

Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM

Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim

Zestaw

wypracowany przez Partnerstwo

w projekcie realizowanym w ramach

*Działania 2.4 Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia
oraz lepsze dostosowanie ich do potrzeb rynku pracy*

Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

Przedstawione w niniejszym opracowaniu rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim zostały wypracowane i przyjęte przez Partnerstwo utworzone w związku z realizacją Projektu w ramach Działania 2.4 *Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia oraz lepsze dostosowanie ich do potrzeb rynku pracy* Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

Do Partnerstwa utworzonego w ramach Projektu przez Fundację Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM przystąpili:

- Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
- Starosta Powiatu Cieszyńskiego/Powiatowy Urząd Pracy w Cieszynie
- Powiatowy Urząd Pracy w Częstochowie
- Powiatowy Urząd Pracy w Jastrzębiu Zdroju
- Powiatowy Urząd Pracy w Jaworznie
- Powiatowy Urząd Pracy w Piekarach Śląskich
- Powiatowy Urząd Pracy w Tarnowskich Górach
- Powiatowy Urząd Pracy w Tychach
- Powiatowy Urząd Pracy w Zabrze
- Powiatowy Urząd Pracy w Żorach
- Śląska Wojewódzka Komenda OHP
- Personalne Doradztwo Biznesowe Małgorzata Jędrzejewska
- Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Piekarach Śląskich
- Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży Niepełnosprawnej Zakład Aktywności Zawodowej Bytom
- Towarzystwo Przyjaciół Dzieci Siemianowice Śląskie
- Zespół Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych w Siemianowicach Śląskich
- Rudzka Agencja Rozwoju „INWESTOR” sp. z o.o.
- Centrum Konferencji i Rekreacji Orle Gniazdo sp. z o.o.
- Śląska Izba Budownictwa

Szanowni Państwo,

Projekt Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim jest realizowany przez Fundację Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM w ramach Działania 2.4 Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia oraz lepsze dostosowanie ich potrzeb do rynku pracy Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

Istota realizacji tego Projektu polegała na utworzeniu Partnerstwa, które wypracuje rekomendacje z uwzględnieniem perspektyw:

- podmiotów zajmujących się problematyką młodzieży;
- instytucji rynku pracy;
- instytucji pomocy i integracji społecznej;
- podmiotów funkcjonujących w systemie edukacji;
- pracodawców i organizacji pracodawców.

Mamy zaszczyt współpracować z Partnerami, którzy nie tylko mają ogromną wiedzę i doświadczenie w zakresie tematów objętych rekomendacjami, ale przede wszystkim wykazują bardzo duże zaangażowanie i aktywność.

Pragnę w tym miejscu jeszcze raz serdecznie podziękować wszystkim Partnerom za wkład pracy w przygotowanie rekomendacji oraz wyrazić nadzieję, że w kolejnym etapie naszej współpracy - po zakończeniu realizacji Projektu - osiągniemy wspólnie inne ważne cele, które sobie wyznaczymy.

Jednocześnie dziękuję wszystkim instytucjom rynku pracy województwa śląskiego, które zechciały wziąć udział w weryfikacji wstępnej wersji niniejszych rekomendacji i udzieliły nam cennych wskazówek.

W imieniu Partnerstwa przedstawiamy Państwu Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim z przekonaniem, że znajdą Państwo w tym zestawie wiele interesujących podpowiedzi.

Przyjęliśmy, że

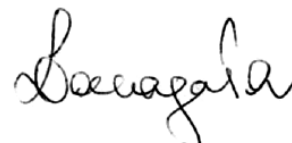
- rekomendacje są kierowane do wszystkich śląskich instytucji rynku pracy – wskazujemy rozwiązania, które przyczynią się do wzrostu skuteczności pracy publicznych służb zatrudnienia oraz podmiotów niepublicznych;
- rekomendacje dotyczą aktywizacji osób młodych - koncentrujemy się na ofercie dedykowanej osobom młodym, ale pamiętamy, że działania, które mogą usprawnić aktywizację zawodową wszystkich grup wiekowych też spełniają powyższy warunek;
- rekomendacje obejmują obszar województwa śląskiego - uwzględniamy specyfikę regionu, ale przyjmujemy, że rozwiązania, które mogą być wdrożone w skali kraju, są także przedmiotem naszego zainteresowania.

Na początku współpracy ustaliliśmy, że chcemy poznać wnioski z analiz wybranych dokumentów, wyniki przeprowadzonych badań oraz tezy opracowań eksperckich i skonfrontować je podczas spotkań partnerskich z własną wiedzą i doświadczeniami. W ten sposób wskazaliśmy rekomendacje określające kierunki pożądanych działań, które będą prowadzić do wzrostu skuteczności aktywizacji osób młodych w województwie śląskim.

Każdą rekomendację sformułowaliśmy jako zalecenie działania w określonym celu i opatrzyliśmy propozycjami rozwiązań szczegółowych. Zachęcamy wszystkie instytucje rynku pracy działające na terenie województwa śląskiego do wspólnego z nami ich wdrażania. Dlatego napisaliśmy w rekomendacjach: wdrażajmy, dążmy, wspierajmy, inicjujmy itp. Jesteśmy przekonani, że takie działania pozwolą skuteczniej wspierać osoby młode, szczególnie te najbardziej oddalone od rynku pracy. Niektóre rozwiązania mają formę krótkiej wskazówki. Inne są zaprezentowane w postaci dłuższego przewodnika. Wierzymy, że każdy znajdzie w nich propozycje, które zechce włączyć do swoich działań.

Zaplanowaliśmy inicjatywy upowszechniające wypracowane rekomendacje. Jednocześnie zachęcamy Państwa do kontaktu z nami. Z przyjemnością udzielimy dodatkowych wyjaśnień i będziemy służyć radą na etapie wdrażania rekomendacji.

Zapraszamy do lektury Rekomendacji dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim i do włączenia ich do Państwa codziennej działalności oraz do współpracy z naszym Partnerstwem przy realizacji kolejnych inicjatyw.



Małgorzata Domagała
Koordynator projektu

Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim

| | |
|--|----|
| Wprowadzenie | 11 |
| Rekomendacja I | |
| Rekomendacje dla instytucji rynku pracy w zakresie sposobu dotarcia do jak największej liczby osób młodych na rynku pracy, w tym z grupy NEET, uwzględniającego najefektywniejsze sposoby rekrutacji oraz najskuteczniejsze metody wsparcia aktywizacyjnego | 21 |
| Rekomendacja 1.1.1 | |
| Zalecamy formułowanie informacji kierowanej do osób młodych w taki sposób, żeby przekazywane treści były dla odbiorcy ciekawe, łatwe w zrozumieniu i wiarygodne. | |
| A. 1. Piszmy z myślą o odbiorcy | |
| 2. Piszmy przejrzysto | |
| 3. Piszmy zrozumiałym językiem | |
| B. Komunikaty przekazywane ustnie | |
| C. Szczególna grupa odbiorców informacji – osoby niepełnosprawne | |
| | 23 |
| Rekomendacja 1.1.2 | |
| Zalecamy przekazywanie informacji kierowanej do osób młodych z wykorzystaniem kanałów, z których najchętniej korzysta ta grupa klientów | |
| 1. Stwórzmy specjalną podstronę dla osób w wieku do 30 roku życia | |
| A. Przyjazna strona powiatowego urzędu pracy | |
| B. Przyjazna strona internetowa OHP | |
| C. Przyjazna strona Wojewódzkiego Urzędu Pracy | |
| 2. Załóżmy profil na portalu społecznościowym Facebook | |
| 3. Prowadźmy blog lub vortal o tematyce NEET i o ofercie dla osób młodych | |
| 4. Zaproponujmy młodym ludziom korzystanie z aplikacji na smartfony | |
| | 33 |
| Rekomendacja 1.1.3 | |
| Zalecamy prowadzenie działań umożliwiających nawiązanie bezpośredniego kontaktu z osobami z grupy NEET w ich środowisku | |
| 1. Wypracujmy system pozyskania lokalnych sojuszników | |
| 2. Zamieszczajmy informacje w miejscach ogólnodostępnych | |
| 3. Współpracujmy z parafiami | |
| | 41 |
| Rekomendacja 1.1.4 | |
| Zalecamy systematyczną współpracę z instytucjami i organizacjami działającymi lokalnie | |
| 1. Działajmy na rzecz budowania i utrzymania sieci kontaktów pomiędzy instytucjami działającymi w różnych obszarach jako płaszczyzny wymiany informacji oraz źródła informacji dla klientów | |
| 2. Bierzmy aktywny udział w wydarzeniach organizowanych lokalnie | |
| 3. Współpracujmy na bieżąco z podmiotami mającymi bezpośredni kontakt z młodzieżą szczególnie zagrożoną włączeniem do grupy NEET | |
| 4. Wykorzystujmy system powiadomień SMS, który stosują w kontaktach z mieszkańcami niektóre gminy | |
| | 44 |

Rekomendacja 1.1.5

Zalecamy organizowanie pracy z osobami z kategorii NEET o niskiej motywacji do podjęcia zatrudnienia z uwzględnieniem ich specjalnych potrzeb, w tym potrzeb młodych kobiet

48

1. Włączmy osoby o niskiej motywacji do grup objętych wsparciem psychologicznym
2. Promujmy wychowanie do odpowiedzialności przez wolontariat

