van het onderzoek, de vrijwilligheid van hun deelname en informatie over de privacy van hun gegevens. Door middel van het zetten van een digitale handtekening zullen zij akkoord gaan met de bovenstaande informatie.

2.3.1.4 Data-analyse

Om te analyseren hoe studenten zich oriënteren op de arbeidsmarkt (deelvraag 1) wordt er een frequentieanalyse toegepast op enquêtevraag 1,2,7,9 en 10. Daarnaast wordt een gemiddelde en standaarddeviatie berekend van enquêtevraag 2,7 en 8.

Om deelvraag twee 'Wat vinden studenten belangrijk in een baan?' te analyseren worden er gemiddeldes en standaarddeviaties berekend van enquêtevraag 11. Omdat er bij deze vraag gebruik gemaakt is van een Likertschaal, kunnen de resultaten op itemniveau worden vergeleken.

Om deelvraag drie 'Welke behoeftes hebben studenten met betrekking tot de dienstverlening van een werving- en selectiebureau?' te analyseren wordt er een frequentieanalyse toegepast op enquêtevraag 3 en 6. Daarnaast worden de open antwoorden van enquêtevraag 4 en 5 geïnventariseerd om uiteindelijk een antwoord te kunnen geven op de deelvraag.

Om deelvraag vier 'Welke behoeftes hebben studenten in het zoekproces naar een baan?' te analyseren zijn de antwoorden op enquêtevraag 12 en 13 geïnventariseerd. Deze resultaten zullen uiteindelijk schriftelijk worden toegelicht onder het kopje 'Wensen ten opzichte van de zoektocht naar een baan'.

2.3.2 Resultaten

2.3.2.1 Demografische gegevens van de studenten

Vooraf is het doel gesteld om 75 studenten de digitale survey te laten invullen. Die 75 studenten zouden opgedeeld worden in 25 mbo, 25 hbo en 25 wo-studenten. In totaal hebben 89 studenten de digitale survey ingevuld waarvan 18 mbo, 47 hbo en 24 wo-studenten waren. De grootste doelgroep binnen dit onderzoek waren dus de hbo'ers met een percentage van 54,1%. Daarnaast is in tabel 3 af te lezen wat de verhoudingen zijn van opleidingsniveau en leerjaar in dit onderzoek.

Om te kijken of er mogelijk verschillen zitten qua antwoorden wat te koppelen is aan demografische gegevens, is er gevraagd naar de woonachtige provincie van de student. De grootste groep binnen dit onderzoek is woonachtig in Flevoland (38,8%). Op plek twee staat Overijssel met 20,0% en kort daarachter staat Gelderland met 18,8%. Binnen dit onderzoek zijn er geen respondenten gekomen uit Friesland, Zeeland, Limburg of Brabant. Het verschil in geslacht van de respondenten is niet heel groot. 42,4% van de respondenten waren man en 57,6% was vrouw. De gemiddelde leeftijd onder de respondenten is 22 jaar en de standaarddeviatie is 2,22.

Tabel 3

Respons naar opleidingsniveau en leerjaar

	MBO	HBO	WO	Totaal
Derde leerjaar	10	19	9	36
Vierde leerjaar	8	28	15	49
Totaal	18	47	24	89

2.3.2.2 De oriëntatiewijze van de student

In de vragen 1,2,7,8,9 en 10 is er stilgestaan bij de oriëntatiewijze van de student tijdens de zoektocht naar een baan. De resultaten van deze vragen geven antwoord op deelvraag 1, waarin de oriëntatiewijze van studenten op de arbeidsmarkt werd ondervraagd. Hierbinnen is onder andere gekeken naar de gebruikte kanalen en zoekduur.

In eerste instantie is er nagevraagd bij de respondenten of zij al binnen een jaar op zoek gaan naar een baan. Van alle respondenten geeft 62,9% aan dat zij na de studie binnen 1 jaar op zoek te gaan naar een baan die aansluit bij de studie. 13,5% van de respondenten is dat nog niet van plan en 23,6% twijfelt nog en antwoord op deze vraag 'misschien'. Bij de volgende vraag is er stilgestaan bij de zoekduur / oriëntatieduur naar een baan. Deze antwoorden waren verschillend. Sommige studenten waren hier maar een halfuurtje per week mee bezig terwijl anderen al gauw 4 uur per week zich aan het oriënteren waren. Gemiddeld gezien waren de studenten 1 uur en 45 minuten per week bezig om zich te oriënteren op een baan.

Naast de zoekduur is er ook onderzocht op welke manier de studenten zich oriënteren op de arbeidsmarkt. In vraag 7 zijn er, naast de werving- en selectiebureaus die uitgevraagd zijn bij deelvraag drie, meerdere oriëntatie mogelijkheden voorgeschreven om de respondenten zo vrij mogelijk te laten in hun antwoorden. De studenten krijgen bij deze vraag de opdracht om minimaal 3 bronnen te selecteren die zij gebruiken tijdens de zoektocht naar een baan. In tabel 4 zijn de percentages te zien per oriëntatiewijze.

Tabel 4

Respons naar de oriëntatiewijze

	n	Percentage
Internet	81	91,0%
Familie en vrienden	63	70,8%
LinkedIn netwerk / zakelijk netwerk	67	75,3%
Dagblad / krant	3	3,4%
Bedrijfsdagen	7	7,9%
School of universiteit	43	48,3%
Vakbladen	3	3,4%
Bedrijfsites	41	46,1%
Via stage	60	67,4%
Beurzen	11	12,4%

Uit tabel 4 is af te lezen dat het gebruik van internet met kop en schouders bovenaan staat. 91% van de respondenten gebruikt deze bron om zich te oriënteren op de arbeidsmarkt. Naast het gebruik van het internet is het gebruiken van het zakelijk netwerk en/of LinkedIn ook erg belangrijk voor studenten (75,3%). Als laatste in de top drie is te zien dat de respondenten ook veel gebruik maken van het netwerk van familie en vrienden (70,8%). Deze drempel is soms erg laag en daarom erg toegankelijk.

In vraag 9 wordt dieper ingegaan op de bron 'internet' door na te gaan in hoeverre respondenten gebruik maken van vacaturesites. Hierin konden veel respondenten zich vinden. Maar liefst 92,1% van alle studenten gaf aan gebruik te maken van vacaturesites tijdens de zoektocht naar een baan. Bij deze vraag zal er ook weer een splitsing gemaakt worden op basis van niveau. 95,7% van de hbo'ers en 82,6% van de wo'ers geeft aan dat zij gebruik maken van vacaturesites.

Aan de hand van de antwoorden bij de vraag 'Maak je/ zou je gebruik maken van vacaturesites als je op zoek gaat naar een baan?' (vraag 9) werden respondenten die de vraag met 'ja' beantwoordden doorgestuurd naar vraag 10 'Van welke vacaturesites maak jij gebruik?'. Daarin werd hun gevraagd naar de sites die zij gebruiken tijdens de zoektocht naar een baan. Daaruit kwamen allemaal verschillende antwoorden, maar hieronder de top 3 van de respondenten:

- 1 Indeed (41,6%)
- 2 Nationale Vacaturebank (18,0%)
- 3 Young Capital (12,4%)

Het grootste gedeelte van de respondenten geven aan dat zij gebruik maken van Indeed. Daarnaast zijn de sites Nationale Vacaturebank en Young Capital ook erg populair onder de studenten. Naast de vacaturesites die in de top 3 staan, gaven ook veel respondenten aan dat zij hun gewilde functie / gevolgde opleiding intypen in de zoekbalk bij Google en vanuit daar gaan zoeken op vacaturesites.

2.3.2.3 Wat vinden studenten belangrijk in een baan?

Bij vraag 11 van de digitale survey wordt er stilgestaan bij de factoren die studenten belangrijk kunnen vinden in een baan. Deze factoren zijn gebaseerd op het werkgeversimago en deze inzage kan Recruit a Student helpen om beter aan te sluiten bij de behoeftes van de studenten.

In tabel 5 staan de resultaten van vraag 11. Bij deze vraag werden er 17 kenmerken aangeboden die deel uit maken van het werkgeversimago. De respondenten moesten per kenmerk aangeven hoe belangrijk zij dit vonden tijdens de zoektocht naar een baan. Deze vraag kon beantwoord worden aan de hand van een Likertschaal waarbij 1 = helemaal niet belangrijk was en 5 = heel belangrijk was.

Uit tabel 5 is af te lezen dat de respondenten een aansprekende cultuur van een organisatie het belangrijkste kenmerk vinden in het werkgeversimago. Daarnaast vinden studenten goede doorgroeimogelijkheden ook erg belangrijk.

Tabel 5

Belangrijke factoren in het werkgeversimago

Factor	Gemiddelde score	Standaarddeviatie
Coaching en begeleiding	4.00	0.72
Opleidingsmogelijkheden	4.01	0.89
Goede doorgroeimogelijkheden	4.19	0.96
Mogelijkheden tot internationale carrière	2.61	1.17
Grote organisatie (>100)	2.21	1.04
Financieel gezond	3.99	0.72
Afwisselend werk	4.12	0.82
Zelfstandigheid	3.74	1.00
Uitdagende functie	4.08	0.68
Mogelijkheid voor traineeship	3.25	1.01
Aantal vrije dagen	3.00	1.01
Loopbaanvooruitzichten	3.86	0.90
Goed salaris	3.85	0.75
Goede secundaire arbeidsvoorwaarden	3.95	0.74
Overwerkvergoeding	3.36	1.02
Aansprekende cultuur van een organisatie	4.20	0.81
Aansprekende producten en diensten	3.72	0.83

Noot. Score 1 = helemaal niet belangrijk, 2 = niet belangrijk, 3 = neutraal, 4 = belangrijk, 5 = heel belangrijk

2.3.2.4 Werving- en selectiebureaus

Naast de 17 kenmerken die deel uit maken van het werkgeversimago is er ook gevraagd naar de ideeën van dienstverlening van werving- en selectiebureaus. De studenten kregen de vraag wat zij verlangen in de dienstverlening van werving- en selectiebureaus. Deze resultaten kunnen helpen met het beantwoorden van deelvraag drie. Vooraf zijn er vijf vaste kenmerken vastgesteld om de studenten wat voorbeelden te geven. Daarnaast was er ook een zesde optie 'Anders' om daarin studenten de vrije keus te laten, mocht hun antwoord er niet bij zitten.

De vijf vaste kenmerken waren:

- Goed bereikbare locatie
- Flexibiliteit
- Snelle communicatie
- Begeleiding van begin tot eind
- Beroep oriënterende testen

In tabel 6 zijn de resultaten van vraag 6 af te lezen. Het is goed om te weten dat als studenten bepaalde kenmerken aangevinkt hebben, het niet direct wil zeggen dat zij de overige kenmerken niet belangrijk vinden. In deze situatie geven zij hun voorkeuren aan en dat wil niet zeggen dat zij het met de andere kenmerken oneens zijn. In de tabel zijn er twee kenmerken die hoog scoren. Studenten geven aan dat zij snelle communicatie en begeleiding van begin tot eind erg belangrijk vinden in de dienstverlening van een werving- en selectiebureau.

Tabel 6

Behoeftes van studenten met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus

Kenmerk	n	Percentage
Goed bereikbare locatie	26	29,2%
Flexibiliteit	39	43,8%
Snelle communicatie	69	77,5%
Begeleiding van begin tot eind	54	60,7%
Beroeps oriënterende testen	23	25,8%

Naast de vraag over de verwachting van de dienstverlening is er ook nagevraagd of de respondenten überhaupt gebruik maken van de diensten van werving- en selectiebureaus. Deze vraag zal helpen om deelvraag drie te beantwoorden. De vraag konden zij aan de hand van een Likertschaal beantwoorden. 1 stond voor het nooit gebruiken van werving- en selectiebureaus en 5 stond dan voor het vaak gebruik maken ervan. Nadat zij hun antwoord ingevuld hadden, konden zij in de volgende vraag hun antwoord onderbouwen in een tekst vak. Hieronder de antwoorden van vraag 3 verwerkt in tabelvorm.

Tabel 7

Mate van gebruik werving- en selectiebureaus

	n	Percentage
Nooit	44	49,4%
Zelden	25	28,1%
Soms	16	18,0%
Vaak	4	4,5%

Hieruit is duidelijk te zien dat bijna de helft van de respondenten (49,4%) nooit gebruik heeft gemaakt van de diensten van werving- en selectiebureaus. De redenen voor het niet gebruiken van de dienstverlening zijn verschillend voor de respondenten.

De grootste groep geeft aan zij niet op de hoogte zijn van de mogelijkheden. Hierbij een citaat uit de survey: *‘Nooit aan gedacht en mijn omgeving maakt er ook nooit gebruik van’*. Naast de onwetendheid, is er ook een algemeen negatief beeld aanwezig van werving- en selectiebureaus. Redenen als: *‘Zij kunnen mij toch niet helpen’* of *‘Onder mijn niveau’* komen ook regelmatig voorbij. Het voelt voor veel studenten als de allerlaatste stap in hun zoektocht. 33 respondenten (37,1%) uiten zich in hun onderbouwing negatief over de dienstverlening van werving- en selectiebureaus.

Verder is er ook doorgevraagd op vraag 3: 'Maak jij gebruik van werving- en selectiebureaus tijdens jouw zoektocht?'. Bij vraag 5 is de studenten gevraagd van welke werving- en selectiebureaus zij gebruik maken. Voor deze vraag is gekozen om inzicht te krijgen in de naamsbekendheid van Recruit a Student. Hieronder de top 3 van de respondenten.

1. Randstad
2. Young Capital
3. Recruit a Student

Zo is te zien dat Recruit a Student zich wel bevindt in de top 3 van de respondenten. Naast de grote organisaties zoals Randstad en Young Capital is Recruit a Student dus wel bekend onder de studenten die gebruik maken van de diensten van werving- en selectiebureaus.

2.3.2.5 Behoeftes van studenten t.o.v. de zoektocht naar een baan

Bij de vragen 12 en 13 in de digitale survey zijn de wensen van studenten t.o.v. de zoektocht naar een baan ondervraagd. Dit is eigenlijk gedaan als een soort introductie van de semi-gestructureerde interviews en om antwoord te geven op deelvraag 4. Die staan namelijk in het teken van de belemmeringen en wensen tijdens de zoektocht naar een baan. In de digitale survey werd er bij vraag 12 gevraagd wat studenten zou kunnen helpen in de zoektocht naar de ideale baan. Dit is gesteld als een open vraag om zo de studenten niet te belemmeren in hun antwoordmogelijkheden.

Als er gekeken wordt naar de resultaten van vraag 12, zijn er overeenkomsten te zien met de resultaten uit de andere vragen. 28 van de 89 studenten (31,5%) geven aan behoefte te hebben aan begeleiding en coaching tijdens het zoekproces. Een respondent uit het onderzoek geeft bijvoorbeeld aan: 'Hulp met de oriëntatie. Er zijn namelijk te veel mogelijkheden en ik weet niet waar ik moet beginnen met zoeken'. 'Hulp bij connecties binnen mijn werkveld' en 'Een netwerk met relevante connecties. Die heb ik momenteel nog niet echt' zijn directe citaten uit het onderzoek.

Naast het opbouwen van een zakelijk netwerk en begeleiding tijdens het zoekproces, zouden praktische sollicitatie- en zoektips ook helpen. Dit geven 14 van de 89 respondenten (15,7%) aan. Volgens de studenten wordt daar zeer weinig aan gedaan vanuit de hogeschool of universiteit en dit willen zij graag anders zien. Vragen als: 'Hoe maak ik een goed cv?' of 'Wat zijn de normen en waarden tijdens een sollicitatieproces?' spelen onderling bij de studenten.

2.3.3 Conclusie survey

De uitkomsten van de digitale survey laten zien dat de studenten zich op verschillende manier oriënteren op de arbeidsmarkt. Uit de resultaten van tabel 4 is te concluderen dat de bron 'internet' het meest gebruikt wordt onder de doelgroep. Als een organisatie dus veel inzet op die online zichtbaarheid, kan dat veel opleveren voor de organisatie zelf. Naast het internet zijn de bronnen 'familie en vrienden' en 'LinkedIn netwerk / zakelijk netwerk' ook erg populair onder de studenten.

