

Trh s doktory je trochu jako NHL

Být profesorem na dobré univerzitě v USA či západní Evropě je jistě zajímavé, prestižní, a v případě USA i dobře placené povolání. Jak se ale mladý aspirant akademické profese na takové místo vůbec dostane? A jak to, že někteří se dokážou prosadit na špičkovou univerzitu typu Harvard či Oxford, zatímco jiní skončí na univerzitách ve druhé a třetí lize?

Jelikož máme s tímto trhem osobní zkušenosti (jak z pohledu absolventa, tak z pohledu univerzity), můžeme ho čtenářům přiblížit.

Trh s čerstvými doktory je obrovský, na jednom místě koncentrovaný a na vlastní oči viditelný akademický trh práce. V něčem může připomínat draft NHL či konkurzy na role ve filmu. Jak na něj vstoupit? Za prvé je třeba vystudovat doktorát na ještě lepší, nebo alespoň obdobně kvalitní univerzitě, jako je ta, na které by chtěl absolvent pracovat. A dále projít velmi konkurenčním trhem, na kterém stovky dalších absolventů se stejně jako vy chtějí dostat na co nejprestižnější školy.

Začíná to v listopadu

Důležité je vědět, že trh se otevírá většinou na podzim. Ten bývá každým rokem nervózním obdobím pro končící doktorandy, kteří by rádi získali dobrou práci v prestižních institucích. Během podzimu zaměstnavatelé dají inzeráty na webovou stránku zvanou JOE – Job Openings for Economists.

Doktorand zašle na vybraná místa svůj balíček, to jest především přihlášku, která kromě obligátního životopisu obsahuje zejména dizertaci či jinou vědeckou práci, se kterou jde doslova s kůží na trh.

V zalepených obálkách jdou dále doporučující dopisy od jeho školitelů.

Inzerátů je samozřejmě spousta, a nelze obeslat všechny. Doktorandův výběr formují do jisté míry jeho preference a očekávání, důležité je také správně odhadnout, na jaké místo mám šanci se dostat. Školitelé bývají v tomto ohledu většinou upřímní a na rovinu člověku řeknou – při troše štěstí se můžete dostat na univerzitu v top 30, ale spíš to vidím na 40–70. To samé zpravidla studentovi nemilosrdně napíše do doporučujícího dopisu. Univerzity si došlé přihlášky pečlivě proctou a sestaví seznam uchazečů, se kterými chtějí udělat interview. V té chvíli trh vstupuje do hektické fáze – interview tváří v tvář.

Začátkem ledna se v nějakém americkém velkoměstě koná výroční konference Americké ekonomické asociace, obrovská akce, která přitáhne tisíce účastníků. Zatímco etablovaní ekonomové prezentují výsledky své práce, čerství absolventi zde absolvují sérii interview.

Ta jedou podle šablony: řekněte nám nejprve něco o své dizertaci. Pak následují otázky; jaký výzkum hodláte dělat v budoucnu, jaké kurzy můžete učit a máte vůbec nějakou zkušenost s učením? Uchazeč se rozpovídá a potí. Pak přijde na řadu věta: A teď vám řekneme něco my o naší univerzitě a katedře. Následují poslední dotazy na cokoli z jedné či z druhé strany a za půl hodiny je hotovo. Těšilo nás, možná o nás ještě uslyšíte.

Po interview zůstávají ve hře pouze finalisté, které univerzita pozve na návštěvu, v naší hantýrce tzv. fly-out. Uchazeč finalista prostě přiletí na univerzitu, během dne absolvuje neformální schůzky s potenciálními kolegy, prezentuje svůj výzkum na semináři a je pozván na dobrou večeři, kde se dále intenzivně neformálně diskutuje. Druhý den letí domů. Vše proběhne na náklady zvoucí univerzity.

Když se univerzita rozhodne někoho z finalistů přijmout, dá mu závaznou nabídku zaměstnání, tzv. offer. Když ten do určité lhůty kývne, je ruka v rukávě. Dát nabídku a kývnout na ni ale není vůbec snadné. Uchazeč má totiž většinou nabídek více. Musí si tedy vybrat. Může konkurenční nabídku využít jako tlak na vyšší plat či výhodnější pracovní podmínky.

Univerzita to také nemá lehké. Může dávat finalistům nabídky jednu po druhé. Tím ale riskuje, že někteří z uchazečů kývnou jiné škole, než na ně přijde řada.

Ilustrativní je oblíbená historka Jana Švejnara o tom, jak mu kdysi Cornell University nabídla nižší plat než konkurence. Lidé na Cornellu správně odhadli, že Švejnar přijme i horší nabídku, protože na Cornellu již působí jeho (tehdy budoucí) žena.

Výsledek stojí za to. Nakonec skoro každá univerzita i uchazeč najdou druhou stranu. Cesta k tomu má svou neúprosnou ekonomickou logiku: každý uchazeč by chtěl pracovat na Harvardu a každá univerzita by ráda ulovila budoucího nositele Nobelovy ceny.

Top-10 univerzity mají výhodu prvního tahu. Na tzv. fly-outy zvou okamžitě po interview a nabídky rozdávají taktéž velmi rychle. Ostatní školy vyčkávají, až se trh „tam nahoře“ vyčistí, a pak si teprve začínou rozebírat uchazeče, kteří na špičkových školách neuspěli.

V každé fázi projde sítí trhu zhruba jedna třetina: typický uchazeč rozešle 60–90 žádostí, absolvuje 20–30 interview, dostane pozvání na 7–10 fly-outů, nakonec dostane nabídky od 2–3 škol.

Žádná univerzita z principu nenajímá vlastní absolventy. A pokud se to stane, tak jen výjimečně. Brání protekcím a především nová krev odjinud univerzity intelektuálně obohacuje a žene kupředu. Naopak v Česku je najímání vlastních absolventů běžný úkaz.

Americký trh s čerstvými doktory je úžasnou ukázkou toho, jak dobře trhy mohou fungovat. Obchodují se velmi nestandardizované „komodity“ – absolventi a pracovní pozice na školách. Obchoduje se na centralizovaném, strukturovaném trhu s jasnými pravidly.

V postkomunistických zemích je málo institucí, které najímají absolventy Ph. D. na mezinárodním akademickém trhu. Jde o CERGE-EI v Praze, Sorosovu Central European University (CEU) v Budapešti, New Economic School v Moskvě, Kiev School of Economics (KSE) a International School of Economics (ISET) v Tbilisi.

Z pohledu vysoké školy má účast na mezinárodním trhu dvě strany – najímání nových akademiků ze zahraničí a umístování vlastních absolventů na školách a vědeckých pracovištích v zahraničí.

Minimální účast našich univerzit na mezinárodním trhu je dle našeho názoru způsobena nejen podfinancováním vysokého školství, ale zejména slabou konkurencí mezi univerzitami i uvnitř Česka a zákonem nešťastně nastaveným způsobem řízení univerzit.

LIBOR DUŠEK, DANIEL MÜNICH

Autoři přednášejí na ekonomickém institutu CERGE-EI