Rekomendacja 1.1.6

Zalecamy przeprowadzenie kampanii społecznej informującej o programach dla osób NEET, o ofercie UP, OHP i innych IRP oraz programie Gwarancje dla młodzieży oraz podjęcie działań na rzecz poprawy wizerunku PUP

51

Rekomendacja 1.2.1

Zalecamy działania na rzecz zapewnienia kompleksowości wsparcia

1. Działajmy na rzecz możliwości łączenia finansowych form wsparcia przez powiatowe urzędy pracy
2. Wypracujmy lokalne modele współpracy różnych instytucji na rzecz zapewnienia kompleksowego wsparcia osobom z grupy NEET

56

Rekomendacja 1.2.2

Zalecamy doskonalenie sposobu stosowania dotychczas dostępnych metod pracy, usług i instrumentów rynku pracy

1. Efektywnie wykorzystujemy doradztwo zawodowe we wspieraniu różnych grup młodzieży
2. Pracujemy z uczniami metodą wywiadów
3. Włączmy się w działania na rzecz lepszego wykorzystania praktyk studenckich do przygotowania młodych osób do udziału w zatrudnieniu

63

Rekomendacja 1.2.3

Zalecamy prowadzenie działań na rzecz rozszerzenia dostępnych usług i instrumentów rynku pracy

1. Działajmy na rzecz wprowadzenia bonu opiekuńczego wspierającego aktywizację młodych ludzi sprawujących opiekę nad osobą zależną.
2. Dążmy do wypracowania rozwiązań umożliwiających powiatowym urządowi pracy prowadzenie działań na otwartym rynku
3. Promujmy taki model udzielania wsparcia, który łączy dostępność oferty ze spełnieniem określonych wymagań przez osobę wspieraną

67

Rekomendacja 1.2.4

Zalecamy prowadzenie działań zindywidualizowanych, dostosowanych do potrzeb, barier i oczekiwań poszczególnych grup klientów i każdego klienta IRP

1. Działajmy na rzecz wprowadzenia zmiany do ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w zakresie treści art. 66a pkt. 6 polegającej na zwiększeniu wskaźnika określającego maksymalną łączną kwotę wydatków poniesionych na specyficzne elementy wspierające zatrudnienie, związane z realizacją programu specjalnego.
2. Podejmijmy starania o wprowadzenie do dokumentacji konkursowej dotyczącej aktywizacji osób młodych możliwości zaplanowania działań, które będą wykraczały poza obowiązkowy zakres wsparcia i zostaną doprecyzowane na etapie pracy z każdą uczestniczką/każdym uczestnikiem projektu
3. Wdrażajmy partnerskie podejście do klienta, zapewniające mu uzyskanie wsparcia odpowiadającego na jego potrzeby i oczekiwania oraz niwelującego występujące bariery
4. Wykorzystujmy elementy metody case management, które zostały wdrożone w publicznych służbach zatrudnienia województwa śląskiego do wspierania klientów z niepełnosprawnościami

70

Rekomendacja 1.2.5

Zalecamy promowanie przedsiębiorczości wśród osób młodych i dostosowanie oferowanego wsparcia do potrzeb i oczekiwań tej grupy

1. Zapewnijmy kompleksowe wsparcie wszystkim osobom planującym założenie firmy
2. Szukajmy możliwości współpracy i budujmy model wsparcia oparty na uzupełnieniu oferty
3. Promujmy powstawanie lokalnych ośrodków wspierania przedsiębiorczości (OWP)
4. Działajmy na rzecz zmian zasad udzielania finansowego wsparcia pomostowego
5. Działajmy na rzecz rozwoju przedsiębiorczości młodych kobiet
6. Przeprowadźmy wojewódzką kampanię promującą przedsiębiorczość

76

Rekomendacja 1.2.6

Zalecamy podjęcie prac nad stworzeniem standardów obsługi klienta przez instytucje rynku pracy

1. Co to jest standard obsługi klienta i jakie korzyści zapewnia jego wdrożenie?
2. Zakres dobrego standardu obsługi klienta
3. Przygotowanie i wdrażanie standardu obsługi klienta
4. Rekomendowany schemat szkolenia z zakresu jakości obsługi młodego klienta dla pracowników instytucji rynku pracy województwa śląskiego

89

Rekomendacja 1.2.7

Zalecamy formułowanie informacji kierowanej do osób młodych w taki sposób, żeby przekazywane treści były dla odbiorcy ciekawe, łatwe w zrozumieniu i wiarygodne 98

Rekomendacja II

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, w tym sformułowanie kryteriów konkursowych dla konkursów ogłaszanych w ramach Osi I POWER 99

Rekomendacja 2.1.1

Zalecamy promowanie współpracy międzyinstytucjonalnej na rzecz osób młodych oraz wymianę informacji dotyczących działań kierowanych do osób młodych realizowanych przez wszystkie instytucje rynku pracy na terenie województwa śląskiego, a także kontynuację działań na rzecz poprawy wizerunku urzędów pracy.

1. Stwórzmy płaszczyznę wymiany informacji dotyczących możliwych kierunków wspierania osób młodych
2. Stwórzmy sieć współpracy z instytucjami działającymi na rzecz osób młodych w zakresie promocji przedsiębiorczości i poradnictwa zawodowego 101
3. Upowszechniamy wśród instytucji rynku pracy województwa śląskiego rozwiązania na rzecz aktywizacji osób młodych (w tym wypracowane w innych województwach lub za granicą)
4. Przeprowadźmy kampanię społeczną informującą o programach dla osób NEET, o ofercie UP, OHP i innych IRP oraz programie Gwarancje dla młodzieży a także podejmijmy działania na rzecz poprawy wizerunku PUP
5. Stwórzmy osobną podstronę dla młodzieży na stronie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach

Rekomendacja 2.1.2

Zalecamy rozwój działań metodyczno-szkoleniowych ukierunkowanych na poprawę jakości usług świadczonych na rzecz osób młodych w województwie śląskim

1. Rozwijajmy ofertę działań metodyczno-szkoleniowych z zakresu poradnictwa zawodowego
2. Opracujmy i przeprowadźmy szkolenia w zakresie obsługi osób młodych i promujmy wdrażanie standardów obsługi takich klientów 105
3. Podejmujemy kompleksowe działania mające na celu określenie optymalnej ścieżki wsparcia dostosowanej do indywidualnych potrzeb klienta
4. Rozsyłajmy newsletter prezentujący działania metodyczno-szkoleniowe realizowane przez WUP w Katowicach

Rekomendacja 2.2.1

Kryteria dostępu

Zalecamy dostosowanie kryteriów dostępu przede wszystkim do potrzeb, oczekiwań i możliwości grupy docelowej

1. Zrezygnujemy ze sformułowanego w obecnym brzmieniu wymogu prowadzenia biura projektu na terenie realizacji projektu i zastąpmy ten wymóg warunkiem prowadzenia biura na terenie województwa śląskiego oraz warunkiem zapewnienia uczestnikom i uczestnikom projektu możliwości kontaktu z Beneficjentem w sposób i miejscu zgodnym ze zdiagnozowanymi oczekiwaniami tej grupy docelowej
2. Przedłużmy maksymalny okres trwania projektu, tak by w środowisku lokalnym można było budować rozpoznawalną markę niepublicznej instytucji rynku pracy

Rekomendacja 2.2.2

Kryteria premiujące

Zalecamy koordynowanie uruchamiania podobnych projektów kierowanych do grupy NEET na danym terenie

1. Wprowadźmy kryterium premiujące dla Beneficjentów, którzy zadeklarują we wniosku o dofinansowanie, że dostosują termin rozpoczęcia projektu do propozycji IOK wynikającej z polityki organizacji wsparcia

Rekomendacja III

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej oraz KG OHP, w tym sformułowanie kryteriów konkursowych dla konkursów ogłaszanych przez MRPiPS w ramach Osi I POWER

Rekomendacja 3.1.1

Zalecamy prowadzenie edukacji zawodowej na wszystkich poziomach kształcenia

1. Oferujemy dzieciom i młodzieży szkolnej zajęcia zwiększające świadomość zawodową i organizujemy je w sposób systemowy, ciekawy i maksymalnie dopasowany do indywidualnych potrzeb
2. Zapewnijmy kadrze OHP szkolenia niezbędne do skutecznej realizacji zadań realizowanych przez tę instytucję

Rekomendacja 3.1.2

Zalecamy opracowanie i przyjęcie Rządowego Programu na rzecz Aktywności Zawodowej Osób Młodych (AZOM)

1. Stwórzmy diagnozę krajową opartą na porównywalnych diagnozach wojewódzkich, które będą wskazywać na sytuację w poszczególnych tematach.
2. Wyznaczymy cele, priorytety, sposoby działania i finansowania tych działań z uwzględnieniem ofert wszystkich instytucji rynku pracy
3. Promujmy oddolne inicjatywy współpracy na rzecz aktywności osób młodych
4. Postulujemy wyodrębnienie środków na finansowanie Programu AZOM, w tym na organizację konkursów inicjatyw lokalnych poprawiających skuteczność dotarcia do osób młodych najbardziej oddalonych od rynku pracy oraz oferowanego im wsparcia

Rekomendacja 3.1.3

Zalecamy podjęcie kompleksowych działań na rzecz zmiany zasad funkcjonowania i wizerunku powiatowych urzędów pracy