Naast de oriëntatiewijze is de studenten ook gevraagd naar belangrijke factoren die meespelen in het werkgeversimago. In tabel 5 is af te lezen dat studenten factoren als 'coaching en begeleiding', 'goede doorgroeimogelijkheden', 'opleidingsmogelijkheden' en 'aansprekende cultuur van een organisatie' erg belangrijk vinden in het werkgeversimago. Hieruit is dus te concluderen dat studenten erg de behoefte hebben om begeleid te worden in dit proces. Deze behoefte aan begeleiding is ook weer terug te vinden in de resultaten uit tabel 6, waar de behoeftes van studenten met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus werd ondervraagd.

Naast deze begeleiding vinden studenten ook snelle communicatie erg belangrijk. Ruim driekwart van de studenten geeft dat dit één van de belangrijkste kenmerken zijn die zij verlangen in de dienstverlening van een werving- en selectiebureau.

Naast de oriëntatiewijze en belangrijke factoren in het werkgeversimago is de studenten ook gevraagd naar de bekendheid van werving- en selectiebureaus. Uit deze resultaten kwam naar voren dat Recruit a Student op plaats drie van deze lijst staat. Hieruit is te concluderen dat Recruit a Student daadwerkelijk wel bekend is onder de respondenten.

Toch zegt naamsbekendheid niet alles. In de resultaten van tabel 7 is toch nog te zien dat ruim driekwart van de respondenten nooit of zelden gebruik gemaakt hebben van de diensten van werving- en selectiebureaus. Zij geven als reden op dat zij niet op de hoogte zijn van de mogelijkheden. Door middel van het beroepsproduct kan hierop worden ingespeeld.

Als er gekeken wordt naar de behoeftes van studenten in het zoekproces naar een baan zijn er overeenkomsten te zien met de resultaten uit de andere vragen. Een derde van de studenten (31,5%) geeft aan behoefte te hebben aan begeleiding en coaching tijdens het zoekproces. Daarnaast hebben studenten ook behoefte aan hulp tijdens het opbouwen van een zakelijk netwerk. Hier wordt op school te weinig aandacht aan besteed volgens de studenten. Verder geeft een vijfde van de respondenten aan dat praktische sollicitatie- en zoektips ook zouden helpen in hun zoekproces.

2.4 Conclusie inspiration fase

Als de resultaten van het literatuuronderzoek en de survey vergeleken worden, kunnen er verschillende conclusies getrokken worden. Ten eerste is te zien dat er over het algemeen weinig gebruik wordt gemaakt van de diensten van werving- en selectiebureaus. Uit het literatuuronderzoek is af te lezen dat er een flinke daling is geweest de afgelopen jaren (De Wit, 2018). Met de resultaten van de survey kan dit resultaat bevestigd worden. Ruim driekwart van de respondenten geeft aan nooit of zelden gebruik gemaakt te hebben van de diensten van werving- en selectiebureaus.

Ten tweede is er te zien dat er verschillen zitten tussen de resultaten uit het onderzoek van Hendriks (2007) en het huidige onderzoek, kijkend naar de belangrijke factoren in het werkgeversimago. Uit het onderzoek van Hendriks (2007) kwam naar voren dat studenten de factoren 'uitdaging', 'goede doorgroei mogelijkheden', 'afwisselend werk' en 'aansprekende producten' erg belangrijk vonden in het werkgeversimago. Door de jaren heen zijn deze factoren veranderd. In de resultaten uit het huidige onderzoek is te zien dat studenten de factoren 'coaching en begeleiding', 'opleidingsmogelijkheden' en 'een aansprekende cultuur' belangrijk vinden in het werkgeversimago. Uit een onderzoek (De Graaf, 2016) kwam deze behoefte aan zelfontplooiing ook naar voren. Hierin is te zien dat een goed salaris dus minder belangrijk voor studenten dan de mogelijkheid om te ontplooien.

Tot slot zijn er ook verschillen te zien in de oriëntatiewijze van de student. Uit het onderzoek van Hendriks (2007) is te zien dat de top drie oriëntatiebronnen bestaat uit internet, bekenden en stage. Als deze resultaten vergeleken worden met de resultaten uit het huidige onderzoek zijn er kleine verschillen te zien. Uit de huidige resultaten is te concluderen dat de bron 'internet' momenteel nog steeds de populairste is. Daarnaast maken de studenten ook veel gebruik van het zakelijk netwerk / LinkedIn en vragen familie en vrienden om te helpen tijdens dit proces.

3 Ideation fase

De stappen die doorlopen zijn in de Ideation fase worden in dit hoofdstuk behandeld. Na het literatuuronderzoek en de digitale survey in de inspiration fase, zal nu door middel van semi-gestructureerde interviews de belemmeringen en wensen van de doelgroep t.o.v. de zoektocht naar een baan uitgevraagd worden. Vervolgens worden de resultaten van de semi-gestructureerde interviews uitgewerkt en samengevat. Deze volledige uitwerkingen en onderbouwingen worden uiteindelijk ook nog uitgewerkt tot een advies voor Recruit a Student. Zo zal in deze fase de laatste deelvraag beantwoord worden.

3.1 Inleiding

Kijkend naar het HCD-model is de Ideation fase de vervolgstap in dit onderzoek. In de inspiration fase is duidelijk geworden dat studenten weinig gebruik maken van de diensten van werving- en selectiebureaus en dat zij heel veel behoefte hebben aan coaching en begeleiding tijdens hun zoekproces. Zoals eerder vermeld zal in deze fase deelvraag vijf en zes behandeld worden. In deelvraag vijf wordt er gekeken naar de belemmeringen die studenten ervaren in de zoektocht naar een baan na de studie en welke wensen zij daarin hebben. Deze belemmeringen en wensen zullen nagevraagd worden in de semi-gestructureerde interviews. Daarnaast zal er nagevraagd worden welk beeld studenten hebben van een werving- en selectiebureau. Als laatste zal de student gevraagd worden om enkele adviezen te formuleren voor medestudenten die deze stap nog moeten maken. Deze resultaten zullen bijdragen bij de beantwoording van deelvraag zes.

Naast de resultaten die uit de semi-gestructureerde interviews komen, zal er vanuit de literatuur onderzocht worden hoe deze belemmeringen overeenkomen met eerdere onderzoeken. Ook zal er ook vanuit de literatuur gekeken worden hoe voldaan kan worden aan de vermindering van de belemmeringen die studenten ervaren tijdens de zoektocht naar een baan na de studie.

Na het analyseren van de digitale survey en de semi-gestructureerde interviews zullen alle uitkomsten gedeeld worden met het team van Recruit a Student. Door middel van een brainstormsessie zal er gekeken worden naar een mogelijk beroepsproduct om vooruitgang te boeken op dit onderwerp. De uitkomsten van de brainstormsessie en de uitkomsten van de semi-gestructureerde interviews zullen bijdragen bij het beantwoorden van deelvraag zes 'Hoe kan er vanuit Recruit a Student vorm worden gegeven aan de behoeften van studenten in hun zoektocht naar een baan?'. In de brainstormsessie zal er namelijk een rangorde gemaakt worden door de opdrachtgever met de resultaten uit de survey en de semi-gestructureerde interviews. Door deze rangorde kan het beroepsproduct concreter worden gemaakt en zal het dus beter aansluiten bij de behoeftes van de opdrachtgever.

3.2 Semi-gestructureerde interviews

In de voorgaande fase is gekozen voor een literatuuronderzoek en een kwantitatief onderzoek in de vorm van een digitale survey. In de Ideation fase is er allereerst gekozen voor een kwalitatief onderzoek in de vorm van semi-gestructureerde interviews om de belemmeringen en wensen van studenten tijdens de zoektocht naar een baan na de studie in kaart te brengen.

3.2.1 Methoden semi-gestructureerde interviews

3.2.1.1 Meetinstrument

Semi-gestructureerd wilt zeggen dat de leidraad van het interview vaststaat, maar aan de hand van de antwoorden van de geïnterviewde zal er doorgevraagd worden (Migchelbrink, 2016). Vooraf is er een topiclijst opgesteld met gespreksonderwerpen die gedurende het interview aan bod zullen komen. De interviewer zal de volgorde van de vragen kunnen aanpassen als de situatie daarom vraagt. Zo blijven de gesprekken natuurlijk, maar duidelijk gestructureerd.

De vragen die gesteld worden in het interview zullen voor het grootste gedeelte open zijn, zodat de geïnterviewde de vrijheid krijgt bij het bepalen wat belangrijk of relevant is om te vertellen. Er is gekozen voor semi-gestructureerde interviews om de studenten de vrijheid te geven hun belemmeringen en wensen zo goed mogelijk te formuleren, zonder dat de interviewer daarbij sturing geeft qua richting.

De volgende thema's zullen centraal staan tijdens de semi-gestructureerde interviews met de studenten die in hun laatste twee studiejaar zitten en daarna op zoek zijn naar een baan:

- Demografische gegevens
- Belemmeringen tijdens het zoeken van een baan
- Wensen om de zoektocht makkelijker te maken
- Werving- en selectiebureaus
- Adviezen van studenten

De interviewvragen van het semi-gestructureerd interview zijn opgenomen in de bijlagen (zie Bijlage 2). De thema's 'Belemmeringen tijdens het zoeken van een baan' en 'Wensen om de zoektocht makkelijker te maken' zullen bijdragen bij de beantwoording van deelvraag vijf en de thema's 'Werving- en selectiebureaus' en 'Adviezen van studenten' zullen bijdragen bij de beantwoording van deelvraag zes.

3.2.1.2 Doelgroep

In totaal worden er tien studenten geïnterviewd over dit onderwerp. De studenten worden persoonlijk benaderd of worden benaderd nadat zij zich hebben aangeboden aan het einde van de digitale survey. Daar kunnen zij namelijk hun e-mailadres achterlaten als zij geïnteresseerd zijn in een interview of het eindverslag. De studenten worden op basis van een aantal criteria geselecteerd. Allereerst moeten zij in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten en momenteel onderwijs volgen op het hbo of wo. Er wordt gebruik gemaakt van de zogenoemde sneeuwbalsteekproef. De sneeuwbalsteekproef is een steekproef die steeds groter wordt doordat respondenten de onderzoeker doorverwijst naar andere respondenten (Baarda, 2014).

3.2.1.3 Procedure

In verband met het COVID-19 virus is ervoor gekozen om de semi-gestructureerde interviews digitaal af te nemen. Voordat het gesprek begint zal er binnen de opname mondeling nogmaals toestemming gevraagd worden voor het anoniem gebruik van de antwoorden en het opnemen van het interview. De semi-gestructureerde interviews worden opgenomen via verschillende programma's zoals Skype en Microsoft Teams. Hiervoor zullen de respondenten eerst toestemming moeten geven. Voor het interview zullen de geïnterviewden ook een schriftelijke informatie- en toestemmingsbrief ontvangen en deze is te vinden onder de kopjes 'Bijlage 3' en 'Bijlage 4'.

3.2.1.4 Data-analyse

De interviews worden volledig getranscribeerd en geanalyseerd. Dit zal gebeuren aan de hand van de methode 'Find Themes' (IDEO, 2015). De onderzoeker zal alle transcripten doorlezen en de belangrijke uitspraken koppelen aan open codes. Deze open codes worden vervolgens gegroepeerd om te komen tot thema's. Deze thema's zullen later in dit verslag beschreven worden.

3.2.2 Resultaten semi-gestructureerde interviews

In tabel 8 is te zien wat de demografische gegevens zijn van de tien geïnterviewden. Zoals af te lezen is in tabel 8 is de vooraf bedachte norm van tien studenten behaald. Er is te zien dat beide niveaus (hbo & wo) evenredig vertegenwoordigd zijn. De gemiddelde leeftijd onder de respondenten is 22,5 jaar en de standaarddeviatie is 0,97.

Tabel 8

Respons geïnterviewden

Respondent	Geslacht	Opleidingsniveau	Leeftijd
1	Vrouw	WO	24
2	Vrouw	WO	22
3	Man	HBO	22
4	Man	WO	21
5	Man	HBO	23
6	Vrouw	WO	23
7	Man	HBO	22
8	Vrouw	WO	22
9	Man	HBO	22
10	Vrouw	HBO	24

De vragen van de semi-gestructureerde interviews zijn verdeeld over vier deelonderwerpen. Deze vier deelonderwerpen zijn gekozen, omdat deze het beste aansluiten om antwoord te geven op de vijfde deelvraag: 'Welke belemmeringen ervaren studenten tijdens de zoektocht en welke wensen hebben zij daarin?'. De vier deelonderwerpen bestaan uit:

- Belemmeringen tijdens de zoektocht
- Wensen t.o.v. de zoektocht
- Werving- en selectiebureaus
- Adviezen van studenten

3.2.2.1 Belemmeringen tijdens de zoektocht

Bij dit deelonderwerp werd er direct gevraagd naar de belemmeringen die de studenten ervaren tijdens de zoektocht naar een baan. In tabel 9 staan de thema's weergegeven die bij de analyse van de gegeven antwoorden naar voren zijn gekomen.

Tabel 9

Belemmeringen die studenten ervaren tijdens de zoektocht naar een baan

Belemmering	Frequentie
Onbekendheid van de mogelijkheden	6
Relevante werkervaring	4
Netwerken	2
Bedrijven lijken niet op zoek	1

Onbekendheid van de mogelijkheden

De grootste belemmering die de studenten ervaren hebben is de onbekendheid van de mogelijkheden. Zes van de tien studenten geven aan dat zij niet helemaal weten wat de mogelijkheden zijn met hun opleiding en dat daardoor de keuze soms te groot of juist te klein zijn. Als het aanbod te groot is, weten de studenten niet zo goed waar ze moeten beginnen met zoeken. En in sommige vacatures staan ook wat moeilijkere termen vermeld en de starter is dan niet bekend met deze jargon. Hij / zij zal dus uit onwetendheid misschien niet reageren. Een student geeft bijvoorbeeld aan: *“Ik vond het zelf altijd heel lastig om echt een functie te vinden waarin de organisatie vooral ook echt gericht is naar of op zoek is naar een TP'er.”* (respondent 10). Daarnaast geeft een respondent ook aan dat het soms lastig is dat de ‘leuke’ bedrijven niet op zoek lijken te zijn naar nieuwe mensen. Zij geeft daarin aan dat je ze gewoon moet benaderen en kijken hoe zij reageren op de open sollicitatie. Soms kan het leuk uitpakken.

Relevante werkervaring

Daarnaast geven vier van de tien respondenten aan dat zij het als een belemmering ervaren dat er in vacatures wordt gevraagd naar ‘relevante werkervaring’. Studenten geven aan dat zelfs bij sommige startersfuncties een paar jaar relevante werkervaring gevraagd wordt. *“Minimale ervaring of iets dergelijks, en een vriendin van mij die was laatst ook bezig met solliciteren en die kreeg dat ook steeds voor de voeten geworpen. Zeg maar.”* (respondent 1). Zij geven aan dat dit bijna niet haalbaar is als net afgestudeerde. Er zijn weinig mensen die relevante werkervaring opbouwen tijdens de studie.

Netwerken

Tijdens een interview geeft een horeca student aan dat in zijn vakgebied een goed zakelijk netwerk van belang is. *“Ja, nou ik had het wel iets iets makkelijker verwacht. Dat dat dat bedrijven ook eerder op grote platformen, zoals Indeed en Nationale Vacaturebank.”* (respondent 9). Hij geeft aan dat als je binnen zijn vakgebied dan een baan op niveau zoekt, dat je dan weer uitkomt bij je eigen netwerk. In principe hoeft dat niet erg te zijn, maar als je geen tot een klein zakelijk netwerk hebt kan dat lastig zijn. Daarnaast speelt het COVID-19 virus ook mee deze periode. De horecabranche ligt plat en dat zal ook een factor zijn die meespeelt tijdens deze zoektocht. Weinig bedrijven / organisaties zullen staan te springen voor nieuw personeel deze periode en dat zal ook nog wel zijn nasmaak hebben voor deze branche. Een andere respondent kan zich ook vinden in het netwerkprobleem. Hij geeft aan dat zijn opleiding bevindt in een kleine wereld en daar moet je contacten hebben. Als je dat niet hebt of niet de juiste mensen kent, kan dat belemmerend zijn tijdens de zoektocht naar die droombaan.

3.2.2.2 Wensen ten opzichte van de zoektocht

Bij dit deelonderwerp is er gevraagd naar de wensen van de studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan. Hiervoor zijn de belemmeringen in beeld gebracht en daarop gebaseerd is er gevraagd wat er dan verbeterd kan worden. In tabel 10 zijn de wensen van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan af te lezen.