1. Podkreślamy potrzebę wyłączenia z zadań powiatowych urzędów pracy spraw dotyczących ubezpieczenia zdrowotnego 126
2. Wskazujemy potrzebę zbudowania standardu współpracy powiatowych urzędów pracy z pracodawcami
3. Apelujemy o rozważenie możliwości zmiany nazwy powiatowych urzędów pracy na inną, która nie będzie zawierała słowa „urząd”

Rekomendacja 3.1.4

Zalecamy wprowadzenie zmian umożliwiających urzędom pracy sprawniejsze i skuteczniejsze działanie na rzecz aktywizacji osób młodych

1. Dokonajmy przeglądu zasad realizacji projektów PO WER przez powiatowe urzędy pracy 130
2. Uporządkujmy procedury dotyczące przetwarzania danych, tak by lokalne instytucje mogły współpracować w aktywizacji osób najbardziej oddalonych od rynku pracy
3. Zauważmy systemowe problemy aktywizacji osób niepełnosprawnych
4. Proponujemy zmiany prawnych

Rekomendacja 3.2.1

Zalecamy zrezygnowanie z kryterium formalnego dotyczącego obrotów wnioskodawcy za ostatni rok obrotowy 135

1. Wyłączmy wymóg wykazania odpowiednio dużych obrotów z listy kryteriów formalnych

Rekomendacja IV

Działania na rzecz zapewnienia trwałości rezultatów, w tym sposób funkcjonowania Partnerstwa po zakończeniu Projektu 138

Rekomendacja 4.1.1

Działajmy na rzecz dalszego funkcjonowania Partnerstwa po okresie realizacji Projektu 139

Rekomendacja V

Rekomendacje dodatkowe dotyczące wspierania osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy w województwie śląskim 143

Rekomendacja 5.1.1

Zalecamy wdrożenie dobrze funkcjonującego doradztwa zawodowego już od wczesnych etapów edukacji

1. Działajmy na rzecz wprowadzenia doradztwa zawodowego do siatki godzin w szkołach wszystkich typów i poziomów
 2. Inicjujemy i wspieramy działania prowadzące do zapewnienia młodzieży stałego dostępu do indywidualnego doradztwa zawodowego, np. poprzez odbudowanie sieci Szkolnych lub Międzyszkolnych Ośrodków Kariery
 3. Zwiększamy świadomość rodziców na temat znaczenia udziału dzieci w doradztwie zawodowym
- 145

Rekomendacja 5.1.2

Zalecamy stworzenie młodzieży uczącej się możliwości zdobywania dodatkowych uprawnień

1. Działajmy na rzecz organizowania w ramach PO WER konkursów dla szkół zawodowych różnego typu i poziomu na dofinansowanie zdobywania dodatkowych kwalifikacji i uprawnień zawodowych
 2. Promujemy współpracę szkół z partnerami społecznymi w zakresie wprowadzania do programu nauczania efektów kształcenia związanych ze zdobywaniem dodatkowych uprawnień
- 151

Rekomendacja 5.1.3

Zalecamy promowanie mentoringu i promowanie szkoleń dla opiekunów staży

1. Organizujemy szkolenia z mentoringu dla pracodawców organizujących staż
 2. Wprowadzmy mentoring do stałego zestawu metod aktywizacji osób młodych
- 154

Rekomendacja 5.2.1

Zalecamy działania na rzecz aktywizacji zawodowej w zakresie aktywizacji zawodowej młodych osób z niepełnosprawnościami

1. Promujemy śląskie wzorce wspierania rynku pracy chronionej i wypracujemy rozwiązania dedykowane młodym osobom z niepełnosprawnościami
 2. Stwórzmy platformę wymiany informacji między śląskimi instytucjami rynku pracy i pełnomocnikami do spraw osób niepełnosprawnych
- 158

Rekomendacja 5.3.1

Rekomendacje dotyczące proponowanych zmian prawnych

162

WPROWADZENIE

Niniejszy zestaw rekomendacji dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim został wypracowany przez Partnerstwo na podstawie:

1. Analiz obejmujących

a. Zapisy realizowanych programów:

- Plan realizacji Gwarancji dla młodzieży w Polsce;
- Narodowy Program Praca dla Młodych.

b. Strategie regionalne i krajowe:

- Krajowy Program Reform Europa 2020;
- Strategia rozwoju województwa śląskiego „Śląskie 2020+”;
- Regionalny Plan Działań na Rzecz Zatrudnienia na rok 2016;
- Regionalna Strategia Innowacji Województwa Śląskiego na lata 2013 – 2020;
- Strategia Polityki Społecznej Województwa Śląskiego na lata 2006 – 2020.

c. Działania współfinansowane z innych Działań POWER i innych programów operacyjnych:

- Europejski program na rzecz zatrudnienia i innowacji społecznych (EaSI);
- Program Erasmus+;
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2014 - 2020;
- Fundusz Pracy;
- Program Operacyjny Inteligentny Rozwój;
- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich.

d. Analizy i raporty dotyczące województwa śląskiego w zakresie wsparcia osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy:

- Młodzież na rynku pracy – województwo śląskie na tle Polski i krajów UE;
- Sytuacja absolwentów szkół na wojewódzkim rynku pracy w kontekście bezrobocia młodzieży analiza statystyczna w latach 2012 – I kwartał 2015 r.;
- Zmiany aktualnych i przyszłych oczekiwań pracodawców co do kwalifikacji i umiejętności pracowników oraz ocena kompetencji zatrudnionych pracowników raport końcowy;
- Uczniowie i absolwenci szkół ponadgimnazjalnych w województwie śląskim;
- Analiza środowiska osób młodych w kontekście kierowania do nich efektywnych działań związanych z doradztwem/poradnictwem zawodowym;
- Przygotowanie absolwenta do wejścia na rynek pracy;
- Aktywizacja zawodowa młodych osób z niepełnosprawnościami;
- Zakłady aktywności zawodowej i ich rola w aktywizacji zawodowej osób młodych w województwie śląskim;
- Współpraca partnerska na rzecz aktywizacji osób młodych.

e. Opracowania zawierające ocenę trafności i skuteczności dotychczas zrealizowanej pomocy dla osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy:

- Analiza rozwiązań wprowadzonych ustawą z dnia 14 marca 2014 r. o zmianie ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz niektórych innych ustaw;
- Warunki skutecznej komunikacji z osobami młodymi;
- Wspieranie przedsiębiorczości – diagnozy, wybrane problemy, bariery i potrzeby;

- Aktywizacja osób przedwcześnie kończących naukę;
- Znaczenie wczesnej interwencji socjalnej w pracy z rodziną dla wzrostu aktywności społeczno-zawodowej;
- Badanie opinii osób w wieku poniżej 25 lat, które nie uczą się, nie pracują i nie są zarejestrowane jako osoby bezrobotne, na temat oferty aktywizacji zawodowej kierowanej do nich, ich wiedzy na temat tej oferty oraz oczekiwań, barier, potrzeb w tym zakresie;
- Raport z badania ankietowego instytucji rynku pracy województwa śląskiego.

f. Wnioski z działań WUP, w tym finansowanych z Funduszu Pracy:

- Doświadczenia Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach w zakresie działań podejmowanych na rzecz osób młodych;
- Analiza rozwiązań wprowadzonych ustawą z dnia 14 marca 2014 r.;
- Zaktualizowany Plan realizacji Gwarancji dla młodzieży w Polsce;
- Regulaminy konkursów nr POWR.01.02.01-IP.13-24-001/15 oraz POWR.01.02.01-IP.13-24-001/16.

2. Badania zrealizowanego w ramach Projektu i polegającego na przeprowadzeniu 30 indywidualnych wywiadów pogłębionych z osobami młodymi najbardziej oddalonymi od rynku pracy, należącymi do tzw. grupy NEET (nie pracują, nie uczą się i nie uczestniczą w szkoleniu);
3. Badania ankietowego 50 śląskich instytucji rynku pracy wykonanego w ramach zadań projektowych;
4. Wiedzy i własnych doświadczeń osób reprezentujących Partnerów;
5. Materiałów pomocniczych przygotowanych przez ekspertów wspierających pracę Partnerstwa.

Zbiór analiz i diagnoz opracowanych w ramach Projektu obejmuje około 250 stron i jest dostępny na stronie www.polprom.org.pl.

1. Analiza sytuacji osób młodych na śląskim rynku pracy

na podstawie opracowania „Młodzież na rynku pracy – województwo śląskie na tle Polski i krajów UE” przygotowanego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach (kwiecień 2016)

Pod koniec 2014 roku w województwie śląskim mieszkało około 4,6 mln osób, co stanowiło niemal 12% ludności kraju. Od kilkunastu lat liczba ludności województwa systematycznie maleje. W 2000 roku w województwie żyło prawie 200 tys. osób więcej. Do roku 2040 liczba mieszkańców zmniejszy się o kolejne ponad 600 tys. osób. Udział kobiet w ogólnej liczbie ludności powinien utrzymać się na stałym poziomie, tj. około 51,7%. Niższy natomiast będzie udział mieszkańców miast, co spowoduje zmniejszenie się wskaźnika urbanizacji. Widoczne będą również zmiany w strukturze wieku mieszkańców. Udział ludności w wieku poprodukcyjnym wzrośnie z obecnych 20% do prawie 25% w 2040 roku. W 2014 roku w wieku produkcyjnym było 63,2% mieszkańców, a w 2040 roku będzie to mniej niż 61%. Prognoza demograficzna nie jest dla województwa śląskiego korzystna.

Wśród prawie 4,6 mln osób, które mieszkają w województwie śląskim, młodzież w wieku 18 - 29 lat stanowi 15,6%.

| | Ludność ogółem (stan na 31.12.2014) | | 18 - 24 lata | | 25 - 29 lat | | Razem 18 - 29 lat | |
|--------------|--|---------|--------------|---------|-------------|---------|-------------------|---------|
| | Liczba osób | odsetek | Liczba osób | odsetek | Liczba osób | odsetek | Liczba osób | odsetek |
| Polska | 38478602 | 100,0% | 3381960 | 8,8% | 2929069 | 7,6% | 6311029 | 16,4% |
| woj. śląskie | 4585924 | 100,0% | 373824 | 8,2% | 341787 | 7,5% | 715611 | 15,6% |

Udział osób młodych w wieku 18 - 29 lat w całości populacji województwa kształtujący się na poziomie 15,6% jest jednym z najniższych w kraju. Taki sam notuje się w województwie mazowieckim, a mniejszy (15,4%) jedynie w województwie łódzkim. Natomiast w liczbach bezwzględnych populacja osób w wieku 18 - 29 w województwie śląskim jest jedną z największych w kraju. Więcej osób w tym przedziale wiekowym mieszka tylko na terenie województwa mazowieckiego.

W województwie śląskim problem aktywizacji zawodowej osób młodych jest trochę mniej ważący dla całej sytuacji na rynku pracy niż wynika to z danych uśrednionych dla całego kraju.

Natomiast wypracowanie rekomendacji, które mogą przyczynić się do zwiększenia skuteczności wsparcia kierowanego do osób młodych w województwie śląskim jest niezwykle istotne ze względu na wielkość grupy docelowej.

Wskaźnik zatrudnienia młodzieży 15 - 29 lat

| | 2004 | | | 2014 | | |
|-----------------|--------|---------|-----------|--------|---------|-----------|
| | ogółem | kobiety | mężczyźni | ogółem | kobiety | mężczyźni |
| UE 28 krajów | 48,7 | 44,5 | 52,8 | 46,5 | 43,7 | 49,3 |
| Polska | 35,6 | 31,2 | 40,0 | 44,4 | 38,9 | 49,7 |
| woj. śląskie | 36,2 | 31,3 | 40,8 | 45,6 | 39,3 | 51,4 |

W grupie osób w wieku 18 - 19 lat w województwie śląskim w 2015 roku wskaźnik zatrudnienia wynosił około 10%. Bezrobotnych było około 6 tys. osób, a pozostała grupa (83,5%) to osoby bierne zawodowo, głównie uczące się.

W przedziale wiekowym 20 - 24 lata, który obejmuje w województwie śląskim około 236 tys. osób, wskaźnik zatrudnienia wyniósł w 2015 roku około 50%. Biernych zawodowo było ponad 40%, a liczba bezrobotnych wyniosła 24 tys.

Wśród osób w wieku 25 - 29 lat (285 tys. osób) pracowało około 77,5%. Kolejne 44 tys. osób zaliczało się w 2015 roku do biernych zawodowo, a 20 tys. to osoby bezrobotne.

Wśród około 32 tys. osób bezrobotnych w wieku do 30. roku życia około 11,5 tys. to osoby bez zawodu. W podziale ogółu osób bezrobotnych w tej grupie wiekowej w województwie śląskim na 9 tzw. grup wielkich zawodów okazuje się, że najliczniej reprezentowani są *pracownicy usług osobistych i sprzedawcy*, których jest ponad 8,3 tys. osób. W tej grupie najwięcej osób poszukuje pracy w zawodzie sprzedawca, kucharz i fryzjer.

Druga grupa najliczniej reprezentowana wśród młodych osób bezrobotnych, to *specjaliści*, w tym głównie pedagodzy, specjaliści ds. zarządzania i organizacji, specjaliści ds. administracji publicznej, ekonomiści i socjologowie (łącznie około 13% osób bezrobotnych w wieku do 30 lat).

Trzecia grupa (4 tys. osób) to *technicy i inny średni personel* z dominującym udziałem ekonomistów, informatyków, techników żywienia i gospodarstwa domowego oraz budownictwa.

Co dziesiąty młody bezrobotny to *robotnik przemysłowy lub rzemieślnik*, w tej grupie najwięcej jest mechaników pojazdów samochodowych, cukierników, ślusarzy i piekarzy.

W gronie osób bezrobotnych legitymujących się wyższym wykształceniem najwięcej było młodych osób z dyplomami pedagoga, magistra zarządzania i organizacji, administracji publicznej, ekonomii i socjologii.

Grupa osób młodych w wieku do 29. roku życia ma coraz mniejszy udział w statystykach dotyczących osób bezrobotnych w województwie śląskim.

Liczba osób bezrobotnych w poszczególnych grupach wiekowych w województwie śląskim

| Data pomiaru | Bezrobotni w poszczególnych grupach wiekowych (liczba osób) | | | | | | |
|--------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 18-24 | 25-29 | 30-34 | 35-44 | 45-54 | 55-59 | 60-64 |
| 31.03.2012 | 37349 | 33576 | 27943 | 39724 | 41604 | 19638 | 4970 |
| 31.03.2016 | 18433 | 20063 | 20873 | 34000 | 29652 | 19062 | 9085 |

Młodzież w wieku poniżej 30 lat na koniec marca 2012 roku stanowiła 34,6% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych, a na końcu pierwszego kwartału 2016 roku wskaźnik ten wyniósł 25,5%.

Sytuacja młodych bezrobotnych kobiet jest trudniejsza niż mężczyzn, bo stanowią one około 60% tej subpopulacji (22,9 tys. osób). Dla wszystkich bezrobotnych kobiet wskaźnik

ten wynosi około 53%. Potwierdza to, że w grupie najmłodszych bezrobotnych sytuacja jest wyjątkowo mocno zróżnicowana ze względu na płeć.

Nie jest identyczna również skala problemu w ujęciu powiatowym. W liczbach bezwzględnych najmniej osób bezrobotnych w wieku do 30 lat jest w powiecie bieruńsko-łędzimskim (282 osoby), a najwięcej w Bytomiu (2073 osoby). Analiza wskaźników procentowych pokazuje, że udział osób młodych w grupie wszystkich bezrobotnych najmniejszy jest na terenie Bielska-Białej (16,2%), a największy w powiecie wodzisławskim, gdzie 35% osób bezrobotnych ma mniej niż 30 lat.

Sytuacja młodzieży na śląskim rynku pracy wynika z czynników demograficznych oraz z faktu, że osoby młode objęte są – jako jedyna grupa wiekowa osób zarejestrowanych w powiatowych urzędach pracy - aktywną polityką państwa. Młodzieży do 24. roku życia od lat dedykowane były specjalne działania aktywizacyjne. Od około dwóch lat specjalne formy pomocy kierowane są także do bezrobotnych poniżej 30. roku życia.

Obecnie co czwarta osoba zarejestrowana w województwie śląskim jako bezrobotna ma mniej niż 30 lat.

Zmiany w liczbie bezrobotnych w województwie śląskim w latach 2012 - 2015

| | Bezrobotni ogółem | Bezrobotni w wieku do 30 lat | Udział osób w wieku 30- wśród bezrobotnych |
|------------|-------------------|------------------------------|--|
| | w tys. | | w % |
| 31.12.2012 | 205459 | 68912 | 33,5 |
| 31.12.2013 | 208296 | 64513 | 31,0 |
| 31.12.2014 | 175675 | 49301 | 28,1 |
| 31.12.2015 | 148508 | 38156 | 25,7 |

Charakterystyka osób bezrobotnych w wieku do lat 30 pokazuje istotne wyróżniki tej grupy. Jednym z nich jest stosunkowo mały udział osób mających prawo do zasiłku - tylko 9,5%, podczas gdy dla wszystkich bezrobotnych jest to 13,3%. Ponad 34% wszystkich bezrobotnych poniżej 30. roku życia to osoby długotrwale bezrobotne. Co czwarta osoba wychowuje co najmniej jedno dziecko do lat 6.

Najwięcej bezrobotnych w wieku do 29 lat (ponad 27%) ma wykształcenie gimnazjalne i poniżej. Absolwenci szkół policealnych i średnich zawodowych stanowią około 23% wszystkich bezrobotnych w tej grupie wiekowej. Udział osób bezrobotnych z wykształceniem wyższym to prawie 18%. Osób, które legitymują się ukończeniem liceum ogólnokształcącego jest 17%, a absolwentów zasadniczych szkół zawodowych 15%.