Tabel 10

Wensen van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan

Wens	Frequentie
Hulp bij de oriëntatie	6
Beroep oriënterende testen	5
Begeleiding van begin tot eind	4
Startersfuncties zonder werkervaring	4
Hulp bij het opbouwen van zakelijk netwerk	6
Flexibiliteit	2

Hulp bij de oriëntatie

Zes van de tien respondenten geven aan dat zij tijdens de zoektocht graag wat begeleiding en coaching willen met de oriëntatie. Zoals hierboven vermeld lopen de studenten tegen de keuzemogelijkheden aan en daarom willen zij graag begeleid worden door experts in het werkveld. Naast de hulp bij de oriëntatie hebben studenten ook erg behoefte aan concrete begeleiding van begin tot eind. Hierbinnen wordt wel een onderscheid gemaakt. *“Dat ze je echt gewoon van begin tot het eind helpen, dus zeg maar voordat jij daar binnenkomt tot aan dat jij die baan het gevonden dat ze dan dat je daar gewoon goeie begeleiding hebt.” (respondent 2).* Begeleiding van begin tot eind wil niet zeggen dat alles kant- en klaar voorgeschoteld wordt, maar dat er handvatten aangereikt worden die studenten kunnen beetpakken. De feedback momenten zijn daarin een belangrijke factor. De stappen die studenten moeten maken zijn volkomen nieuw en daarom zou het mooi zijn als de studenten deze stappen kunnen ondernemen onder toezicht van een ‘expert’.

Beroeps oriënterende testen

Daarnaast geeft de helft van de respondenten aan behoefte te hebben aan beroep oriënterende testen. Ze zeggen dat het misschien kan helpen bij de verduidelijking van de mogelijkheden op de arbeidsmarkt. Naast de beroeps oriënterende testen geeft een respondent ook aan dat er behoefte is aan concretisering van de dromen. De respondent heeft dit zelf in het verleden ervaren en merkte op dat er weinig mensen / organisaties zijn die kritische vragen stellen over de toekomstplannen: *“Gewoon dus nou eigenlijk mis ik dan al een beetje de link van: oh, je wil graag die richting op. Wat voor vakken heb je daarvoor nodig? Welke richting kun je het beste kiezen? Die weg miste ik een beetje, zeg maar.” (respondent 1).*

Startersfuncties zonder werkervaring

Inspelend op de belemmering ‘Ze vragen te veel relevante werkervaring op startersfunctie’ geven vier van de tien respondenten aan dat ze behoefte hebben aan echte startersfuncties. Functies waarbij ze geen relevante werkervaring hoeven te hebben en waar doorgroeimogelijkheden zijn. Een respondent zegt hierover: *“ Ik denk sowieso dat ervaring lastig is als je nog weinig ervaring hebt. Omdat ze vaak toch wel een aantal jaar in elk geval ervaring zoeken in bepaalde aspecten van baan, meestal.” (respondent 10).*

Hulp bij het opbouwen van zakelijk netwerk

Tijdens het thema 'Belemmeringen tijdens de zoektocht' kwam naar voren dat het zakelijke netwerk erg belangrijk is voor de studenten. Zes van de tien respondenten geven ook aan dat zij behoefte hebben aan meer momenten om hun zakelijke netwerk op te bouwen of uit te breiden. *"Ik heb ook het idee dat je best wel ver komt door je persoonlijke lijntjes die je gewoon dat je gewoon zelf mensen aanspreekt tijdens een excursie of oriëntatie dag. Dus inderdaad netwerkbouw hulp. Misschien gewoon ja, een workshop ofzo."* (respondent 8). Hierbij te denken aan beurzen, evenementen of andere ontmoetingsplekken waarbij studenten de mogelijkheid krijgen om mensen uit hun werkveld te ontmoeten en te spreken.

Flexibiliteit

Naast deze veelvoorkomende wensen zijn er ook wensen die in kleinere getallen voorkomen. Zo gaven twee respondenten aan dat zij graag behoefte hebben aan flexibiliteit. Zij willen graag de mogelijkheid hebben om te experimenteren op de arbeidsmarkt. Het is namelijk niet altijd mogelijk om te blijven bij de gekozen stageorganisatie of wellicht viel de stage erg tegen. Dan moeten studenten de mogelijkheid krijgen om flexibel te experimenteren naar de mogelijkheden, volgens de twee respondenten. Daarnaast is er ook behoefte aan bevestiging van de mogelijkheden. Dit wil zeggen dat studenten graag willen horen dat zij een kans krijgen op de arbeidsmarkt. Een respondent zegt hierover: *"Ik denk dat het neerkomt op het idee dat ik een kans kan krijgen en dat ik niet al mij benadeeld hoeft te voelen door het idee te hebben dat ik niet genoeg werkervaring hebt. Het idee dat ik een kans kan krijgen en het idee dat ik het beste ervan kan maken. Dat zou mij gewoon veel comfortabeler laten voelen in de zoektocht."* (respondent 7)

3.2.2.3 Werving- en selectiebureaus

In deelvraag zes wordt nagegaan hoe Recruit a Student vorm kan geven aan de behoeften van studenten in hun zoektocht naar een baan. Om hier antwoord op te kunnen geven wordt allereerst nagevraagd wat het algemene beeld is dat studenten hebben van werving- en selectiebureaus. Gebaseerd op de uitkomsten van de survey, dat weinig studenten gebruik maken van de diensten van werving- en selectiebureaus, is er voor dit deelonderwerp gekozen. Daarnaast wordt er nagegaan welke adviezen studenten hebben om medestudenten te helpen die deze stappen nog moeten maken. Deze resultaten zullen bijdragen bij het beantwoorden van deelvraag zes.

Tabel 11

Algemeen gedachtenbeeld van studenten over werving- en selectiebureaus

Beeld	Frequentie
Negatief	7
Laatste stap van hun zoektocht naar een baan	6
Tijdelijk werk	4
Financiële verhoudingen	1
Positief	3
Goed en snel contact	2
Transparant & flexibel	1
Groot netwerk	1

Negatief

Het grootste gedeelte van de respondenten, zeven van de tien, kijkt wat negatief richting de diensten van werving- en selectiebureaus. Zes van de tien studenten geven aan dat zij het contacteren van werving- en selectiebureaus zien als de laatste stap van hun zoektocht naar een baan. Het beeld is dat uitzendbureaus alleen maar simpele baantjes hebben en dat voelt voor hen als een stapje terug. Een respondent zegt hierover: *“Ah, ik denk ik denk dat ik met een uitzendbureau altijd wat meer wat lichtere klusjes in gedachten heb, als in voor studenten, het vakkenvullen, het schoonmaken opruimen een beetje de sjouw werkzaamheden, zeg maar, en dat qua baan.”* (respondent 6)

Naast dat studenten een beeld schetsen dat werving- en selectiebureaus veel simpele baantjes hebben, vinden vier van de tien studenten het ook jammer dat alles maar tijdelijk is. Ze geven aan dat er behoefte is aan vastigheid en dat ze dat niet kunnen vinden bij een werving- en selectiebureau. *“Ik heb bijvoorbeeld tijdens de opleiding mijzelf ingeschreven bij een aantal van die ja van die van die bureaus, en dat die ook zeiden van: ja, we hebben dan wel klusjes wat je zou kunnen doen, maar het is heel weinig voor langere tijd.”* (respondent 2). Natuurlijk is de uitzendwereld flexibel en zal er nog weinig 100% vastigheid geboden kunnen worden, maar dit is ook weer een pluspunt ervan. Hierboven hadden de respondenten bijvoorbeeld aangegeven dat er behoefte is aan flexibiliteit om te experimenteren op de arbeidsmarkt. Dat is zeker de kracht van de uitzendwereld.

Er was nog een respondent die al ervaring had met de diensten van een werving- en selectiebureau en die was niet positief. Hij was het niet eens met de financiële verhoudingen die berekend werden tijdens het werk. Hij zei hierover het volgende: *“Ja, ik kan mij wel moeilijk vinden in de hoeveelheid dat ze van het loon afnemen, laten we maar zeggen. Ik kan mij daar moeilijk in vinden.”* (respondent 5)

Positief

Niet alle respondenten spraken slecht over het imago van de werving- en selectiebureaus. Drie van de tien studenten had in het verleden al te maken met de diensten en waren daar zeer over te spreken. Een respondent gaf aan dat hij in het verleden gebruik had gemaakt van een studentenuitzendbureau voor een stage. Hij had goed contact met iemand daar die hem op de hoogte hield van stagemogelijkheden in de buurt. Hij zei: *“Soms kunnen ze niet gelijk wat voor je betekenen, maar als je maar transparant en eerlijk zijn tegenover mij. Dat is het belangrijkste.”* (respondent 3). Snelle en duidelijke communicatie is erg belangrijk voor de studenten.

Daarnaast zouden studenten het fijn vinden als uitzendbureaus hen kunnen helpen met connecties in hun eigen werkveld. Uitzendbureaus hebben namelijk een groot netwerk in verschillende expertises. Een respondent geeft aan dat het kan helpen tijdens de zoektocht naar een baan. *“Dus wat ja, wat ze kunnen doen is gewoon inderdaad, contacten en netwerken laten zien van deze mensen, kijken of ze nog een baan hebben en dan maar in contact brengen met die mensen.”* (respondent 8).

Als laatste was er ook een respondent die nog geen ervaringen had en ook geen algemeen beeld kon schetsen. *“Ik heb ook nooit op voorhand echt in verdiept, dus ik kan niet zeggen dat ik een vooroordeel had daarover.”* (respondent 4). Hij vond dat hij er nog niks over kon zeggen, omdat hij nooit de diensten er van ervaren had en dus momenteel geen recht van spreken heeft.

3.2.2.4 Adviezen van studenten

Het laatste deelonderwerp stond in het teken van adviezen voor medestudenten of studenten die deze stappen nog moeten ondervinden. Zij kunnen mogelijk leren van de worstelingen van de

respondenten. Deze adviezen zullen bijdragen bij de beantwoording van deelvraag zes. De adviezen zullen verwerkt worden in tabelvorm om zo de overzichtelijkheid te behouden.

Tabel 12

Adviezen van studenten over de zoektocht naar een baan

Advies	Frequentie
Zorg voor goede zakelijke connecties	7
Neem een proactieve houding aan tijdens de zoektocht	3
Begin op tijd met oriënteren	2
Maak de stappen naar jouw droombaan zo concreet mogelijk	1
Help mee met open dagen van de school	1
Laat de beste vorm van jezelf zien tijdens stages / evenementen	1

Zo is te zien dat het thema ‘zakelijk netwerk’ weer terugkomt in de adviezen. Zeven van de tien respondenten geven medestudenten het advies mee om ervoor te zorgen dat de zakelijke connecties belangrijk zijn voor in de toekomst. Daarnaast is een proactieve houding ook erg belangrijk volgens de studenten. In sommige gevallen heeft mailen bijvoorbeeld geen zin zegt een respondent. Dan moet je de telefoon pakken en het bedrijf opbellen.

Tot slot wordt er aangeraden om op tijd te beginnen met oriënteren en vertelt men dat het belangrijk is om de stappen naar de droombaan zo concreet mogelijk gemaakt moeten worden.

3.2.3 Conclusie semi-gestructureerde interviews

De conclusies die uit de semi-gestructureerde interviews getrokken kunnen worden zijn dat meer dan de helft van de studenten aangeeft onbekend te zijn met de mogelijkheden van hun opleiding. Zij weten niet waar ze moeten beginnen en welke opties er voor hen openstaan. Daarnaast geeft bijna de helft van de studenten aan dat zij het als een belemmering ervaren dat er in vacatures wordt gevraagd naar ‘relevante werkervaring’. Hieruit is te concluderen dat studenten behoefte hebben aan verduidelijking en ‘echte startersfuncties’. Op dit aspect kan Recruit a Student een helpende hand zijn voor de student. Door middel van het aanbieden van studie gerelateerde bijbanen kan de student relevante werkervaring opbouwen voordat hij / zij op zoek gaat naar een fulltime baan na de studie.

Naast de belemmeringen hebben studenten ook wensen ten opzichte van de zoektocht naar een baan. Om de belemmering ‘onbekendheid van de mogelijkheden’ op te lossen, geven studenten ten eerste aan behoefte te hebben aan begeleiding tijdens de oriëntatie. Door middel van gesprekken aan te gaan met studenten zal er mogelijk verduidelijking ontstaan waardoor studenten meer bewust worden van de mogelijkheden op de arbeidsmarkt. Ten tweede heeft ook de helft van de studenten behoefte aan beroeps oriënterende testen. Deze testen zullen de studenten ook wellicht ondersteunen in de vormgeving van hun toekomst.

Zoals eerder benoemd is er dus veel behoefte aan coaching en begeleiding tijdens de zoektocht naar een baan. Uit de semi-gestructureerde interviews kwam naar voren dat studenten ook moeite hebben met het opzetten van een zakelijk netwerk. Uit de resultaten van de survey was te zien dat studenten daar veel gebruik van maken tijdens de oriëntatie, maar hieruit is te concluderen dat het momenteel nog voor tweederde van studenten niet loopt zoals het moet lopen.

Ten derde geven zij aan behoefte te hebben aan hulp om een goed zakelijk netwerk op te zetten. Experts en mensen uit het werkveld zouden hierbij kunnen helpen volgens de studenten.

Als laatste kwam in de semi-gestructureerde interviews naar voren dat ruim tweederde van de studenten een negatief beeld heeft van werving- en selectiebureaus. Zij geven aan dat zij dit zien als de laatste stap in hun zoektocht. Zij zijn van mening dat werving- en selectiebureaus alleen maar simpele bijbaantjes hebben en dat zij studenten toch niet kunnen helpen aan een relevante (bij)baan. Hieruit is te concluderen dat niet alle studenten op de hoogte zijn van de mogelijkheden. Dit is weer terug te koppelen aan de belemmering die de studenten zelf al eerder benoemd hebben.

Niet alle studenten hebben een negatief beeld van de diensten van werving- en selectiebureaus. Een derde van de respondenten kijkt positief naar werving- en selectiebureaus. Zij vinden dat er vaak snelle en duidelijke communicatie is en dat zij de flexibiliteit in het werk waarderen. Dat kan natuurlijk ook een kracht zijn van een werving- en selectiebureau.

Naast het algemene beeld dat studenten hebben van werving- en selectiebureaus, zijn de respondenten ook gevraagd om adviezen te formuleren voor medestudenten die deze stappen nog moeten ondernemen. Uit deze resultaten kwam naar voren dat bijna driekwart van de studenten het advies geeft om voor een goed zakelijk netwerk te zorgen. Zoals er in eerdere resultaten te zien is zijn zakelijke connecties erg belangrijk voor studenten tijdens de zoektocht naar een baan. Zij kunnen de student namelijk wellicht helpen aan die droombaan. Naast het advies om te zorgen voor een goed zakelijk netwerk, geeft een kwart van de studenten aan dat een proactieve houding ook helpt tijdens de zoektocht naar een baan.

3.3 Brainstormsessie

3.3.1 Methoden brainstormsessie

3.3.1.1 Meetinstrument

De onderzoeksmethode 'brainstormen' is een manier om snel en creatief veel nieuwe ideeën te krijgen over een onderwerp of vraagstuk (IDEO, 2015). Tijdens het brainstormen schrijft / typt iedereen alles op wat in zijn en/of haar hoofd opkomt om zoveel mogelijk ideeën te krijgen. Tijdens het brainstormen worden mogelijke belemmeringen, meningen en ander kritiek achterwege gelaten. In de tweede fase van het brainstormproces zal er gekeken worden naar alle opgeschreven ideeën en gezamenlijk zal daar met een kritisch oog naar gekeken worden, om zo de beste ideeën eruit te filteren. Er is gekozen om te gaan voor de standaard, traditionele vorm van brainstormen, maar in verband met de huidige COVID-19 crisis zal dit online gebeuren.

3.3.1.2 Doelgroep

De brainstormsessie zal uitgevoerd worden met een deel van het team van Recruit a Student. In deze fase bestaat het team uit de franchise-eigenaren Remco en Denise en accountmanager Sanne. Zij zijn uiteindelijk de opdrachtgever van dit onderzoek en daarom is het van belang om erachter te komen wat zij belangrijk vinden in een beroepsproduct.