Osoby bezrobotne w wieku do 30. roku życia

| Powiaty | Liczba bezrobotnych (31.03.2016 r.) | | Udział bezrobotnych do 30 r.ż. |
|---------------------|--|------------|-----------------------------------|
| | ogółem | do 30 r.ż. | |
| Będziński | 6561 | 1400 | 21,3 |
| Bielski | 4084 | 880 | 21,5 |
| Cieszyński | 5290 | 1571 | 29,7 |
| Częstochowski | 6690 | 1661 | 24,8 |
| Gliwicki | 3105 | 898 | 28,9 |
| Kłobucki | 3897 | 1327 | 34,1 |
| Lubliniecki | 2612 | 893 | 34,2 |
| Mikołowski | 2217 | 645 | 29,1 |
| Myszkowski | 3666 | 1039 | 28,3 |
| Pszczyński | 2220 | 660 | 29,7 |
| Raciborski | 2711 | 892 | 32,9 |
| Rybnicki | 1770 | 599 | 33,8 |
| Tarnogórski | 4773 | 1396 | 29,2 |
| Bieruńsko-Lędziński | 964 | 282 | 29,3 |
| Wodzisławski | 4861 | 1703 | 35,0 |
| Zawierciański | 5733 | 1570 | 27,4 |
| Żywiecki | 5695 | 1556 | 27,3 |
| Bielsko-Biała | 4466 | 723 | 16,2 |
| Bytom | 8909 | 2073 | 23,3 |
| Chorzów | 3853 | 873 | 22,7 |
| Częstochowa | 9431 | 1654 | 17,5 |
| Dąbrowa Górnicza | 5275 | 1063 | 20,2 |
| Gliwice | 5730 | 1327 | 23,2 |
| Jastrzębie Zdrój | 2982 | 983 | 33,0 |
| Jaworzno | 2165 | 580 | 26,8 |
| Katowice | 8157 | 1753 | 21,5 |
| Mysłowice | 2200 | 543 | 24,7 |
| Piekary | 2060 | 529 | 25,7 |
| Ruda Śl. | 3098 | 1023 | 33,0 |
| Rybnik | 3811 | 1191 | 31,3 |
| Siemianowice Śl. | 2566 | 681 | 26,5 |
| Sosnowiec | 8269 | 1666 | 20,1 |
| Świętochłowice | 1485 | 386 | 26,0 |
| Tychy | 2414 | 485 | 20,1 |
| Zabrze | 5897 | 1546 | 26,2 |
| Żory | 1551 | 445 | 28,7 |
| Ogółem | 151168 | 38496 | 25,5 |

2. Opinia osób młodych oddalonych od rynku pracy na temat kierowanej do nich oferty aktywizacji zawodowej

na podstawie raportu końcowego z „Badania opinii osób w wieku poniżej 25 lat, które nie uczą się, nie pracują i nie są zarejestrowane jako osoby bezrobotne, na temat oferty aktywizacji zawodowej kierowanej do nich, ich wiedzy na temat tej oferty oraz oczekiwań, barier, potrzeb w tym zakresie” zrealizowanego w ramach projektu „Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim” (październik 2016)

W omawianym badaniu wzięło udział 30 pełnoletnich mieszkańców województwa śląskiego należących do grupy osób niepracujących, nieuczących się w systemie szkolnym i pozaszkolnym oraz niezarejestrowanych w urzędzie pracy. Respondenci zostali dobrani w sposób celowy.

Podczas doboru próby przyjęto założenie, że osoby jednej płci nie mogą stanowić mniej niż 10 uczestników badania. Ostatecznie przebadano 16 mężczyzn i 14 kobiet. Najmłodsza badana osoba miała 18 lat, najstarsza ukończyła 24 lata. Średnia wieku uczestników wyniosła 21 lat. Zdecydowana większość badanych mieszka w miastach.

Największa grupa badanych to absolwenci liceów ogólnokształcących (13 osób). W badaniu uczestniczyło ponadto 5 osób legitymujących się wykształceniem średnim technicznym, 5 osób posiadających wykształcenie gimnazjalne oraz 4 osoby, które ukończyły edukację na poziomie wyższym (psycholog biznesu, psycholog, kulturoznawca i absolwent wychowania fizycznego). Pozostali to absolwenci szkół policealnych i zasadniczej szkoły zawodowej (1 osoba). Wśród badanych zidentyfikowano kilka osób, które porzuciły edukację na etapie szkoły wyższej lub średniej. Przyczynami były chęć podjęcia pracy lub nabyte w trakcie nauki przekonanie, że obrany kierunek nie da perspektyw zarobkowania, zatem czas poświęcony na naukę to czas „stracony”.

Analiza wyników pozwoliła ustalić, że zdecydowana większość badanych posiada dodatkowe kwalifikacje lub kompetencje pozyskane dzięki udziałowi w kursach i szkoleniach. Wyłącznie 6 respondentów nie posiada żadnych dodatkowych kwalifikacji poza nabytymi w systemie edukacji. Dodatkowe kwalifikacje/kompetencje były na ogół pozyskiwane podczas nauki szkolnej. Wyniki badania potwierdzają, że szkoły (szczególnie techniczne i wyższe) umożliwiają uczniom i studentom poszerzenie swoich umiejętności w wybranych kierunkach.

Głównym źródłem utrzymania większości badanych są pieniądze otrzymywane od najbliższej rodziny, szczególnie rodziców i dziadków. Osoby, które mieszkają z rodzicami na ogół pozostają na ich utrzymaniu, część z nich otrzymuje również kieszonkowe w wysokości najczęściej około 300 złotych miesięcznie. Jeśli zaś zdobywają dodatkowe dochody z nierejestrowanej okazjonalnej pracy, to przeznaczają je na własne drobne wydatki. Ta grupa respondentów swój status materialny ocenia najlepiej. Zdecydowanie gorsze oceny pochodzą od osób, które nie mieszkają już z rodzicami, choć często nadal korzystają z ich pomocy. Co trzeci badany co jakiś czas podejmuje prace dorywcze. Są to zwykle kilkudniowe zadania polegające na odpłatnej pomocy, np. przy sprzątnięciu, opiece nad dziećmi lub drobnych pracach fizycznych. Kilka osób ma dodatkowe źródła utrzymania w postaci oszczędności,

rent, zasiłków i alimentów. Jedna regularnie zaciąga pożyczki. Wśród respondentów dominuje pragnienie usamodzielnienia się. Powszechna jest deklaracja chęci zerwania z pomocą rodziny, jeśli tylko uda się zdobyć inne źródło utrzymania.

Zaledwie kilku badanych nigdy i nigdzie nie pracowało na podstawie umowy. Zdecydowana większość badanych ma rozmaite doświadczenia zawodowe i może pochwalić się pracą w kilku miejscach. Okresy zatrudnienia na ogół trwały nieprzerwanie około 3 miesiące, rzadziej 6, 12 i więcej miesięcy. W grupie badanych powszechne było łączenie pracy z edukacją. Jeśli zaś te dwie sfery aktywności kolidowały ze sobą, osoby o potencjalnie wyższych aspiracjach (nastawione na studia wyższe) wybierały edukację, natomiast respondenci z wykształceniem średnim i niższym decydowali się na porzucenie planów edukacyjnych na rzecz pracy.

Badanych cechuje dość swobodna postawa względem pracy. Często zmieniają miejsce pracy, nie wahają się pracować „na czarno”, rezygnują z posady po krótkim okresie ze względu na nieodpowiednią atmosferę w miejscu pracy, obserwowaną nierzetelność pracodawców, czy ciężkie warunki pracy. Podejmowane zatrudnienie na ogół nie miało wiele wspólnego z wyuczonym zawodem, jeśli dana osoba taki posiadała. Kobiety najczęściej podejmowały pracę w sklepach odzieżowych, zajmowały się inwentaryzacją, pracowały jako hostessy i opiekunki dziecięce. Częściej niż mężczyźni decydowały się również na wolontariat oraz pomagały w rodzinnym biznesie. Mężczyźni wyjeżdżali często do pracy za granicę, najczęściej do Niemiec i Holandii. Ci, którzy wybierali pracę w Polsce, podejmowali ją w charakterze magazynierów, pracowników budowlanych, handlowców, pracowników biurowych, ochroniarzy, kelnerów oraz pracowników branży rolniczej i produkcyjnej. Jeśli zatrudnienie podejmowane było na podstawie umowy o pracę, stawka zazwyczaj nie przekraczała 1800 złotych netto. W przypadku umów cywilnoprawnych badani mogli liczyć na wynagrodzenie w granicach 6 - 10 złotych za godzinę.

Większość badanych pracę zdobywała dzięki kontaktom ze znajomymi/członkami rodziny. Rzadziej zatrudnienie pozyskiwano za pośrednictwem Internetu lub agencji pośrednictwa pracy. Studenci korzystali z oferty uczelnianych biur karier. Tylko dwie osoby znalazły zatrudnienie za pośrednictwem publicznych służb zatrudnienia, z czego tylko jedna osoba uzyskaną w ten sposób pracę uznała za atrakcyjną.

W przypadku kilku osób wskazano na barierę związaną z otrzymywaniem świadczeń społecznych zależnych od wysokości dochodu. Osoby z tej grupy nie ukrywają, że stosują zabiegi mające na celu zatajenie zarobków i preferują pracę bez jakiejkolwiek umowy.

Duża grupa badanych, bo aż 24 osoby spośród 30, aktywnie poszukuje pracy. Najczęściej szukają ofert pracy w Internecie (głównie portale: OLX, Gumtree, Pracuj.pl), dokonują ich selekcji, rosyłają CV i oczekują na odpowiedź. Takie poszukiwania bardzo rzadko skutkują przejściem do drugiego etapu rekrutacji polegającego na bezpośrednim spotkaniu z pracodawcą. Dlatego respondenci oceniają, że najskuteczniejsze są poszukiwania pracy za pośrednictwem znajomych. W badanej grupie zdecydowanie niepopularne jest poszukiwanie zatrudnienia z pomocą instytucji pośredniczących, jak prywatne agencje zatrudnienia i powiatowe urzędy pracy. Tylko pojedyncze osoby poszukiwały pracy w ten sposób w przeszłości lub obecnie.

Ze wsparcia instytucji rynku pracy korzystała mniejsza część badanych. Najczęściej były to działania związane z pośrednictwem pracy (w przypadku kilku osób także zagranicznym). Rzadziej respondenci korzystali z oferty szkoleń lub kursów oraz oferty dotyczącej rozwoju kompetencji miękkich. Beneficjenci wsparcia instytucjonalnego jako instytucje świadczące pomoc wskazywali powiatowe urzędy pracy, ochotnicze hufce pracy i prywatne agencje zatrudnienia. Ponadto, absolwenci uczelni deklarowali, że stykali się z ofertą biur karier. Wśród respondentów znalazły się osoby zadowolone, jak również takie, które po pierwszym kontakcie ze wsparciem instytucjonalnym, porzuciły definitywnie ten sposób poszukiwania pracy. Na podstawie opinii badanych żadnej z wymienionych wyżej instytucji nie można wystawić jednoznacznej oceny. Przypomnijmy jednak, że cały czas mowa tutaj o opiniach pochodzących od mniejszej części badanych, to znaczy tych osób, które korzystały ze wsparcia instytucjonalnego. Na podstawie odpowiedzi rozmówców, którzy ze wsparcia instytucji nie skorzystali, można wnioskować o braku świadomości oferowanego wsparcia. Respondenci z tej grupy często nie znali instytucji rynku pracy, nie wiedzieli nic o dostępnych formach wsparcia i – co więcej – nie odczuwali potrzeby pozyskania takiej wiedzy. Można odczuć nieufność części respondentów względem wszelkich instytucji. Widoczne jest przekonanie o niskiej jakości wsparcia, które np. urzędy pracy dostosowują – zdaniem badanych – raczej do potrzeb osób ze starszych grup wiekowych.

Własne możliwości na rynku pracy oceniane były przez respondentów różnie w zależności od wykształcenia. Absolwenci gimnazjów oraz szkół średnich zazwyczaj określali swoje szanse na rynku pracy jako niskie, a wśród powodów takiej sytuacji wskazywany był właśnie brak odpowiedniego wykształcenia. Osoby z wykształceniem wyższym oceniały szanse na znalezienie pracy dobrze lub bardzo dobrze. Głównym problemem, który zdaniem wielu respondentów zmniejszał ich możliwości na rynku pracy, był brak doświadczenia zawodowego.

Zdaniem respondentów podstawowe znaczenie dla zdobycia pracy ma zaangażowanie i determinacja. Aby znaleźć zatrudnienie, trzeba wysyłać wiele CV, bezpośrednio kontaktować się z pracodawcami i przeglądać najnowsze oferty. Osoba poszukująca pracy musi sama wykazywać inicjatywę, a także wypytywać członków rodziny i znajomych. Respondenci długo i nieskutecznie poszukiwali pracy, a mimo to konsekwentnie nie sprawdzali informacji o wsparciu oferowanym przez instytucje, w tym powiatowy urząd pracy.

Zestaw rekomendacji dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim

Rekomendacja I

Rekomendacje dla instytucji rynku pracy w zakresie sposobu dotarcia do jak największej liczby osób młodych na rynku pracy, w tym z grupy NEET, uwzględniającego najefektywniejsze sposoby rekrutacji oraz najsukuteczniejsze metody wsparcia aktywizacyjnego

Rekomendacja 1.1

Rekomendacje dla instytucji rynku pracy w zakresie sposobu dotarcia do jak największej liczby osób młodych na rynku pracy, w tym z grupy NEET, uwzględniającego najefektywniejsze sposoby rekrutacji

Czyli jak skutecznie docierać do osób młodych, w tym z grupy NEET:

- jak przygotować informację;
- jak ją przekazać;
- jak sprawdzić, czy informacja została zrozumiana;
- jak odnaleźć osoby z grupy NEET w ich środowisku;
- z kim współpracować, by zyskać zaufanie lokalnej młodzieży;
- jak sprawić, by młodym ludziom chciało się chcieć, czyli o budowaniu motywacji od podstaw;
- jak przekonać do poznania oferty instytucji rynku pracy.

Rekomendacja 1.1.1

Zalecamy formułowanie informacji kierowanej do osób młodych w taki sposób, żeby przekazywane treści były dla odbiorcy ciekawe, łatwe w zrozumieniu i wiarygodne.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma kluczowe znaczenie zarówno dla dotarcia do osób młodych jak i dla zwiększenia skuteczności oferowanego im wsparcia. Dlatego zostało ponownie wskazane w rekomendacji R.1.2.7

Osoby młode, które obecnie funkcjonują na rynku pracy bądź w krótkim czasie powinny się na nim znaleźć, to przedstawiciele tzw. pokolenia Y. Przyjmuje się, że to osoby urodzone między 1980 a 2000 rokiem, które jako pierwsze pokolenie praktycznie „od zawsze” żyje w wolnorynkowej, cyfrowej globalnej wiosce. Różni się znacząco od swoich poprzedników stylem życia, sposobem doświadczania świata, a także – komunikowania się. Symbolicznym komunikatem tej generacji jest SMS – krótka wiadomość tekstowa. Przejście na taki rodzaj komunikacji oznacza maksymalne skupienie na treści przy jednoczesnym nieprzywiązywaniu wagi do formy, która niepotrzebnie rozbudowuje i rozwleka komunikat.

Trzeba zauważyć, że sposób, w jaki instytucje rynku pracy formułują komunikaty o swoich działaniach, może stanowić bardzo istotną barierę dla osób młodych. Mają one bowiem poważne trudności z przyswajaniem tekstu drukowanego, linearnego, długiego (mającego więcej niż kilka linijek), pozbawionego obrazków i grafik, szczegółowego. A taka właśnie jest standardowa forma urzędowych tekstów informacyjnych. Do większości osób młodych nie przemówią nie tylko artykuły informacyjne w gazetach, broszury zapisane maczkiem czy papierowe informatory, ale również zredagowane w ten sam sposób informacje na stronach internetowych. Osoba młoda wchodząca na stronę internetową instytucji rynku pracy ma, owszem, teoretyczny dostęp do wszystkich informacji potrzebnych do skorzystania z usług tej instytucji, ale ich forma stanowi barierę nie do przejścia. Na prawie każdej kolejnej podstronie pojawiają się linijki ciągłego, długiego tekstu. A jeśli nawet tekst ma formę bardziej przystępną, to na przeszkodzie w zrozumieniu staje język. Zawiera on utrudnienia na wielu poziomach. Dzieje się tak dlatego, że autorzy tekstów informacyjnych czy też bezpośrednich komunikatów do klientów kopiują do nich styl urzędowo-kancelaryjny, którym pisane są dokumenty i wytyczne. Teksty pisane takim stylem pełne są trudnych terminów, cytatów, przywołań, przypisów (np. odsyłających do dzienników ustaw lub komentarzy prawnych), skrótów, danych liczbowych. Składają się ze zdań wielokrotnie złożonych, zawierają zwroty bezosobowe oraz skomplikowane konstrukcje językowe. Często dochodzą do tego jeszcze błędy językowe. To

wszystko sprawia, że komunikaty instytucji rynku pracy często są niezrozumiałe dla odbiorców. Jednak o ile przedstawiciele poprzednich pokoleń starali się pochylić nad nimi i cierpliwie przebrnąć przez przeszkody, bo uważali, że „urząd ma swoje prawa”, to osoby młode nie poświęcą nawet chwili, by przebić się przez warstwę formy i języka w poszukiwaniu treści.

Instytucje rynku pracy powinny formułować komunikaty tak, by były przystępne dla osób młodych. Zalecamy wprowadzenie do praktyki trzech podstawowych zasad. Piszmy: z myślą o odbiorcy, przejrzystość i prostym językiem.

1. Piszmy z myślą o odbiorcy

Piszząc tekst, musimy zdawać sobie sprawę z tego, do kogo go adresujemy. W naszym przypadku są to osoby młode, przedstawiciele pokolenia Y (krótko scharakteryzowanego powyżej). To one właśnie narzucają formę, jaką powinien przyjąć nasz komunikat. W jakich zabiegach może ujawnić się nasza empatia względem młodego odbiorcy?

- Piszmy w trybie „my”. Pozwala to nam przyjąć rolę przewodnika po tekście, zbliżyć się do odbiorcy i wyjaśniać problemy bez stwarzania dystansu instytucja - klient. Stosowanie trybu „my” pomaga również w kreowaniu wizerunku instytucji przyjaznej ludziom, np. *pomagamy osobom bezrobotnym i poszukującym pracy.*

- Piszmy per Ty. O ile zwracanie się w ten sposób do dojrzałych klientów może być trochę ryzykowne, to w przypadku osób młodych sprawdzi się doskonale. Zwracając się w ten sposób do czytelnika w ulotkach, instrukcjach czy materiałach promocyjnych, podkreślamy jego rolę, a także zmniejszamy dystans między nami – reprezentantami instytucji, a naszymi młodymi klientami. To ostatnie jest szczególnie istotne, ponieważ osoby młode nie uznają dystansu i stale dążą do jego skrócenia.