De uitkomsten van de semi-gestructureerde interviews zullen met het team besproken worden om zo vorm te geven aan een praktisch beroepsproduct.

3.3.1.3 Procedure

De uitkomsten van de survey en de belemmeringen en wensen van de studenten die tijdens de semi-gestructureerde interviews naar voren zijn gekomen zullen worden meegenomen in de

brainstormsessie met het team van Recruit a Student. Deze brainstormsessie zal uiteindelijk bijdragen in het beantwoorden van deelvraag zes.

Ter voorbereiding zal het team een bericht ontvangen van de onderzoeker met de belemmeringen en behoeftes van studenten (zie bijlage 7) tijdens de zoektocht naar een baan na de studie. In dit bericht zal ook de vraag: “Hoe zouden we het probleem ‘onbekendheid van de mogelijkheden bij studenten’ kunnen oplossen?” staan. Deze vraag is gesteld volgens het *How Might We* principe (IDEO, 2015). Met deze open vraag en de overige belemmeringen wordt de ontvanger gestimuleerd om na te gaan denken over oplossingen. Het doel van de brainstormsessie is het formuleren van een praktisch beroepsproduct en aanbevelingen die aansluiten bij de wensen en belemmeringen van studenten tijdens de zoektocht naar een baan na de studie.

3.3.1.4 Data-analyse

Door middel van het inventariseren van de input van deelnemers zal de data geanalyseerd worden. De ideeën die ontstaan in de brainstormsessie zullen in een rangorde gezet worden. Hierin kunnen de stakeholders aangeven welke ideeën zij het belangrijkste vinden en dat zal uiteindelijk meegenomen worden tijdens de ontwikkeling van het beroepsproduct.

3.3.2 Resultaten brainstormsessie

Zowel de resultaten van de survey als de resultaten van de semi-gestructureerde interviews zijn meegenomen tijdens de brainstormsessie. Ten eerste is er gekeken naar de resultaten van de survey. Zoals eerder benoemd kwam naar voren dat studenten niet bekend zijn met de mogelijkheden en dat zij veel behoefte hebben aan begeleiding tijdens de zoektocht naar een baan. Daar wil Recruit a Student graag op inspelen.

In de resultaten van de survey kwam naar voren dat veel studenten (91%) gebruik maken van de bron ‘internet’ om op zoek te gaan naar een baan. In de brainstormsessie kwam naar voren dat er gebruik gemaakt moest worden van deze bron, om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de behoeftes van de studenten. Daarom is ervoor gekozen om een digitaal beroepsproduct te ontwikkelen. Daarnaast is er gekeken naar een oplossing voor de belemmering ‘onbekendheid van de mogelijkheden’. Door een pagina te ontwikkelen waarbij alle informatie online staat over de mogelijkheden van Recruit a Student, zal er ingespeeld worden op deze belemmering. Op deze pagina kunnen de studenten lezen wat er in het verleden al voorbijgekomen is en hoe zij van de diensten gebruik kunnen maken.

Deze algemene pagina kan gecombineerd worden met de posts op de social mediakanalen. Door in te zetten op meerdere platformen kan een groter deel van de doelgroep bereikt worden. In deze posts kan er een doorklik link ingezet worden om actief door te verwijzen naar de pagina op de site waar alle informatie staat over dit onderwerp.

Om het belang van de ideeën inzichtelijk te krijgen is de opdrachtgever gevraagd een rangorde te maken van de resultaten uit tabel 9,10 en 11. In deze tabellen geven studenten namelijk hun belemmeringen en behoeftes aan en deze kunnen ontnomen worden op de toekomstige pagina. In tabel 13 is de rangorde in een tabeloverzicht weergegeven.

Tabel 13

Rangorde van ideeën die geformuleerd zijn tijdens de brainstormsessie

Nr.	Idee
1	Het ontwikkelen van een online pagina met alle informatie over de mogelijkheden bij Recruit a Student.
2	Het ontnemen van de onbekendheid van de mogelijkheden bij studenten.
3	Hulp bieden bij het opbouwen van een zakelijk netwerk / de oriëntatie.
4	Het grote netwerk van Recruit a Student benadrukken bij de studenten.
5	De studenten laten inzien dat uitzendbureaus niet alleen maar tijdelijk werk hebben.

Uit de resultaten in tabel 13 is af te lezen dat het ontwikkelen van een online pagina met alle informatie over de mogelijkheden van Recruit a Student op nummer één staat. Door de online pagina te ontwikkelen zal de bekendheid van Recruit a Student vergroot worden en daarnaast wordt er aangesloten op de behoeftes van de studenten. Verder hecht de opdrachtgever veel waarde aan het ontnemen van de onbekendheid van de mogelijkheden bij studenten. Studenten moeten bewust zijn dat Recruit a Student niet alleen maar ‘simpele’ bijbaantjes heeft. De opdrachtgever denkt dat zij hier veel in kunnen betekenen. Daarnaast wil de opdrachtgever ook hulp bieden bij het opbouwen van een zakelijk netwerk / de oriëntatie. Zij willen graag met de student kijken naar de mogelijkheden binnen Recruit a Student.

Verder wil de opdrachtgever graag af van het negatieve beeld dat werving- en selectiebureaus alleen maar tijdelijk werk hebben. Binnen Recruit a Student zijn er namelijk ook mogelijkheden voor een langere periode. Naast het oplossen van het negatieve beeld willen zij graag het positieve beeld ‘een groot netwerk’ uitbouwen. Zij zijn van mening dat het benadrukken van hun grote netwerk van toegevoegde waarde kan zijn voor de studenten.

Het doel vanuit de opdrachtgever is om uiteindelijk een volledige digitale handleiding te ontwikkelen, waarnaar zij studenten kunnen wijzen over mogelijke vragen. Deze zal uiteindelijk door een andere onderzoeker ontwikkeld worden.

3.3.3 Conclusie brainstormsessie

Uit de resultaten van de brainstormsessie kan er geconcludeerd worden dat er ingespeeld moet worden op de bron ‘internet’. Uit eerdere resultaten kwam naar voren dat bijna alle respondenten gebruik maken van deze bron en dat zij deze bron als positief ervaren. In samenspraak met de opdrachtgever is er daarom ook voor gekozen om een digitaal beroepsproduct te ontwikkelen.

Uit de resultaten van de rangorde kan er geconcludeerd worden dat de opdrachtgever het belangrijk vindt om de onbekendheid van de mogelijkheden bij studenten te ontnemen. Zij denken dat zij op dat aspect veel voor de studenten kunnen betekenen.

Naast het ontnemen van de onbekendheid van de mogelijkheden willen zij graag hulp bieden voor het opbouwen van het zakelijke netwerk en hulp bieden bij de oriëntatie van de student. In plaats van te kijken naar de belemmeringen, willen zij graag samen met de student kijken naar de mogelijkheden binnen Recruit a Student.

Daarnaast is uit eerdere resultaten te lezen dat studenten het beeld hebben dat werving- en selectiebureaus alleen maar tijdelijk werk hebben. Van dat beeld wil Recruit a Student af en daarom zal dit negatieve beeld ontkracht worden in het beroepsproduct. Om extra kracht te geven aan de mogelijkheid om hulp te krijgen om het zakelijk netwerk op te bouwen, wil de opdrachtgever hun eigen grote netwerk benadrukken. Doordat zij beschikken over verschillende contacten in verschillende branches, kan dat wellicht ondersteuning bieden aan de student tijdens de zoektocht naar een baan.

Niet alle ideeën kunnen op korte termijn gerealiseerd worden. Daarom zullen de andere ideeën geadviseerd worden op langere termijn. Dit zal verder in het adviesrapport toegelicht worden.

3.4 Conclusie ideation fase

Als de resultaten van de semi-gestructureerde interviews en de brainstormsessie samengevoegd worden kunnen er verschillende conclusies getrokken worden. Ten eerste kan er geconcludeerd worden dat de studenten niet bekend zijn met de mogelijkheden op de arbeidsmarkt. Door een online pagina te ontwikkelen met uitleg over de mogelijkheden bij Recruit a Student zal er ingespeeld kunnen worden op deze belemmering. Daarnaast zal de student al lezend uitgenodigd worden om het gesprek aan te gaan als zij open staan voor deze mogelijkheden. Zo kunnen beide partijen kijken of zij wat voor elkaar kunnen betekenen.

Ten tweede kan er geconcludeerd worden dat studenten behoefte hebben aan coaching en begeleiding tijdens de oriëntatie en het opbouwen van het zakelijk netwerk. In de brainstormsessie is naar voren gekomen dat Recruit a Student hierin kan bedragen. Door het grote zakelijke netwerk van Recruit a Student kunnen studenten ook een makkelijke manier connecties leggen in hun eigen werkveld. Deze connecties kunnen de studenten wellicht op een later termijn helpen aan een andere baan en / of mogelijkheid. Door het grote zakelijke netwerk van Recruit a Student te benadrukken, zal er ingespeeld kunnen worden op de belemmeringen van de studenten.

Zoals eerder is vermeld zullen niet alle ideeën op korte termijn gerealiseerd worden. Daarom zal er in het adviesrapport onderscheid gemaakt worden tussen adviezen op korte en lange termijn.

4 Conclusie en discussie

In dit hoofdstuk zal er antwoord gegeven worden op de hoofdvraag van het onderzoek. Naast de hoofdvraag zal er per deelvraag de behaalde resultaten besproken worden en op basis van deze uitkomsten zal er een conclusie geformuleerd worden. Naast de conclusies die getrokken worden uit dit onderzoek zal er ook kritisch gekeken worden naar de opzet van dit onderzoek. Aan de hand van die analyse zullen er ook eventuele verbeterpunten besproken worden. Tot slot zullen er aanbevelingen gedaan worden richting de opdrachtgever ten aanzien van een vervolgonderzoek en het uitwerken van de adviezen.

4.1 Conclusies

De vraag die dit gehele onderzoek centraal stond is: 'Hoe kan Recruit a Student zijn zichtbaarheid vergroten en daarbij optimaal aansluiten op de behoeftes van studenten?'. Om een antwoord te kunnen geven op deze vraag, zullen eerst de zes deelvragen beantwoord moeten worden.

Deelvraag 1

De eerste deelvraag was: 'Hoe oriënteren studenten zich op de arbeidsmarkt?'. In de inspiration fase is er door middel van een survey gezocht naar een antwoord op deze vraag. Uit de resultaten van de survey kwam naar voren dat bijna alle respondenten de bron 'internet' als favoriet hadden tijdens de zoektocht naar een baan. Naast het internet gebruiken de respondenten ook de bronnen 'zakelijk netwerk' en 'familie en vrienden' om een geschikte baan na de studie te vinden.

Naast de verschillende oriëntatiebronnen gaven de respondenten ook aan dat zij weinig gebruik maken van de dienstverlening van werving- en selectiebureaus. Meer dan de helft van de studenten gebruik nooit of zelden gebruik van werving- en selectiebureaus.

Deelvraag 2

De tweede deelvraag was: 'Wat vinden studenten belangrijk in een baan?'. In de inspiration fase is er door middel van een survey gezocht naar een antwoord op deze vraag. Uit de resultaten kwam naar voren dat zelfontplooiing de belangrijkste factor is voor studenten in het werkgeversimago (De Graaf, 2016). De factoren 'coaching en begeleiding', 'opleidingsmogelijkheden' en 'een aansprekende organisatiecultuur' weegt zwaarder dan de factor 'een goed salaris'. Hieruit is te concluderen dat de studenten niet alleen maar uit zijn op financiële factoren.

Deelvraag 3

De derde deelvraag in dit onderzoek was: 'Welke behoeftes hebben studenten met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus?'. Deze vraag werd beantwoord in de inspiration fase. Uit de resultaten van de survey kwam naar voren dat studenten snelle communicatie, flexibiliteit en begeleiding van begin tot eind belangrijk vinden in de dienstverlening van werving- en selectiebureaus. Als er gekeken wordt naar deze factoren is er wat te winnen op de factor 'begeleiding van begin tot eind'. Op de factoren 'snelle communicatie' en 'flexibiliteit' scoort Recruit a Student namelijk al een voldoende kijkend naar de eisen van de studenten.

Deelvraag 4

De vierde deelvraag in dit onderzoek was: 'Welke behoeftes hebben studenten in het zoekproces naar een baan?'. De vraag werd als laatste beantwoord in de inspiration fase. Uit de resultaten van de survey kwam weer naar voren dat een derde van de respondenten behoefte hebben aan begeleiding en hulp tijdens de oriëntatie naar een baan. Deze begeleiding hoeft niet te bestaan uit kant-en-klare plannen, maar meer uit het luisteren naar de behoefte van de student en kijken naar de mogelijkheden. Ook als deze zich op korte termijn niet laten zien. Deze resultaten zijn in overeenstemming met een eerder onderzoek van de Universiteit Utrecht (Bronkhorst, 2017).

Naast de oriëntatiehulp heeft ongeveer een vijfde van de studenten ook behoefte aan praktische sollicitatietips. Zij geven aan dat daar tijdens het onderwijs te weinig aandacht aan wordt besteed, terwijl zij daar wel daadwerkelijk waarde aan hechten.

Deelvraag 5

De vijfde deelvraag was: 'Welke belemmeringen ervaren studenten tijdens de zoektocht en welke wensen hebben zij daarin?'. Deze vraag werd beantwoord in de ideation fase. Uit de resultaten van de semi-gestructureerde interviews kwam naar voren dat studenten niet weten wat zij allemaal met hun opleiding kunnen doen. Meer dan de helft van de respondenten kan zich vinden in de onbekendheid van de mogelijkheden. Daarnaast geeft meer dan een derde van de respondenten aan dat zij het als een belemmering ervaren dat er in vacatures wordt gevraagd naar 'relevante werkervaring'. Zij hebben behoefte aan startersfuncties waarbij geen of weinig relevante werkervaring gevraagd wordt. Zo krijgen zij een eerlijke kans op de arbeidsmarkt. Deze belemmering is in overeenstemming met een recent artikel van NU.nl (Oostra, 2020).

Deelvraag 6

De zesde en laatste deelvraag in dit onderzoek was: 'Hoe kan er vanuit Recruit a Student vorm worden gegeven aan de behoeften van studenten in hun zoektocht naar een baan?'. In de ideation fase werd deze vraag beantwoord door middel van semi-gestructureerde interviews en een brainstormsessie. Uit de resultaten van de brainstormsessie kwam naar voren dat er vanuit de opdrachtgever behoefte is aan online pagina waarop alle informatie over dit onderwerp centraal staan. Door op die pagina inhoudelijk in te gaan op de onbekendheid van de mogelijkheden van de studenten, zal deze belemmering ontnomen worden. Studenten hebben namelijk behoefte aan duidelijkheid (Corporaal, 2014). Daarnaast wil Recruit a Student de studenten bewust maken van het grote netwerk dat zij hebben. Door dat aspect te benadrukken en aan te geven dat niet al hun werk maar tijdelijk is, zal het algemene beeld van studenten wellicht veranderbaar zijn. Door middel van de algemene online pagina kan er dus vanuit Recruit a Student vorm worden gegeven aan de behoeften van studenten in hun zoektocht naar een baan.

Hoofdvraag

De hoofdvraag in dit onderzoek was: 'Hoe kan Recruit a Student zijn bekendheid vergroten en daarbij optimaal aansluiten op de behoeftes van studenten?'. Deze vraag werd beantwoord door middel van alle deelvragen te combineren. Uit de resultaten kwam naar voren dat er ingespeeld moest worden op de bron 'internet'. Daarnaast gaven de studenten aan dat zij onbekend waren met de mogelijkheden na de studie. In een brainstormsessie met de stakeholders is ervoor gekozen om een digitale pagina te ontwikkelen waar alle mogelijkheden van Recruit a Student vermeld staan. Door middel van dit beroepsproduct zal de bekendheid vergroot worden en zal daarbij optimaal aangesloten worden op de behoeftes van de studenten.

4.2 Discussie en reflectie

Dit was een onderzoek met verschillende soorten onderzoeksmethodes. In dit onderzoek is er gebruik gemaakt van literatuuronderzoek, een digitale survey, een brainstormsessie en semi-gestructureerde interviews. Alle stakeholders in dit onderzoek waren gedurende het Human Centered Design proces betrokken bij het project.

Een discussiepunt voor het literatuuronderzoek is dat er voornamelijk gezocht is naar literatuur die de hypothesen, uitspraken en meningen van de onderzoeker en stakeholders onderbouwen. Dit heeft mogelijk gezorgd voor een beperking van informatie. Dit is echter wel gedaan vanuit het denkbeeld van het HCD model, waarbij de stakeholders centraal staan (IDEO, 2015).