- Ograniczmy stosowanie form bezosobowych czasownika oraz konstrukcji w stronie biernej (np. *podpisano, wymaga się, należy złożyć, zostanie ogłoszony*). Zamieniając takie formy na osobowe, możemy ożywić nasze komunikaty, a także ułatwić młodemu odbiorcy zrozumienie, kto robił/robi/zrobi co.

2. Piszmy przejrzystość

Zanim jednak młody odbiorca pozwoli się przekonać, że informacja jest kierowana do niego, to na pierwszy rzut oka oceni stronę wizualną komunikatu. Jeśli zobaczy ścianę tekstu, zniechęci się. Przejrzystość możemy osiągnąć w kilku krokach.

- Stosujmy segmentację tekstu. Nawet jeśli tekst jest ciągły, to należy w nim wyodrębnić akapity oraz oddzielić poszczególne części za pomocą śródtytułów i podtytułów.

- Pamiętajmy, że linearne wyliczenia warto zastąpić punktami lub numerowaniem. Ta forma sama narzuca nam dodatkowe uporządkowanie tekstu.
- Nie bójmy się stosować podkreśleń i pogrubień najważniejszych informacji.
- Uszczegółowienia i informacje dodatkowe umieśćmy w odnośnikach i linkach (jeśli tekst jest elektroniczny). Hipertekstowość nie powoduje u osoby młodej zagubienia, wręcz przeciwnie – czyni dla niej tekst uporządkowanym.
- Używajmy obrazków i przedstawiajmy treści za pomocą infografik. Informacje podane w ten sposób są o wiele lepiej przyswajane i zapamiętywane. Infografika sprzyja przyciągnięciu uwagi młodego odbiorcy, bo skupia się na przedstawieniu wyłącznie najważniejszych informacji w atrakcyjnej formie.

3. Piszmy zrozumiałym językiem

Jeśli wygląd komunikatu zachęci młodą osobę do zgłębienia jego treści, musimy zadbać o to, żeby ta treść była zrozumiała. Oto 4 podstawowe zalecenia podpowiadające, jak to osiągnąć.

- Unikajmy skomplikowanego, zwłaszcza specjalistycznego słownictwa. Szczególny rodzaj terminologii pojawia się w informacjach związanych z projektami współfinansowanymi z Funduszy Europejskich. Jest to nowy element rzeczywistości językowej, który zadomowił się w polszczyźnie urzędowej na początku XXI wieku i wprowadził do niej szereg pojęć o specyficznym znaczeniu, np. projekt, program, priorytet, beneficjent, ewaluacja, grupa docelowa, wsparcie, wskaźniki, wniosek, operacyjny itd. Nieprawdą jest, że skoro są to wyrazy nazywające rzeczy w pewnym sensie nowe, to nie ma dla nich alternatywy. Język „projektowy” jest hermetyczny i niezrozumiały dla zwykłych odbiorców. Nawet dla osób młodych, które większość życia spędziły w UE i o „dotacjach” słyszały od najmłodszych lat. Starajmy się zatem podchodzić krytycznie do słów-kluczy, które jako pierwsze przychodzą nam do głowy, gdy piszemy informację o nowym projekcie albo gdy opisujemy działalność swojej instytucji. Często nie są to słowa powszechnie zrozumiałe.

- Stosujmy krótkie zdania. Zamiast zdań wielokrotnie złożonych budujmy zdania pojedyncze lub co najwyżej jednokrotnie złożone. Po prostu częściej stawiajmy kropkę. Unikajmy również nawiasów i innego rodzaju wtrąceń i dopowiedzeń.

- Unikajmy rozbudowanych formuł językowych. Bogate konstrukcje to domena stylów oficjalnego i urzędowego, w których zawsze zwracamy się z prośbą zamiast prosić. Jednak stosowanie tego typu wyrażen w informacjach dla młodych odbiorców jest nieuzasadnione.

Czynią one tekst sztucznym i rozwlekłym. Wiele rzeczy można powiedzieć prościej niż to się początkowo wydaje. Zamiast *złożyć zapytanie* – *zapytać*, zamiast *współdziałać w zakresie wymiany informacji* – *wymieniać informacje*, zamiast *zaplanować działania na rynku pracy w celu znalezienia odpowiedniej pracy* – *zaplanować poszukiwanie pracy*.

- Używajmy większej liczby czasowników niż rzeczowników. Czasowniki sprawiają, że teksty przestają być statyczne i zaczynają żyć. Opowiadajmy zamiast opisywać. Budujmy krótkie zdania zamiast długich wielopiętrowych, bo im więcej jest zdań, tym więcej czasowników. Zamieniamy rzeczowniki odczasownikowe (np. złożenie, udzielanie, akceptacja) w czasowniki.

Wszystkie powyższe zalecenia względem formy i języka tekstów, za pomocą których instytucje rynku pracy chcą dotrzeć do osób młodych, można podsumować następująco:

Dbajmy o to, by teksty były atrakcyjne wizualnie i używajmy form powszechnie akceptowanych w zwykłej, codziennej komunikacji.

Przykłady dostosowania oryginalnych tekstów ze stron internetowych IRP:

PRZYKŁAD 1

Treść przed zmianą

Zadania pośrednictwa pracy polegają na:

- udzielaniu pomocy bezrobotnym i poszukującym pracy w uzyskaniu odpowiedniego zatrudnienia oraz pracodawcom w pozyskaniu pracowników o poszukiwanych kwalifikacjach zawodowych,
- pozyskaniu ofert pracy,
- udzielaniu pracodawcom informacji o kandydatach do pracy, w związku ze zgłoszoną ofertą pracy,
- informowaniu bezrobotnych i poszukujących pracy oraz pracodawców o aktualnej sytuacji i przewidywanych zmianach na lokalnym rynku pracy,
- inicjowaniu i organizowaniu kontaktów bezrobotnych i poszukujących pracy z pracodawcami,
- współdziałaniu powiatowych urzędów pracy w zakresie wymiany informacji o możliwościach uzyskania zatrudnienia i szkolenia na terenie ich działania,
- informowaniu bezrobotnych o przysługujących im prawach i obowiązkach.

Treść po zmianie

W ramach pośrednictwa pracy:

- pomagamy bezrobotnym i poszukującym pracy znaleźć odpowiednie zatrudnienie,
- pomagamy pracodawcom znaleźć pracowników o poszukiwanych kwalifikacjach zawodowych,
- gromadzimy oferty pracy,
- informujemy pracodawców o kandydatach, którzy zgłosili się w odpowiedzi na ich oferty pracy,
- informujemy bezrobotnych, poszukujących pracy oraz pracodawców o aktualnej sytuacji na lokalnym rynku pracy i przewidywanych zmianach,
- umożliwiamy kontakt bezrobotnych i poszukujących pracy z pracodawcami,
- informujemy o możliwościach uzyskania zatrudnienia i szkolenia na terenie innych powiatów,
- informujemy bezrobotnych o przysługujących im prawach i obowiązkach.

PRZYKŁAD 2

Treść przed zmianą

Eures Polska – sieć europejskich ofert pracy

- Sieć współpracy Publicznych Służb Zatrudnienia (urzędów pracy) oraz innych organizacji regionalnych, krajowych i międzynarodowych, działających w obszarze zatrudnienia (takich jak związki zawodowe, organizacje pracodawców, władze lokalne i regionalne), której celem jest ułatwienie praktycznej realizacji swobody przepływu pracowników i wspieranie mobilności na poziomie międzynarodowym.

- Do głównych zadań sieci EURES należy: udzielanie pomocy osobom poszukującym pracy w uzyskaniu odpowiedniego zatrudnienia, pracodawcom w znalezieniu pracowników oraz organizowanie kontaktów bezrobotnych, poszukujących pracy z pracodawcami.

- W ramach sieci EURES dostępne są informacje i oferty pracy z wszystkich krajów UE/EOG. Usługi EURES są bezpłatne.

Treść po zmianie

EURES to sieć współpracy pomiędzy urzędami pracy oraz innymi organizacjami regionalnymi, krajowymi i międzynarodowymi zajmującymi się zatrudnieniem. Jest celem jest ułatwienie swobodnego przepływu pracowników między krajami Unii Europejskiej.

Czym zajmuje się EURES?

- Pomagamy osobom poszukującym pracy znaleźć odpowiednie zatrudnienie w UE.
- Pomagamy pracodawcom znaleźć pracowników w UE.
- Umożliwiamy kontakt bezrobotnych i poszukujących pracy z pracodawcami.

W ramach sieci EURES udostępniamy informacje i oferty pracy z wszystkich krajów UE oraz Islandii, Norwegii i Lichtensteinu. Usługi sieci EURES są bezpłatne.

PRZYKŁAD 3

Treść przed zmianą

INDYWIDUALNA PORADA ZAWODOWA

Porada indywidualna polega na bezpośrednim kontakcie doradcy zawodowego z osobą zgłaszającą potrzebę pomocy w celu ustalenia możliwości rozwiązania jej problemu zawodowego.