In samenspraak met de opdrachtgever is ervoor gekozen om gedurende het onderzoek te focussen op de doelgroep hbo en wo studenten. De reden voor deze keuze is dat de organisatie op dit moment meer mogelijkheden heeft voor hbo'ers en wo'ers als er gekeken wordt naar startersfuncties. De opdrachtgever heeft aangegeven meer belang te hebben bij de resultaten van hbo'ers en wo'ers, dan de resultaten van mbo'ers. Dat wil echter niet zeggen dat er helemaal geen functies worden aangeboden op mbo-niveau. Er zijn namelijk nog steeds mogelijkheden voor mbo'ers, maar dan in mindere mate. Er is wel gekozen om de resultaten van de mbo'ers te behouden. Het wil niet zeggen dat alle antwoorden onbruikbaar zijn en daarom zijn sommige antwoorden wel meegenomen met bepaalde conclusies.

Er zijn geen gegevens bekend over de betrouwbaarheid van de survey. Doordat er geen schalen zijn geconstrueerd, was het niet mogelijk om de Cronbach's alpha te berekenen. Hoewel de uitkomsten op itemniveau bruikbaar zijn voor de beantwoording van de deelvragen, kan in vervolgonderzoek worden gekeken naar de mogelijkheid om schalen te construeren.

De interviews met de studenten verliepen goed. De studenten kregen de vrijheid en werden niet beperkt in hun antwoorden door middel van de semi-gestructureerde interviews. Tijdens de interviews kwam wel naar voren dat niet iedere student belemmeringen ervaarden tijdens de zoektocht naar een baan. Het was daarom achteraf effectiever geweest om studenten vooraf te vragen of zij belemmeringen ervaren tijdens de zoektocht om zo de juiste studenten eruit te filteren voor het 'echte' interview. Zo hadden de resultaten nog concreter kunnen zijn. Verder is de kleine responsgroep ook een discussiepunt. Hoewel er veel interessante informatie naar voren is gekomen, moet in acht genomen worden dat dit slechts de behoeften zijn van een relatief kleine groep studenten. Een grotere responsgroep zal een meer omvattend beeld kunnen schetsen van de studenten.

Een belangrijke vraag ter afsluiting van dit onderzoek is: 'Is het doel bereikt?'. Het doel van dit onderzoek was om de bekendheid van Recruit a Student te vergroten en optimaal in te spelen op de behoeften van de studenten. Door de verschillende onderzoeksmethoden en de verkregen resultaten is er een breed beeld gevormd over het probleem, de behoeften en de mogelijke oplossingen. De uitvoering van het onderzoek heeft veel tijd in beslag genomen, waardoor het ontwikkelde beroepsproduct in de praktijk nog niet getest is. Om de opdrachtgever tegemoet te komen, is er gekozen voor een adviesrapport met daarin het ontwikkelde beroepsproduct. Dit beroepsproduct kan bij een positieve beoordeling geïmplementeerd worden in de praktijk. Door zowel een adviesrapport als een ontwikkeld beroepsproduct op te leveren wordt het doel toch bereikt en krijgt de opdrachtgever handvatten aangeboden om het advies verder uit te werken, mocht dit gewenst zijn.

4.3 Aanbevelingen

De aanbeveling aan de opdrachtgever is om ten eerste het ontwikkelde beroepsproduct online te publiceren. Door het beroepsproduct te publiceren kan er gekeken worden of de bekendheid van Recruit a Student vergroot is. Daarnaast kan er geïnventariseerd worden of de belemmeringen die studenten ervaren tijdens de zoektocht naar een baan verminderd worden door de online pagina. Er wordt aangeraden om met de volgende stappen te beginnen:

- Het online publiceren van het beroepsproduct om zo de belemmeringen van de studenten aan het licht te brengen en daarbij de mogelijkheden bij Recruit a Student voordragen. Dit kan worden gedaan door middel van een publicatie op de social media kanalen van Recruit a Student en de landelijke site www.recruitastudent.nl (zie adviesrapport voor meer informatie).
- Het uitbreiden van de algemene online pagina om zo te komen bij de gewenste online handleiding voor studenten. Het creëren van de gewenste online handleiding kan gedaan worden door middel van het uitzetten van vervolgonderzoeken (zie adviesrapport voor meer informatie).

Ten tweede moet de opdrachtgever een vervolgonderzoeker zien te vinden. Deze onderzoeker kan aan de slag gaan met het verdere uitwerken van de algemene online pagina. Het uiteindelijke doel van de opdrachtgever is namelijk om een digitale handleiding te schrijven voor studenten over Recruit a Student. Daarnaast kan de vervolgonderzoeker met behulp van het adviesrapport 'Optimaal aansluiten bij de behoeftes van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan tijdens of na de studie' en de bijhorende algemene online pagina starten in de implementation fase van het Human Centered Design model. Vervolgens kunnen de adviezen en het beroepsproduct getest worden in de praktijk door de adviezen uit te voeren en de resultaten te volgen (pilotstudie).

5 Literatuurlijst

- Baarda, B. (2014). *Dit is onderzoek!* Groningen, Nederland: Noordhoff
- Bronkhorst, X. (2017). *Onzekere studenten zoeken houvast bij de eerste stappen op de arbeidsmarkt*. Geraadpleegd van <https://www.dub.uu.nl/nl/achtergrond/onzekere-studenten-zoeken-houvast-bij-eerste-stappen-op-de-arbeidsmarkt>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). (2018, 24 januari). *Minder mbo'ers naar hbo in afgelopen decennium*. Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/04/minder-mbo-ers-naar-hbo-in-afgelopen-decennium>
- Corporaal, S. (2014). *Gezocht: duidelijkheid, structuur en ontwikkeling Aantrekkelijke banen en organisaties voor de nieuwe generatie baanzoekers* (Scriptie). Geraadpleegd van https://www.inretail.nl/Uploaded_files/Zelf/PDF/proefschrift-arbeidsmarkt-generatie-y.28f912.pdf
- De Graaf, M. (2016, 20 juni). *Wat vinden young professionals belangrijk bij keuze voor de werkgever?*. Geraadpleegd op 3 januari 2021, van <https://www.consultancy.nl/nieuws/12560/wat-vinden-young-professionals-belangrijk-bijkeuze-voor-werkgever>
- De Vos, K., (2006). *Brainstormen*. Amsterdam, Nederland: Pearson Benelux B.V.
- De Wit, W., Vermeulen, H., Leest, B. & van Druten, L. (2018, oktober). *Uitzendmonitor 2018*. Geraadpleegd op 3 januari 2021, van <https://www.abu.nl/app/uploads/2019/03/Uitzendmonitor-2018-Volledig-KBA-onderzoek.pdf>
- Eimers, T., Hublart, P., Bokdam, J., Herngreen, A., Zunderdorp, M., Van de Woude, S. (2017). *Van School Naar Werk*. Geraadpleegd van <https://www.leerloopbanen.nl/home/uploads/Van-School-Naar-Werk.pdf>
- HBO Monitor. (2019). *Aansluiting opleiding en werk*. Geraadpleegd van <http://www.hbomonitor.nl/nl/resultaten/aansluiting-opleiding-en-werk>
- Hendriks, A. (2007). *Talent gezocht!* (Masterscriptie). Marketing Communication, Universiteit Twente, Enschede. Geraadpleegd van https://essay.utwente.nl/59491/1/scriptie_A_Hendriks.pdf
- Hospitality Group. (2016, 15 april). *Zelfontwikkeling meest bepalend in aantrekkelijk werkgeverschap voor young professionals*. Geraadpleegd op <https://www.hospitality-group.nl/media/zelfontwikkeling-meest-bepalend-aantrekkelijk-werkgeverschap-voor-young-professionals/>
- Innovation Design Engineering Organization (IDEO). (2015). *The field guide to Human-Centered Design*. Geraadpleegd van https://leren.saxion.nl/bbcswebdav/pid-2546097-dt-content-rid-78340851_4/institution/AMA/algemeen/TPPRAK/Field%20Guide%20to%20Human-Centered%20Design_IDEOorg_English%281%29.pdf

- Lubbers, A. (2020, 10 juni). *Flexmarkt Omzetranglijst Top-100 2020 online*. Geraadpleegd op 3 januari 2021, van https://www.flexmarkt.nl/algemeen/flexmarkt-omzetranglijst-top-100-2020-online/?vmn_sso_identifier=notfound
- Migchelbrink, F.G.H.M. (2016). *De kern van participatief actieonderzoek*. Amsterdam. Nederland: SWP.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (z.d.). *Gediplomeerden in het wetenschappelijk onderwijs*. Geraadpleegd van <https://www.onderwijsincijfers.nl/kengetallen/wo/studenten-wo/prestaties-gediplomeerden-wo>
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (z.d.). *Goede kans op baan, maar niet voor alle opleidingen en studenten*. Geraadpleegd van <https://www.onderwijsinspectie.nl/onderwerpen/staat-van-het-onderwijs/trends-in-het-onderwijs/nederlands-onderwijs/goede-kans-op-baan-maar-niet-voor-alle-opleidingen-en-studenten>
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (z.d.). *Studenten hoger beroepsonderwijs*. Geraadpleegd van <https://www.onderwijsincijfers.nl/kengetallen/hbo/studenten-hbo>
- Noij, M. (2019, 18 februari). *Afgestudeerd en totaal niet klaar voor de arbeidsmarkt*. Geraadpleegd van <https://www.voxweb.nl/nieuws/afgestudeerd-en-totaal-niet-klaar-voor-de-arbeidsmarkt>
- Oostra, L. (2020, 10 november). *Startersfunctie met ervaring als eis: 'Werkgevers kunnen kieskeurig zijn'*. Geraadpleegd van <https://www.nu.nl/werk/6089442/startersfunctie-met-ervaring-als-eis-werkgevers-kunnen-kieskeurig-zijn.html>
- Recruit a Student. (2019). *Over ons*. Geraadpleegd van <https://recruitastudent.nl/over-ons/>
- Saxion Bibliotheek. (2020). *Stap 4: Zoeken*. Geraadpleegd van https://ses.saxionbibliotheek.nl/wp-content/uploads/2019/09/4.-Zoeken-nieuw_sept2019.pdf
- Van den Dool, A. (2018, 13 december). *Begeleid afgestudeerden beter wanneer ze gaan werken, daar heeft iedereen baat bij*. Geraadpleegd van <https://www.vn.nl/afgestudeerden-werken-begeleiding/>
- Van Doorn, B. (2020, 9 september). *Dit zijn de 10 meest bezochte vacaturesites in Nederland – dat zijn niet altijd de sites die werkgevers het meest gebruiken*. Geraadpleegd op 3 januari 2021, van <https://www.businessinsider.nl/vacaturesites-jobboard-werk-vacant-indeed/>
- Wijnen, B. (2010). *Motivatatie van Generatie Y en Generatie X: verschillen of overeenkomsten?* Geraadpleegd van <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/205276>
- Zijderlaan, A. (2011). *Levensfasebewust personeelsbeleid* (Masterscriptie). Bestuurs- en Organisatiewetenschap, Universiteit Utrecht, Utrecht.

6 Bijlages

6.1 Bijlage 1: digitale survey

Vragenlijst onderzoek

Start of Block: Introductie

Q25 Beste student,

Allereerst wil ik je hartelijk danken voor jouw deelname aan dit onderzoek. Ik ben een vierdejaarsstudent Toegepaste Psychologie aan het Saxion in Deventer. Voor mijn afstuderen doe ik onderzoek naar de behoeftes en wensen van studenten die op punt staan de arbeidsmarkt te betreden.

Het doel van mijn onderzoek is om inzicht te krijgen in de wensen en behoeftes van de studenten, om zo beter aan te sluiten tijdens deze stap. Deze vragenlijst is bedoeld voor studenten (mbo, hbo en wo) die in de laatste 2 jaar van hun opleiding zitten en op zoek zijn naar een baan. Alle opleidingen zijn welkom.

Het onderzoek zal ongeveer 5 minuten van jouw tijd in beslag nemen. Er zal betrouwbaar met jouw gegevens worden omgegaan en de resultaten worden geheel anoniem verwerkt.

Mocht je nog vragen of opmerkingen hebben over het onderzoek, neem dan contact met mij op via dennisdevrij98@gmail.com

*Nogmaals hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek. Met vriendelijke groet,
Dennis de Vrij*

Q26 Toestemming

Ik heb de informatie over dit onderzoek voor de deelnemer gelezen. Ik kon aanvullende vragen stellen. Mijn vragen zijn voldoende beantwoord. Ik had voldoende tijd om te beslissen of ik deelneem aan dit onderzoek. Ik weet dat meedoen helemaal vrijwillig is. Ik ben me ervan bewust dat ik op ieder moment kan beslissen om toch niet mee te doen. Daarvoor hoef ik geen reden te geven. Ik weet dat de onderzoeker(s) en begeleiders van de onderzoeker(s) mijn gegevens kunnen inzien. Die mensen staan vermeld in de informatiebrief. Mijn gegevens zullen vertrouwelijk en waar mogelijk anoniem opgeslagen worden. Het gebruik van mijn gegevens in de rapportage is in ieder geval anoniem. Ik geef toestemming om mijn gegevens te gebruiken, voor de doelen die in de informatiebrief staan. Mocht er aanleiding zijn om de gegevens te gebruiken voor een ander onderzoeksdoel dan zal opnieuw toestemming aan mij worden gevraagd.

End of Block: Introductie

Start of Block: Oriëntatie

Q7 1. Ben je na deze studie van plan om binnen 1 jaar op zoek te gaan naar een baan die aansluit bij je studie?

- ☐ Ja (1)
- ☐ Nee (2)
- ☐ Misschien (3)

Q8 2. Hoeveel tijd besteed je momenteel per week aan het oriënteren op de arbeidsmarkt?

Q20 3. Maak jij gebruik van werving- en selectiebureaus tijdens jouw zoektocht?

	Nooit (1)	Zelden (2)	Soms (3)	Vaak (4)	Heel vaak (5)
- (6)	☐	☐	☐	☐	☐

Q21 4. Onderbouw jouw antwoord van vraag 3.

Q18 5. Als jij gebruik maakt van selectie- en wervingsbureaus, van welke maak jij dan gebruik?

Q19 6. Wat verlang jij in de dienstverlening van een selectie- en wervingbureau?

- ☐ Goed bereikbare locatie (4)
- ☐ Snelle communicatie (5)
- ☐ Begeleiding van begin tot eind (6)
- ☐ Beroeps oriënterende testen (7)
- ☐ Flexibiliteit (8)
- ☐ Anders, namelijk (9) _____

Q9 7. Welke andere bronnen gebruik je/ zou je gebruiken als je op zoek gaat naar een nieuwe baan?
Selecteer minimaal 3 bronnen.

- ☐ Internet (1)
 - ☐ Familie en vrienden (2)
 - ☐ LinkedIn netwerk / zakelijk netwerk (3)
 - ☐ Dagblad / krant (4)
 - ☐ Bedrijfsdagen (5)
 - ☐ Via school of universiteit (6)
 - ☐ Vakbladen (7)
 - ☐ Bedrijfsites (8)
 - ☐ Via stage (9)
 - ☐ Beurzen (10)
 - ☐ Anders, namelijk: (11) _____
-

Q10 8. Zet de 3 bronnen uit vraag 7 in volgorde van belangrijkheid in de top 3 met het nummer dat voor de bron staat aangegeven. Op nummer 1 komt de belangrijkste, nummer 2 die je daarna het belangrijkste vindt, etc.

_____ Bron 1: (1)
_____ Bron 2: (2)
_____ Bron 3: (3)

Q11 9. Maak je/ zou je gebruik maken van vacaturesites als je op zoek gaat naar een baan?

☐ Ja (1)

☐ Nee (2)

Skip To: End of Block If 9. Maak je/ zou je gebruik maken van vacaturesites als je op zoek gaat naar een baan? = Nee

Q12 10. Van welke vacaturesites maak jij gebruik?

End of Block: Oriëntatie

Start of Block: Organisatiekenmerken

Q14 11. Hieronder worden 17 kenmerken genoemd die deel uitmaken van het werkgeversimago. Geef bij alle stellingen aan hoe belangrijk jij ze vindt tijdens de zoektocht naar een baan.

	Helemaal niet belangrijk (1)	Niet belangrijk (2)	Neutraal (3)	Belangrijk (4)	Heel belangrijk (5)
Coaching en begeleiding (1)	☐	☐	☐	☐	☐
Opleidingsmogelijkheden (2)	☐	☐	☐	☐	☐
Goede doorgroeimogelijkheden (4)	☐	☐	☐	☐	☐
Mogelijkheden tot internationale carrière (5)	☐	☐	☐	☐	☐
Grote organisatie (>100) (6)	☐	☐	☐	☐	☐
Financieel gezond (7)	☐	☐	☐	☐	☐
Afwisselend werk (8)	☐	☐	☐	☐	☐
Zelfstandigheid (9)	☐	☐	☐	☐	☐
Uitdagende functie (10)	☐	☐	☐	☐	☐
Mogelijkheid voor traineeship (11)	☐	☐	☐	☐	☐
Aantal vrije dagen (12)	☐	☐	☐	☐	☐
Loopbaanvooruitzichten (13)	☐	☐	☐	☐	☐
Goed salaris (14)	☐	☐	☐	☐	☐
Goede secundaire arbeidsvoorwaarden (15)	☐	☐	☐	☐	☐
Overwerkvergoeding (16)	☐	☐	☐	☐	☐
Aansprekende cultuur van een organisatie (17)	☐	☐	☐	☐	☐
Aansprekende producten en diensten (18)	☐	☐	☐	☐	☐

Q22 12. Wat kan jou helpen in de zoektocht naar jouw ultieme baan?

Q23 13. Waar heb jij geen behoefte aan tijdens jouw zoektocht naar een baan?

End of Block: Organisatiekenmerken

Start of Block: Achtergrondinformatie

Q1 14. Wat is jouw geslacht?

- ☐ Man (1)
- ☐ Vrouw (2)

Q2 15. Wat is jouw leeftijd?

Q3 16. In welke provincie ben jij woonachtig?

☐ Noord-Holland (1)

☐ Zuid-Holland (2)

☐ Zeeland (3)

☐ Brabant (4)

☐ Limburg (5)

☐ Gelderland (6)

☐ Overijssel (7)

☐ Flevoland (8)

☐ Drenthe (9)

☐ Friesland (10)

☐ Groningen (11)

☐ Utrecht (12)

Q4 17. Wat is jouw huidig opleidingsniveau?

☐ MBO (1)

☐ HBO (2)

☐ WO (3)

Q24 18. In welk jaar van jouw opleiding zit jij momenteel?

☐ 3e jaar (1)

☐ 4e jaar (2)

Q5 19. Welke opleiding volg jij momenteel?

End of Block: Achtergrondinformatie

Start of Block: Afsluiting

Q27 Bedankt voor je medewerking aan deze enquête!

Met jouw hulp kan ik ervoor zorgen dat er beter aangesloten kan worden bij de behoeftes en wensen van studenten. Graag houd ik jou op de hoogte van de uitkomsten van het onderzoek. Als jij dit interessant vindt kan jij hieronder jouw e-mailadres invullen en ontvang jij te zijner tijd het rapport. Met vriendelijke groeten, Dennis de Vrij

Q28 Als jij interesse hebt in het rapport of graag wilt deelnemen aan een vervolg interview, kan jij hieronder jouw e-mailadres invullen. Dit is echter niet verplicht.

End of Block: Afsluiting

6.2 Bijlage 2: Vragenlijst semi-gestructureerde interviews

6.2.1 Topic list:

- Demografische gegevens
- Belemmeringen tijdens het zoeken van een baan
- Mogelijke oplossingen
- Wensen om de zoektocht makkelijker te maken

6.2.2 Vragen:

Demografische gegevens

1. Zou jij jezelf even kunnen voorstellen?
2. Zo nodig doorvragen op opleiding, studiejaar en leeftijd, woonplaats...

Belemmeringen tijdens het zoeken van een baan

1. Ben jij al bezig om te zoeken naar een mogelijke baan tijdens of na jouw studie?
 - a. Hoe verloopt dat?
2. Ervaar jij wel eens belemmeringen tijdens het zoeken?
3. Zo ja, welke belemmeringen ontstaan er tijdens het zoeken?
 - a. Hoe zien die belemmeringen eruit voor jou?
 - b. Hoeveel last heb jij van de belemmeringen? (op een schaal van 1 tot 10)
 - c. En waarom heb jij voor dit cijfer gekozen?
 - d. Wat vind jij het moeilijkst in jouw zoektocht naar een baan?
 - e. Welke dingen weerhouden jou om een leuke baan te vinden?

Wensen

1. Welke wensen heb jij om de zoektocht naar een baan makkelijker te maken?
 - a. Hoe zie je dat voor je?
2. Als je een top 3 zou moeten maken met wensen, hoe zou die top 3 eruit zien?
 - a. Wie kunnen jou helpen om deze wensen werkelijkheid te laten worden?
 - b. Welke stap kan jij zelf ondernemen?
 - c. Welke dingen zou een uitzendbureau kunnen doen om jouw zoektocht makkelijker te maken?
3. Heb jij nog tips voor medestudenten?

Afsluiting

1. Heb jij nog vragen voor mij? + afsluiting

6.3 Bijlage 3: Informed consent

Informed consent

Zichtbaarheid

Ik heb de informatie over dit onderzoek voor de deelnemer gelezen. Ik kon aanvullende vragen stellen. Mijn vragen zijn voldoende beantwoord. Ik had voldoende tijd om te beslissen of ik deelneem aan dit onderzoek.

Ik weet dat meedoen helemaal vrijwillig is. Ik ben me ervan bewust dat ik op ieder moment kan beslissen om toch niet mee te doen. Daarvoor hoef ik geen reden te geven.

Ik weet dat de onderzoeker(s) en begeleiders van de onderzoeker(s) mijn gegevens kunnen inzien. Die mensen staan vermeld in de informatiebrief. Mijn gegevens zullen vertrouwelijk en waar mogelijk anoniem opgeslagen worden. Het gebruik van mijn gegevens in de rapportage is in ieder geval anoniem.

Ik geef toestemming om mijn gegevens te gebruiken, voor de doelen die in de informatiebrief staan. Mocht er aanleiding zijn om de gegevens te gebruiken voor een ander onderzoeksdoel dan zal opnieuw toestemming aan mij worden gevraagd.

Naam deelnemer:

Handtekening:

Datum : __ / __ / __

Ik verklaar hierbij dat ik deze deelnemer voldoende heb geïnformeerd over het genoemde onderzoek.

Als er tijdens het onderzoek informatie bekend wordt die de toestemming van de deelnemer zou kunnen beïnvloeden, dan breng ik hem/haar daarvan tijdig op de hoogte op een wijze waardoor ik er zeker van ben dat de informatie de deelnemer bereikt heeft.

Naam onderzoeker(s): Dennis de Vrij

Handtekening:

Datum: __ / __ / __

[Indien u data enkel online wilt verzamelen, of via anonieme vragenlijsten, dan is het niet goed mogelijk of wenselijk om een handtekening te vragen. U kunt de deelnemers dan via het aanvinken van een check box akkoord laten geven voor bovenstaande punten, bijvoorbeeld:

Ik ga akkoord met deelname aan dit onderzoek

☐

]

6.4 Bijlage 4: Informatiebrief onderzoek

Informatiebrief onderzoek ‘Bekendheid’

Datum:

Inleiding

Geachte heer/mevrouw,

Wij vragen u vriendelijk om mee te doen aan een wetenschappelijk onderzoek. U beslist zelf of u wilt meedoen. Voordat u de beslissing neemt, is het belangrijk om meer te weten over het onderzoek. Lees deze informatiebrief rustig door. Bespreek het met partner, vrienden of familie.

Hebt u na het lezen van de informatie nog vragen? Dan kunt u terecht bij de onderzoeker.

Onderaan deze informatiebrief vindt u zijn/haar contactgegevens.

1. Wat is het doel van het onderzoek?

Het doel van het onderzoek is om de zichtbaarheid van Recruit a Student te vergroten aan de hand van de behoeften en wensen van de studenten. Zo kunnen zij in de toekomst de tussenstap tussen school en de werkende wereld verkleinen.

2. Hoe wordt het onderzoek uitgevoerd?

Tijdens dit onderzoek zullen er verschillende methodes gebruikt worden om data te verzamelen. Ten eerste zal er een vragenlijst uitgezegd worden om zoveel mogelijk studenten (in hun afstuderende fase) te horen over hun belemmeringen, behoeftes en wensen tijdens de zoektocht naar een baan. Deze resultaten zullen verwerkt worden en waar nodig onderbouwt worden met wetenschappelijke literatuur. Ten tweede zal er gebruik gemaakt worden van interviews. Er zullen van ieder opleidingsniveau studenten gesproken worden om dieper in te gaan op de materie. Naast de interviews met studenten zullen er ook experts en externe partijen gesproken worden, zoals eigenaren van andere Recruit a Student vestigingen. Zij zullen dit probleem voorgelegd krijgen en gevraagd worden hoe zij daar momenteel mee omgaan.

3. Wat wordt er van u verwacht?

Van u wordt verwacht dat uw alle vragen met eerlijkheid zal beantwoorden. Alleen met zo eerlijk mogelijke antwoorden kunnen wij het onderzoek zo betrouwbaar mogelijk houden. Zoals eerder vermeld is de deelname volledig vrijwillig en kunt u op ieder moment stoppen met het onderzoek.

4. Wat zijn mogelijke voor- en nadelen van deelname aan dit onderzoek?

De voordelen van dit onderzoek zijn zichtbaar op langer termijn. Aan de hand van dit onderzoek zal er een adviesrapport geschreven worden aan Recruit a Student. Zij kunnen aan de hand van dit rapport vervolgstappen zetten om de stap tussen school en de werkende wereld voor studenten te verkleinen en zo goed mogelijk aan te sluiten bij de behoeftes en wensen van de student. Zo zal de zoektocht naar een baan tijdens of na de studie sneller en soepeler verlopen.

Het enige nadeel van dit onderzoek kan het tijdsbestek zijn. Een interview kan zomaar 30 minuten duren. Natuurlijk is de deelname van dit onderzoek volledig vrijwillig en er is altijd een mogelijkheid om te stoppen.

5. Wat gebeurt er als u niet wenst deel te nemen aan dit onderzoek?

U beslist zelf of u meedoet aan het onderzoek. Deelname is vrijwillig. Als u besluit niet mee te doen, hoeft u verder niets te doen. U hoeft niets te tekenen. U hoeft ook niet te zeggen waarom u niet wilt meedoen. Als u tijdens het onderzoek niet meer mee wilt doen, kunt u ook zonder opgaaf van reden uw deelname aan het onderzoek beëindigen.

6. Wat gebeurt er met uw gegevens?

Gegevens uit het onderzoek worden vertrouwelijk bewaard. Uw persoonlijke gegevens worden gecodeerd opgeslagen en alleen de onderzoeker weet om wie het gaat. Naast de onderzoeker, kunnen ook docenten, die de kwaliteit van het onderzoek bewaken, uw gegevens inzien.

De onderzoeksgegevens worden gebruikt voor wetenschappelijke publicatie in de vorm van een onderzoeksrapport voor onderwijsdoeleinden, waarin individuele gegevens van participanten niet herkenbaar zijn. Uw privacy blijft dus volledig gewaarborgd.

7. Zijn er extra kosten/is er een vergoeding wanneer u besluit aan dit onderzoek mee te doen?

Er zijn voor u geen extra kosten verbonden aan dit onderzoek, en er is geen vergoeding voor deelname aan dit onderzoek.

8. Wilt u verder nog iets weten?

Neemt u rustig de tijd, om deze informatie te lezen en te bespreken met uw partner of andere mensen uit uw omgeving. Op korte termijn zal de onderzoeker contact met u opnemen om te horen of u wilt deelnemen aan dit onderzoek.

Mocht u nog vragen hebben over het onderzoek, dan kunt u deze stellen aan de onderzoeker. Hieronder volgen zijn/haar contactgegevens.

Naam onderzoeker:	Dennis de Vrij
Telefoonnummer:	06-19446055
E-mailadres:	dennisdevrij98@gmail.com

6.5 Bijlage 5: uitwerkingen semi-gestructureerde interviews

1. Belemmeringen

Vraag: Ervaar jij wel eens belemmeringen tijdens het zoeken naar een baan? Zo ja, hoe zien die belemmeringen eruit voor jou?

Student 1: *“Ja, nou bijvoorbeeld als ik zeg als ik denk om op zoek te gaan naar een stage, dan merkte ik gewoon heel erg dat je niet goed weet wat er allemaal kan. Gewoon geen duidelijk beeld van wat al je allemaal mogelijkheden zijn. En dat is wel belemmerend. Dus ik heb wel gewoon iets aangenomen waarvan ik dacht: Het is wel leuk, maar ik weet niet of het echt iets is, maar ik heb gewoon iets. Ik wist gewoon niet zo goed wat er allemaal was, dus dat is gewoon een beetje meer van: een slecht beeld van wat je kan. En ja, dat is wel een beetje een belemmering. Het is ook weer niet heel erg als je gewoon naar je zin hebt.”*

Student 2: *“Nee, ik vind dat nog best wel lastig omdat: ik ik vind, het is ook zo’n brede opleiding, best wel wat ik doe. Nee, ik vind nog best lastig om dan echt al precies te weten wat voor richting ik wil. Er zijn zoveel verschillende, gewoon dingen, waaruit we eigenlijk kunnen kiezen. Ik denk dat ik gewoon ergens ga beginnen en dan hoop, ik zie wel of het leuk is.”*

“Startersfuncties ook. Ja, het is weinig ja, je zou natuurlijk gewoon bijvoorbeeld in een baan kunnen beginnen, wat net bijvoorbeeld onder je niveau is of zo, als dat een startersfunctie is, maar niet echt een goede stap. Er zijn niet echt specifieke, niet echt veel specifieke starters functies. Nee.”

Student 3: *“Dat het heel breed is. Bij heel veel bedrijven zou ik wel ergens in een functie aan de slag kunnen. Dus het aanbod is heel groot en ik heb niet echt een duidelijke manier gevonden hoe ik het eigenlijk aan moet pakken.”*

Student 4: *“Ik denk sowieso dat ervaring lastig is. Als je nog weinig ervaring hebt omdat ze vaak toch wel een aantal jaar in Elk geval ervaring zoeken je een bepaalde aspecten van baan, meestal. Dus ik verwacht dat dat op zich wel lastig is en wat ik ook vaak hoor, is zeg maar van Arbeid & Organisatie gerelateerde banen zijn banen die je zelf creëert. Een bedrijf of iets dergelijks en ik weet niet of daar helemaal mijn ambitie ligt, zeg maar. Ja, ja nog meer, maar verder kan ik het niet bedenken zo. We hadden we een keer een opdracht voor het vak loopbaanontwikkeling, zal dat zijn geweest, denk ik, en dan moest je vacatures zoeken. En dan moest je er dan een opdracht over schrijven of zo eh en ja, in vrijwel alle vacatures die ik destijds opgezocht heb, ook toen ik op zoek was naar een bijbaan, zie je toch vaak van oh ja, het is wel de bedoeling dat je toch wat ervaring hebt. Minimaal zoveel jaar ervaring of iets dergelijks. Een vriendin van mij die was laatst ook bezig met solliciteren en die kreeg dat ook steeds voor de voeten geworpen. Zeg maar.”*

Student 5: *“Ehm ik denk het niet, omdat ik niet echt... Je bedoelt de studie gerelateerde baan toch? Nee, in principe niet, omdat ik daar niet echt mee bezig bent tijdens de studie. Ja, je je ziet wel na je studie eigenlijk denk ik.”*

Student 6: *“Het feit dat ze allemaal wel werkervaring wilde zien. Dat ze een aantal jaar werkervaring in hetzelfde vakgebied kunnen zien op je op je cv, en dat heb ik dan weer niet. Ik moet ergens beginnen. Ik heb een hele algemene opleiding, maar die die vacatures die zijn natuurlijk gericht op mensen die al ervaring hebben en specifiek op één ding gericht. En ik weet niet wat ik allemaal leuk vindt en niet leuk vindt. Mijn interesse veld is nog niet duidelijk. Ik wil iets waar ik me ook wel echt in kan vinden en waar ik ook plezier uit kan halen. Ja, ik wil ik wil, maar ik wil dat dat ik mijn werk leuk kan vinden.”*

Student 7: “Ja, nou ik ik ik... Ik had het wel iets iets makkelijker verwacht. Dat dat dat bedrijven ook eerder op grote platformen, zoals Indeed en NationaleVacaturebank. Dat dat daar veel meer vacatures op zouden staan die die geschikt zijn op mijn niveau. Maar het het het zijn heel veel de simpele, normale baantjes die je daar vindt. Ja, ja, dat idee had ik een beetje. Dat als je echt iets op niveau gaat zoeken dat je dan ja, toch toch meer in een netwerk moet zitten waar je dat kan vinden. Ja, ja, en gewoon dat de vacatures die er zijn dat dat, dat is al beperkt, dus er zijn al niet veel vacatures en de vacatures die er zijn ja, die zijn niet voor vast in dienst of voor weinig uren. Die zijn niet op mijn niveau, dus ja weet je. Dan ga je onder je niveau solliciteren en in principe vind ik, dat is niet zo heel erg. Ik moet natuurlijk ook ervaring opdoen, maar in de horeca is het zo, weet je ik ik – ik werk er al vijf a zes jaar in. En als je er dan voor gestudeerd hebt, dan heb je ook zoiets van: ik wil gewoon een uitdaging en dan wil ik ook iets hoger op.”

Student 8: “Ik vond het zelf altijd heel lastig om echt een functie te vinden waarin de organisatie vooral ook echt gericht is naar of op zoek is naar een TP'er. En ik merk dat dat hier in de buurt in de Achterhoek eigenlijk heel weinig is dat ze echt op zoek zijn van: ja, we zoeken een TP'er. Dan is het al vaak iets van SPH, MWD, Social work wat ze zoeken, waardoor je heel zelfbewust moet zijn van: oké, wat kan ik en wat kan ik in die functie bieden zonder dat ik dan heb, zonder dat je dan dat diploma hebt. Terwijl ik dan zoiets had van een TP'er kan hier zeker wat in betekenen – maar uiteindelijk is – dan vind ik dan eigenlijk dat daarin een bedrijf dan tekortschiet. Ofzo. En een andere die ik dus nu ook bedenkt is inderdaad dat heel vaak echt al jaren werkervaring wordt gevraagd.”

Student 9: “Nee, tot nu toe nog niet echt. Straks misschien wel. Ja, ik kijk er opzich wel tegenop, want ja, we zitten natuurlijk midden in de Corona crisis hè en ik denk dat over een jaar dat de economie er dan heel anders uit gaat zien. Meeste reserves gaan opraken. En ik denk dat de eerste dingen waar men, waar bedrijven gaan inkrimpen, wat misschien niet het slimste is, maar dat doen veel bedrijven wel, is op de marketing – en dat is nou net mijn vakgebied en dan denk ik dat daar tegenaan ga lopen en de hoeveelheid werk. Dus ik denk niet dat er heel veel, nou, ik denk in ieder geval dat weinig opties zijn voor mij. Tegen die tijd.”

Student 10: “Ehm ja, dus het werkveld is heel breed en dat maakt ook wel leuk dat je naar heel veel dingen kan zoeken. En ik denk dat je, wat een belemmering kan zijn, niet per se dat ik dat zelf had, maar je moet denk ik heel erg zelf van je laten horen. Ook zelf met ideeën komen en zelf ook als er nergens een vacature is gewoon bellen en mailen. En dus wat dan een belemmering kan zijn, is dat organisaties niet op zoek lijken te zijn, maar als je gewoon zelf enthousiast bent, dan is er vaak misschien wel iets mogelijk. En dus ik denk dat het misschien wel nog sterker meegegeven kan worden in de opleiding van ja, ga echt zelf op zoek en ga bellen en mailen in plaats van afwachterende houding, dus een afwachterende houding kan belemmerend zijn ja.”

“Niet dat ik niet wist wat kon of zo, maar ik heb nu wel echt door mijn stage, zou ik het nu veel makkelijker vinden om een andere stage te vinden. Want omdat ik nu al sowieso meer contacten heb en meer ideeën en en ja dus, het is echt wel echt de eerste stap van je netwerk zeg maar, dat is misschien wel de lastigste. Dus dat is misschien wel een betere, dus het begin van je netwerk opbouwen dat dat wel heel lastig is.”

2. Wensen t.o.v. de zoektocht naar een baan (top 3)

Vraag: Welke wensen heb jij om de zoektocht naar een baan makkelijker te maken?

Student 1: *“Dan zou ik op één toch oriëntatie zetten of oriëntatie dagen dan om wat concreter te zijn. Op twee begeleiding, is ook wel mooi en dan drie ja een soort van ontmoeten. Ja, dat is ook een beetje oriëntatie, maar meer meer het concrete mensen mensen spreken. Ik heb ook het idee dat je best wel ver komt door je persoonlijke lijntjes die je gewoon dat je gewoon zelf mensen aanspreekt tijdens een excursie of oriëntatie dag. Dus inderdaad netwerkbouw hulp. Misschien gewoon ja, een workshop ofzo.”*

Student 2: *“Eh ja, misschien wat wat dat ik wat hulp erbij zou zoeken van bijvoorbeeld zo’n uitzendbureau. Een tijdje terug had, toen ik voor die stage ging zoeken, had ik ook een studenten uitzendbureau benaderd en en die weten vaak gewoon die connecties bij het bedrijf en zo. het is zo nu en dan wel goed om daar dan gebruik van te maken. Misschien. Dat ze je echt gewoon van begin tot het eind helpen, dus zeg maar voordat jij daar binnenkomt tot aan dat jij die baan het gevonden dat ze dan dat je daar gewoon goeie begeleiding hebt.”*

Student 3: *“Mijn broer, die heeft lucht en ruimtevaarttechniek gestudeerd in Delft en die had daarbij heel vaak ja, dat soort bedrijven dagen, en die liepen allemaal projecten met bedrijven waar die mee liep, en die kwam gewoon op die manier met heel veel verschillende dingen in aanraking. En dat mis ik heel erg bij onze studie. Daarbuiten heb ik gewoon geen flauw idee welke er zijn, en het zou leuk zijn als daar wat meer op stages beschikbaar komen, of meer informatiedagen dat ik en wat beter idee krijgen van wat is nou werkelijk qua banen in Nederland en daarbuiten? En dat ik daar ook meteen voor mogelijke banen zou kunnen kijken. En misschien hulp van externe partijen. Dat het overzichtelijk is dat je weet waar ze mee bezig zijn en niet eens in de zoveel tijd een mailtje krijgt, ook dat je meerdere keuzes krijgt. Maar dat is ook een beetje lastig. Natuurlijk, maar dat dat niet alleen maar is van: hier heb je een bedrijf, succes ermee. Ja.”*

Student 4: *“Ik denk dat dat eigenlijk al heel ver terug begint, want je begint natuurlijk eigenlijk met je keuzes maken qua welke richting hulp zou willen op de middelbare school. En wat mijn ervaring is, zeg maar vanaf daar is dat je wel richting kan aangeven, zeg maar op wat je interessant lijkt om te gaan doen, maar dat vervolgens de link met wat je daarvoor moet doen. Die mist een beetje, want wat ik zelf bepaal, destijds had ik een heel ander plan. Ik wilde graag naar een hbo opleiding in Dronten voor paardenhouderij bedrijfskunde, zeg maar ehm. En nou, ik deed TL dus ik moest eerst havo doen en eigenlijk was ik afgewezen, om de havo ook verder te kunnen gaan doen, omdat ze dachten dat ik een bepaald vakkenpakket nodig had voor die school en dat heb ik dus niet gedaan. Gewoon dus nou eigenlijk mis ik dan al een beetje de link van oh: je je wil graag die richting op. Wat voor vakken heb je daarvoor nodig. Welke richting kun je het beste kiezen die die weg niet miste? Ik een beetje, zeg maar.”*

“Uitzendbureaus kunnen ook wel helpen. Zij hebben natuurlijk meerdere, nou partners waar ze mee samenwerken, meerdere bedrijven waar zij studenten naar uitzenden. En ik denk dus dat dat makkelijker is om via een uitzendbureau de switch te maken. Zeg maar dus bijvoorbeeld van nou ja, ik heb dit geprobeerd, maar het is toch niet helemaal wat ik in gedachten had. Dan kan ik tussentijds misschien nog wat anders doen voordat er weer iets anders op je pad komt, dat dan misschien wel goed past, bijvoorbeeld”

Student 5: “Ik heb weinig wensen op dat vlak. Ik heb wel wat te verbeteren met het zoeken van stages. Dus even denken, ik zou misschien de voorwaarden veranderen en wat je precies allemaal moet doorlopen om er zeker van zijn dat je stage goedgekeurd wordt. En nou ja, van alles en nog dat het misschien wat transparanter is, dat je iets beter weet waar je aan toe bent. Want ik heb dan hier in Wageningen mijn bachelor gedaan en ik weet van: oké, ik kan docenten gewoon schrijven en die super makkelijk aanspreken. Maar ik kan me voorstellen dat voor mensen die van een andere universiteit komen, dat het gewoon veel moeilijker is om die stap te zetten, omdat ik weet dat ook bij andere universiteiten in Nederland is, het helemaal niet zo vanzelfsprekend om docenten mailen voor een stage. Ik denk dat dat het hier makkelijker zou kunnen maken als je heb gestudeerd. Al eerder.”

Student 6: “Oh, één is sowieso een een een, het idee dat ik een kans kan krijgen. Twee is het idee dat ik door kan groeien en dat ik ook wel in een goede werkomgeving kom, waarvan ik denk van oké, hier heb ik wat aan. Hier kan ik verder. Ik voel me goed bij, maar dat is altijd pas achteraf, dat weet je pas wanneer je aan het werk gaat. Natuurlijk op drie is ook wel, ja, dat misschien financiële plaatje. Ja, dat is altijd lastig. In verband met mijn hoge studieschuld, zal dat mij helpen in de zoektocht. Maar misschien ook wel beperken in de mogelijkheden.”

Student 7: “Moet ik even denken, hoor? Ik moet zeggen dat ik uit school wel iets iets meer had verwacht dat zie je een beetje op weg konden helpen, zo van: dit zijn mogelijkheden. Niet dat ze een vacatures aan zouden dragen, maar van kijk naar of zoek eens op deze termen, en ja, weet je dit soort functies zouden nu aansluiten bij een net afgestudeerde hotelmanagement student. Dat je iets meer vanuit school zou, ja wat meer ideeën zou krijgen. Niet van je bent afgestudeerd, dan kun je dit. Veel plezier in de toekomst, maar dat je er misschien nog meer uithaalt. Ik heb wel een heel kort – een gesprek gehad met een coach en die vroeg van: ja wat zijn je plannen? Ik heb gezegd. Ja, ik weet nu gewoon nog niet wat ik wil. En dan is het van oké. Ja, nou succes, zeg maar. En misschien meer vacatures voor starters. Dus zeg maar net afgestudeerde mensen.”

Student 8: “Mmm even denken hoor. Ja, meer bewustzijn van de opleiding binnen bedrijven. Dat sowieso en ook dat bedrijven niet altijd per se zeggen van: ja, je moet al zoveel jaar werkervaring hebben, want soms denk ik gewoon, dat is gewoon niet haalbaar.”

“Ehm nou ja en openheid voor bedrijven van nou ja, als je een bepaalde functie hebt, en een andere opleiding hebt waarvan je denkt. Dit is passend. Dat het in ieder geval ook zo in de vacature tekst zou staan dat die openheid er gewoon voor is. Ehm ja, meer bekendheid dan en ja ook wel. Inderdaad echt, die starters functies.”

Student 9: “Ja, dat is een goeie hè. Ik denk dat ik daar lastig een antwoord op kan geven, want ik heb LinkedIn niet echt genoeg ontplooit. Ik denk dat LinkedIn op zich al op zichzelf heel veel kansen geeft en heel veel mogelijkheden biedt op dat vlak. Dus ja, ik denk, ik kan niet echt een wens bedenken van: oh dan wordt het veel makkelijker om een baan te vinden of iets. Ja misschien meer websites als LinkedIn dat dat kan helpen op die manier. Maar ja, dat, Ik denk niet dat dat snel zou gebeuren. Maar ik denk dat dat dan wel iets zou zijn wat kan helpen, die ondersteuning daarbij.”

Student 10: “Ehm ja, het is wel een lastige vraag, want ja, ik heb nog nooit naar een echte baan gezocht. Ja, ik heb vaak zat gesolliciteerd en verschillende baantjes gehad en zo maar nooit echt in mijn werkveld. Behalve dan stage. Ja, misschien als ik straks afgestudeerd bent, dan is er misschien ook wel een rol voor de onderwijsinstellingen om een klein beetje te blijven begeleiden en te blijven. Bijvoorbeeld na drie maanden een keer. Nou, ja, dan is een online sessie met iedereen in het echt of na drie maanden afstuderen iets te doen of zo, of dat zou wel goed zijn, denk ik mmm. Ja, ja, het hangt natuurlijk heel erg van de sector af. Ik denk dat er het land en waterbeheer en milieu zaken momenteel meer dan genoeg werk is.

Denk ik hoop ik mmm, ja daarnaast is het natuurlijk altijd goed om ervaringen van anderen te horen. Dus mag zijn: ja, als je na vijf jaar studeren, dan is het ook wel de bedoeling dat je die gedurende je studie wel ook meegekregen, natuurlijk al veel verhalen hebt gehoord. En zo ja, ja, ja, misschien is het dan wel. Wat ik net zei dat je na drie maanden en zes maanden na het afstuderen, een soort van bijeenkomst hebt met wat werkgevers of uitzendbureaus en universiteiten en ja een soort van opgezette markt / banenmarkt wordt? Die dan speciaal voor afgestudeerden is of zo, maar misschien is dat er ook al lang, geen idee eigenlijk.”

3. Werving- en selectiebureaus

Vraag: Wat is het algemene beeld dat jij hebt van een werving- en selectiebureau?

Student 1: *“Ik weet niet, zeg maar wat in mijn hoofd zit, doen uitzendbureaus gewoon voorbeelden geven van: deze banen zijn open, ben je geïnteresseerd? Ik heb het idee dat als ik naar een uitzendbureau ga, dat ik ook best wel bereid ben om wat minder goede baan aan te nemen. Dus wat ja, wat ze kunnen doen is gewoon inderdaad, contacten van of contacten en netwerken laten zien van deze mensen, ze nog een baan en dan maar in contact brengen met die mensen. ”*

“Nou omdat ik denk in eerste instantie dat ik het zelf zou proberen dat ik niet aan een uitzendbureau zou denken en daarnaast heb ik wel het idee – en ik weet niet of dat waar is, maar het idee dat als je bij een uitzendbureau een baan vindt, dat het niet voor langere tijd is dat het eerder voor een aantal jaar is en en dat ik denk dat ik liever een baan zoekt, gewoon. Maar je kan blijven zolang als je.”

Student 2: *“Ja, dat ze... Ik verwacht op zich wel wat begeleiding, want zij hebben ook natuurlijk zelf ook belang bij dat jij een een een een baan vindt. Ik heb in het verleden ook contact gezocht met een studentenuitzendbureau. Ik had een goed contactpersoon daar en die je zei ook gewoon van van: Nou, als er een stage in de in de buurt is, zo dan stel ik je gelijk op de hoogte en op die functie waar ik had gesolliciteerd, stond ik al op de op de lijst en zo. Dat ervaarde ik als prettig.”*

Student 3: *“Ah, ik denk ik denk dat ik met een uitzendbureau altijd wat meer wat lichtere klusjes in gedachten heb, als in voor studenten, het vakkenvullen, het schoonmaken opruimen een beetje de sjouw werkzaamheden, zeg maar, en dat qua baan. Zelf heb ik voor mijn vakgebied niet echt het idee dat er dat ik nou bij een uitzendbureau terecht zou kunnen. Misschien als ik erover, als ik nog drie jaar werkloos ben, dat ik er wel aanklop. ik denk dan dat werklozen naar een uitzendbureau gaan, dat dat dan in je hoofd zo geklikt is. Dat als het niet lukt, dan kun je naar een uitzendbureau en dan kunnen zij je verder helpen.”*

Student 4: *“Mmm nou, ik had nog niet echt ervaringen met uitzendbureaus, ook niet via een uitzendbureau werkt. Ik heb ook nooit op voorhand echt in verdiept, dus ik kan niet zeggen dat ik een vooroordeel at daarover.”*

Student 5: *“Ik denk, ik heb er eigenlijk nooit over nagedacht, maar ik denk dat dat net zo gewoon is, zoals bij bijbaantjes. Dat je zegt nou ja, ik kan dit en dit en dit zou willen doen, zoveel uur per week. En dan zoeken zij en kijken zij wat je wilt. Ik denk dat dat een, maar misschien is het dan als je op zoek gaat naar echt een baan voor na studie, dat het iets persoonlijker is en iets gespecificeerde natuurlijk.”*

“Ehm, ik heb er nog nooit eerder over nagedacht, moet ik zeggen, maar ik denk dat dat wel handig zou zijn. Je hebt toch je kans vergroot en misschien de druk op jezelf wat meer vermindert, omdat je niet alleen zoekt, omdat er mensen zijn die op zoek gaan voor jou zeg maar.”

Student 6: *“Positief! Ja, eigenlijk zouden zij ervoor kunnen zeggen dat ik een kans krijg dat ik dat ik de ruimte krijg om mezelf te laten zien in in in dit in dat gebied. Dat heb ik dus ook gehad bij Recruit a Student. Ik heb een mogelijkheid gehad om dingen te doen en zelf ook gemerkt van oké: dit lijkt mij leuk, en dit lijkt me minder. En dat is ook de reden dat ik Geodis zo fijn vond om wat dicht bij huis te hebben. Ik kon me goed met mensen omgaan. Eigenlijk op die manier, als dat, als ik dat met een andere volgende baan ook zou kunnen doen, dat ik dan dat ja, dat is dat idee waar ik wel echt wel goed bij voel.”*

Student 7: *“Ja, ja, dat het goed verdiend, ja, dat dat je gewoon naar allerlei verschillende locaties, verschillende werkgevers wordt gestuurd, dat je daar gewoon nou gewoon ondersteunt. Tijdens mijn zoektocht heb ik nog nooit gebruik gemaakt van uitzendbureaus, omdat ik, ik was in eerste instantie wel op zoek naar iets vast en ik ik weet, ik weet natuurlijk niet of dat kan als je bij een uitzendbureau bent ingeschreven of je dan ook echt aan iets vast zit of dat er iets vast uit kan komen, qua vaste baan. Ja, weet je, ik heb er gewoon geen ervaring mee met de uitzendbureaus, dus ik zou het ook niet weten. Ik zie het vooral voor mij dat studenten zich daar inschrijven om een bijbaantje te hebben. Dat is groot of ja het voornaamste beeld wat ik heb. Ja, ja, ik denk niet dat ik daar zo gauw gebruik van zou maken.”*

Student 8: *“Ik merk zelf dat ze bij ja die bureaus hier in de buurt vooral gericht zijn op technisch personeel. ik heb bijvoorbeeld tijdens tijdens de opleiding mijzelf ingeschreven bij een aantal van die ja van die van die bureaus, en dat die ook zeiden van: ja, we hebben dan wel klusjes wat je zou kunnen doen, maar het is heel weinig voor langere tijd. Of in ieder geval gericht op je opleiding en ja heel cru gezegd, meer mannenwerk wat ze aanbieden dan ja in in de logistiek, bijvoorbeeld wat ze dan echt aanbieden. En dat dat dat is dan eigenlijk de reden waarom ik dan inderdaad nu zoiets zeg van nou, ik zou het niet zozeer dan meenemen in mijn zoektocht.”*

Student 9: *“Algemeen beeld: ja, oké, ja, ik heb, dat is leuk dat je dat vraag, want ik heb vroeger, zat ik ook bij een uitzendbureau. En toen was ik wat jonger, maar ik ik dacht: ja, ik kan mij wel moeilijk vinden in de hoeveelheid dat ze van de loon afnemen, laten we maar zeggen. Ik kan mij daar moeilijk in vinden. Ze vinden dan iemands baan. En dan weet je wel, dan sturen ze je op pad, ja, en dan krijgen zij een deel van jouw loon, omdat ze jouw baan hebben gevonden en het contact onderhouden. Maar ik vind dat het soms misschien nog een beetje uit de klauwen loopt met hoeveel ze qua loon pakken. Ik weet niet misschien bij jouw uitzendbureau dat het wat minder is, maar ik zat bij een uitzendbureau, daar was echt een flink percentage wel. Dus qua eigen ervaring heb ik er wat minder mee. Dan ga ik liever toch zelf naar een bedrijf toe, weet je wel. Dan onderhoud ik zelf het contact wel. Ja dat vind ik fijner.”*

Student 10: *“Ik heb zelf meerdere baantjes via uitzendbureaus gehad en mijn algemene beeld is dat een prima oplossing is voor simpele banen zonder vast contract, vaak tijdelijk met veel doorstroom, maar dat het niet passend is voor afgestudeerden op zoek naar een vaste baan. In mijn ervaring komt iedereen snel aan de slag via een uitzendbureau en vindt er weinig selectie plaats, wat voor bepaald werk (bijv. kaartcontrole op evenementen) prima is, maar niet voor wat "meer serieuze banen" van een afgestudeerde.”*

4. Afsluiting

Vraag: Heb je nog tips voor medestudenten die deze stappen nog moeten zetten? Heb je verder nog vragen voor mij?

Student 1: *“Ik heb ervaren dat contacten hebben gewoon heel handig is. Ook gewoon al tijdens je studie, dat medestudenten gewoon ook al best wel snel contacten hebben die je kan gebruiken. En dat is het wel.”*

Student 2: *“Goed je LinkedIn updaten, krijg regelmatig verzoeken van recruiters die mij willen toevoegen”*

Student 3: *“Op tijd beginnen: als je op het laatste moment pas gaat zoeken, dan levert dat heel veel stress op. Bedenk goed wat je wil.”*

Student 4: *“Nou, zoals ik al zei, vraag echt naar de weg die naar je interesse toe leidt, zeg maar. Het is heel leuk om te zeggen van: nou ja, ik wil graag klinisch psycholoog worden, maar ook dat werkveld is nog zo breed en heel divers. Dat zou mijn advies zijn. Maak heel concreet wat je echt wilt doen en stippel de weg daar naar uit, want voor klinisch psycholoog is het niet eens genoeg om je master te halen. Je kan daarna ook nog specialiseren als je wilt, dus je kan op zoveel kanten uit, dus het lijkt mij heel goed om het echt goed concreet te maken en dan echt heel goed de weg daar naartoe uit te stippelen. Zeg maar.”*

Student 5: *“Ik denk dat het voor mijn studie en deze universiteit zou zijn: schroom vooral niet voor om docenten aan te schrijven waarvan je denkt van: ‘Ja ik, ik bewonder die persoon wat die doet. Ik ga kijken of hij misschien een stageplek heeft.’, gewoon doen hé. Ik denk van: oké, mailtje de deur uit, want voor hetzelfde geld je eerste mailtje niet, je tweede ook niet, dus doe het maar gewoon. Dan zie je vanzelf wel. Ja, en begin niet te laat denk ik.”*

Student 6: *“Netwerken dat is, dat is wel echt belangrijk, maar dat is misschien ook wel echt door mijn vakgebied. Het werk is ongelooflijk handig, ongelooflijk belangrijk en als je daarvoor kan zorgen dat je op die manier jezelf goed neerzet, dan is dat een voordeel. Raak ook niet te snel gedemotiveerd.”*

Student 7: *“Netwerk opbouwen. Stel, je hebt een keer een gastcollege ofzo en ga na een keer een praatje maken met die vent en voeg hem toe op LinkedIn. Wie weet, misschien dat er iets uitkomt. Het is wel belangrijk dat je wel de professionals in jouw vak een beetje leert kennen. Stel zij delen jou vraag naar een baan in hun netwerk. Zij hebben dan ook weer een heel groot bereik in jouw vakgebied. Dus ik denk dat dat zo’n netwerk wel heel belangrijk is.”*

Student 8: *“Vooral neem heel veel zelf initiatief en schroom ook niet om gewoon te mailen naar bedrijven van: hé, ik zie dat jullie geen functie hebben, maar ik zou heel graag bij jullie willen werken. Om deze en deze redenen. Graag wil ik met jullie in gesprek gaan. Ja, zo heb ik dat met mijn stage nu wel gedaan, omdat dat toen heel lastig was, want er waren eigenlijk helemaal geen stage vacatures hier in de buurt ehm. Toen heb ik echt gewoon heel open gesolliciteerd ook, dus eigenlijk ja, echt uiteindelijk wel echt dat zelf initiatief. En niet alleen mailen. Heel vaak, ik heb ook soms het idee dat als je dan mailt, dan mail je natuurlijk naar een algemeen mailadres en dat het dan vaak als het bedrijf heel druk is of wat dan ook, dat het dan denkt van nou ja, weet je je laat die mail maar. Dan krijg je helemaal geen reactie van terug ehm. Wees er dan ook alert op om dan niet alleen te zeggen van: nou dan mail ik alleen maar. Bel dan ook gewoon bijvoorbeeld als je het echt zou willen. Wat ik op zich ook nog wel belangrijk vind. Kijk vooral bij jezelf wat je belangrijk vindt en wat ook echt bij jou past.”*

Student 9: *“Ja, blijf goed bezig met je LinkedIn. Dat is wel heel belangrijk, denk ik. Verder, leg goed connecties met je medestudenten. Zo houd je er dan op een paar goeie vrienden over. Dat kan natuurlijk ook. Wat is nog meer van belang? Ja, ja, ik denk dat LinkedIn bijhouden. Dat is wel het belangrijkste wat ik heb ervaren. Ja, en help mee met open dagen. Dat had ik ook gedaan en ik had een potentiële stageplek eraan over kunnen houden, alleen helaas. Ik heb er niet op gehapt, echt super stom van me. Maar er was potentie, dus gewoon doen.”*

Student 10: *“Onderhoud je zakelijk netwerk tijdens je studie. Daar heb je namelijk in de toekomst echt profijt van. Je hoort namelijk allemaal verhalen en zij kunnen jou straks misschien helpen aan die droombaan, omdat ze al ingangen hebben.”*

6.6 Bijlage 6: Ethische checklist

1. Valt het onderzoek onder de Wet medisch-wetenschappelijk Onderzoek met mensen (WMO)? Onderzoek valt onder de WMO als het aan de volgende twee voorwaarden voldoet: er is sprake van medisch wetenschappelijk onderzoek én personen worden aan handelingen onderworpen of hen worden gedragsregels opgelegd (zie voor meer informatie: <https://www.ccmo.nl/onderzoekers/wet-en-regelgeving-voor-medisch-wetenschappelijk-onderzoek/uw-onderzoek-wmo-plichtig-of-niet>)
☐ Ja → Toetsing noodzakelijk
☒ Nee
2. Gaat het bij het voorgenomen onderzoek om een gezonde populatie?
☒ Ja
☐ Nee → Toetsing noodzakelijk
3. Is er sprake van onderzoek bij minderjarigen (<16 jaar) of bij wilsonbekwamen?
☐ Ja → Toetsing noodzakelijk
☒ Nee
4. Worden deelnemende personen aan handelingen onderworpen of worden aan de deelnemende personen bepaalde gedragswijzen opgelegd, die ONGEMAK kunnen inhouden?
☐ Ja → Toetsing noodzakelijk
☒ Nee
5. Zijn er VEILIGHEIDS- EN/OF GEZONDHEIDSRISICO'S VOOR DE RESPONDENTEN verbonden aan het onderzoek?
☐ Ja → Toetsing noodzakelijk
☒ Nee
6. Is er een aanspreekpunt waar deelnemende personen terecht kunnen met vragen over het onderzoek en worden zij hiervan op de hoogte gesteld?
☒ Ja
☐ Nee → Toetsing noodzakelijk
7. Zijn de deelnemende personen volledig vrij om deel te nemen aan het onderzoek, en om hiermee op elk moment te stoppen wanneer zij dat willen, om welke reden dan ook?
☒ Ja
☐ Nee → Toetsing noodzakelijk

8. Worden deelnemers aan het onderzoek voorafgaand aan deelname schriftelijk en mondeling voorgelicht over doel, de aard en duur, risico's en bezwaren van het onderzoek?
- ☒ Ja
- ☐ Nee → Toetsing noodzakelijk
9. Tekenende deelnemende personen en/of hun vertegenwoordigers voor toestemming met het onderzoek?
- ☒ Ja
- ☐ Nee → Toetsing noodzakelijk
10. Is de verwerking van persoonsgegevens in overeenstemming met de AVG? DENK AAN HET ZORGVULDIG OMGAAN MET (PERSOONS)GEGEVENS (ZOWEL OP PAPIER ALS DIGITAAL) EN EEN VEILIGE MANIER VAN DATAOPSLAG.
- ☒ Ja
- ☐ Nee → Toetsing noodzakelijk
11. Worden er bijzondere persoonsgegevens verzameld (e.g. etniciteit, religie, medische gegevens, seksuele geaardheid, ziekteverzuim, et cetera)?
- ☐ Ja → Toetsing noodzakelijk
- ☒ Nee
12. Is objectiviteit en onafhankelijkheid van de onderzoeker(s) gewaarborgd?
- ☒ Ja
- ☐ Nee → Toetsing noodzakelijk

Toetsing noodzakelijk: Wanneer de uitkomst één of meerdere keren 'toetsing noodzakelijk' is, dan zal de scriptiecoördinator beoordelen of het onderzoek in lijn is met de gedragscode. Bij twijfel zal de SEAC (Saxion Ethische Advies Commissie) worden geconsulteerd.

Ondertekenend door onderzoeker en eerste begeleider:

Naam onderzoeker: Dennis de Vrij

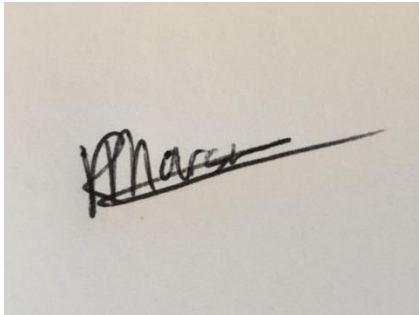
Handtekening: 

Datum: 29-10-2020

Naam 1^e begeleider: Rianne Marsman

Handtekening:

Datum: 30 / 10 / 2020

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored surface. The signature appears to be 'Rianne Marsman' written in a cursive, stylized script. The ink is dark and the background is a plain, light-colored paper.

6.7 Bijlage 7: Tabellenoverzicht resultaten ter ondersteuning van de brainstormsessie.

Tabel 4

Respons naar de oriëntatiewijze

	n	Percentage
Internet	81	91,0%
Familie en vrienden	63	70,8%
LinkedIn netwerk / zakelijk netwerk	67	75,3%
Dagblad / krant	3	3,4%
Bedrijfsdagen	7	7,9%
School of universiteit	43	48,3%
Vakbladen	3	3,4%
Bedrijfsites	41	46,1%
Via stage	60	67,4%
Beurzen	11	12,4%

Tabel 6

Behoeftes van studenten met betrekking tot de dienstverlening van werving- en selectiebureaus

Kenmerk	n	Percentage
Goed bereikbare locatie	26	29,2%
Flexibiliteit	39	43,8%
Snelle communicatie	69	77,5%
Begeleiding van begin tot eind	54	60,7%
Beroeps oriënterende testen	23	25,8%

Tabel 7

Mate van gebruik werving- en selectiebureaus

	n	Percentage
Nooit	44	49,4%
Zelden	25	28,1%
Soms	16	18,0%
Vaak	4	4,5%

Tabel 9

Belemmeringen die studenten ervaren tijdens de zoektocht naar een baan

Belemmering	Frequentie
Onbekendheid van de mogelijkheden	6
Relevante werkervaring	4
Netwerken	2
Bedrijven lijken niet op zoek	1

Tabel 10

Wensen van studenten ten opzichte van de zoektocht naar een baan

Wens	Frequentie
Hulp bij de oriëntatie	6
Beroep oriënterende testen	5
Begeleiding van begin tot eind	4
Startersfuncties zonder werkervaring	4
Hulp bij het opbouwen van zakelijk netwerk	6
Flexibiliteit	2

Tabel 11

Algemeen gedachtenbeeld van studenten over werving- en selectiebureaus

Beeld	Frequentie
Negatief	7
Laatste stap van hun zoektocht naar een baan	6
Tijdelijk werk	4
Financiële verhoudingen	1
Positief	3
Goed en snel contact	2
Transparant & flexibel	1
Groot netwerk	1