Wspólnie z doradcą zawodowym możesz:

- ustalić obszar poszukiwanego zatrudnienia i możliwości podjęcia pracy na lokalnym rynku pracy zgodnie z wymogami stawianymi przez potencjalnych pracodawców
- określić predyspozycje, zainteresowania, kompetencje zawodowe w oparciu o Kwestionariusz Zainteresowań Zawodowych (KZZ), który został opracowany na zlecenie Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej na potrzeby poradnictwa zawodowego świadczonego w urzędach pracy
- wybrać kierunek szkolenia zawodowego lub kursu, który ułatwi Ci zmianę kwalifikacji zawodowych lub podjęcie pracy
- ustalić zasadność przeprowadzenia specjalistycznych badań lekarskich lub psychologicznych niezbędnych w przypadku podjęcia szkolenia zawodowego lub pracy
- zaplanować działania na rynku pracy w celu znalezienia odpowiedniej pracy przy pomocy Indywidualnego Planu Działania (IPD)
- określić ścieżkę rozwoju zawodowego zgodnie z aktualną tendencją na rynku pracy

Treść po zmianie

INDYWIDUALNA PORADA ZAWODOWA

Nie wiesz, czym chciałbyś się zajmować zawodowo? Nie możesz znaleźć pracy? Zapraszamy na indywidualne spotkania z doradcą, który pomoże Ci rozwiązać Twoje zawodowe problemy.

Wspólnie z doradcą zawodowym możesz:

- ustalić, w jakiej dziedzinie chciałbyś szukać pracy oraz jak ją znaleźć na lokalnym rynku pracy,
- określić swoje predyspozycje, zainteresowania i kompetencje zawodowe na podstawie Kwestionariusza Zainteresowań Zawodowych (KZZ),
- wybrać kierunek szkolenia zawodowego lub kurs, który ułatwi Ci zmianę kwalifikacji zawodowych albo podjęcie pracy,
- ustalić, czy do udziału w szkoleniu zawodowym lub dla podjęcia pracy potrzebujesz zrobić specjalne badania lekarskie lub psychologiczne,
- zaplanować poszukiwania pracy z pomocą Indywidualnego Planu Działania (IPD),
- zaplanować swój rozwój zawodowy zgodnie z aktualnymi kierunkami zmian na rynku pracy.

Komunikaty przekazywane ustnie

Komunikacja między instytucjami rynku pracy a młodymi klientami nie ogranicza się jedynie do informacji pisanej. Celem wielu komunikatów tekstowych jest to, by młoda osoba, po przeczytaniu informacji, na przykład na stronie internetowej, nawiązała bezpośredni kontakt z instytucją. Jeśli młody człowiek zadzwoni do danej instytucji z pytaniem albo odwiedzi ją osobiście, np. żeby spotkać się z doradcą, dojdzie wówczas do bezpośredniej rozmowy między nim a pracownikiem. Jak postępować, by rozmowa ta była skuteczna, czyli aby obie strony porozumiały się i wymieniły między sobą potrzebne informacje? A w konsekwencji – by osoba młoda potrafiła wybrać odpowiednie dla siebie usługi i skorzystać z nich?

Po pierwsze, podobnie jak w komunikacji pisanej, używajmy jasnego, prostego i rzeczowego języka, dostosowanego poziomem trudności do odbiorcy. Wiele pojęć, za pomocą których pracownik instytucji będzie przedstawiał ofertę, może być młodej osobie nieznanymi. Podobnie skomplikowane mogą być dla niej procedury, które będzie musiała wypełnić, jeśli zdecyduje się na skorzystanie z usług danej instytucji. Dlatego powinniśmy skupić się na zapoznaniu młodego klienta z nieznanym mu obszarem usług w sposób przyjazny, a nie bombardować go formalnymi i profesjonalnymi określeniami i wytycznymi.

Po drugie, dbajmy o wzajemne zrozumienie. Powinno nam zależeć nie tylko na samym przekazaniu informacji klientowi. Naszym celem jest, by osoba, z którą rozmawiamy, zrozumiała nasze komunikaty i wiedziała, co z uzyskanymi wiadomościami dalej zrobić. Stąd podczas rozmowy należy stale upewniać się, czy wszystko, co mówimy, jest zrozumiałe dla młodego człowieka. Warto zachęcać go do zadawania pytań i prosić, żeby powiedział, jak rozumie kluczowe kwestie, które mu przedstawiliśmy – powtarzanie przez niego treści informacji pomaga sprawdzić, czy dobrze je rozumie. Działa to także w drugą stronę. Nie tylko mamy sprawdzać, czy młody klient rozumie nas, ale także – czy my właściwie rozumiemy jego. Pamiętajmy, że może on wyrażać się ogólnie i nieprecyzyjnie, ponieważ nie zna wystarczająco dobrze zagadnień, którymi zajmuje się dana instytucja. Zatem słuchajmy aktywnie i upewniamy się, czy właściwie rozumiemy pytania młodego człowieka oraz czy nasza odpowiedź go satysfakcjonuje.

Pamiętajmy, że wśród osób młodych korzystających z usług instytucji rynku pracy znajdują się również takie, których kompetencje komunikacyjne są szczególnie słabo rozwinięte – mogą być to osoby z niskim poziomem wykształcenia lub osoby z niepełnosprawnością intelektualną. W rozmowie z nimi powinniśmy szczególnie sumiennie stosować opisane wyżej zalecenia.

Szczególna grupa odbiorców informacji – osoby niepełnosprawne

Nie powinniśmy zapominać, że wśród osób młodych (a także wśród wszystkich innych grup klientów), do których instytucje rynku pracy chcą dotrzeć z informacją o swojej działalności, znajduje się szczególna grupa odbiorców – osoby niepełnosprawne. Informacje dla nich muszą być przygotowane z wyjątkową uwagą. Do niektórych z nich musimy się także specjalnie dostosować w komunikacji bezpośredniej.

Dla osób niepełnosprawnych intelektualnie stwórzmy informatory zgodnie ze standardami przygotowania tekstu łatwego do czytania i zrozumienia (zob. *Informacja dla wszystkich*, <https://www.power.gov.pl/media/13597/informacja-dla-wszystkich.pdf>). Poza tym, przy prowadzeniu z nimi rozmowy tym bardziej pamiętajmy o przedstawionych powyżej zaleceniach na temat skutecznej komunikacji mówionej.

Pod względem językowym, specjalną grupą wśród osób niepełnosprawnych są osoby głuche i głuchonieme. Dla nich język polski jest językiem obcym, a ich pierwszy język to język migowy. Warto podkreślić, że jest on, podobnie jak język polski, językiem urzędowym. Stąd każdy urząd zobowiązany jest do zapewnienia dostępu do tłumacza języka migowego (w mniejszych urzędach, które nie zatrudniają takiej osoby na stałe, należy zgłosić zapotrzebowanie na tłumacza z trzydniowym wyprzedzeniem). Inne instytucje rynku pracy nie mają takiego obowiązku. Niezależnie od tego, pamiętajmy, że czytanie tekstów urzędowych może sprawiać poważną trudność osobom głuchym i głuchoniemym, ponieważ gramatyka polskiego języka migowego jest zupełnie inna niż gramatyka języka polskiego. Także tłumaczenie takich

tekstów przez tłumacza języka migowego stwarza często problemy. Dlatego należy zwrócić szczególną uwagę, by komunikaty urzędu były zrozumiałe i precyzyjne. Styl, w jakim są sformułowane, nie może stanowić bariery. Instytucje rynku pracy powinny zapewniać dostęp do informacji sformułowanych w tzw. prostym języku polskim albo wręcz we wspomnianej już odmianie języka łatwego do czytania. Co bardzo istotne, grup osób, dla których powinno się przygotowywać informacje w wymienionych odmianach języka, jest więcej. Są to również osoby z nadpobudliwością, dysleksją, autyzmem, depresją, urazami neurologicznymi oraz chorobami innego rodzaju. Z informacjami o prostej polszczyźnie można się zapoznać na stronie internetowej Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego - <http://www.ppp.uni.wroc.pl>.

Jeśli chodzi o osoby z innymi niepełnosprawnościami, to w przypadku osób niewidomych zwróćmy uwagę na to, że forma pliku z informacją musi być możliwa do odczytu dla programu komputerowego, z którego korzystają takie osoby. Nie może być to więc np. skan czy PDF w postaci zdjęcia. Pamiętajmy również, że informacja dla osób na wózkach (np. znajdująca się na tablicach informacyjnych) musi być umieszczona na odpowiedniej wysokości. Warto również przygotować trochę informacji w druku powiększonym z myślą o osobach niedowidzących.

Osobną kwestią jest przygotowanie stron internetowych zgodnie ze standardem WCAG 2.0, który określa zasady tworzenia stron WWW dostępnych dla jak największej liczby użytkowników. Urzędy mają obowiązek dostosować strony do tego standardu, dlatego zalecenie zaadaptowania stron WWW w celu jak największej dostępności dotyczy przede wszystkim pozostałych instytucji rynku pracy. Szczegółowe informacje na ten temat można znaleźć na stronie <http://wcag20.widzialni.org/index.php>.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) Sukces jej wdrożenia uzależniony jest od skali podjętych działań (zmiana sposobu formułowania małej części informacji nie przyniesie spodziewanych skutków).
- c) Warunkiem powodzenia jest systematyczność i powtarzalność działań ukierunkowanych na tworzenie informacji dedykowanej młodemu klientowi IRP.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy informacja będzie zrozumiała dla młodych ludzi, to zainteresują się jej treścią;
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Liczba pracowników IRP przeszkolonych z zasad komunikacji ustnej z klientem młodym – 200 osób.
- c) Poprawa oceny pracy PUP – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów PUP).

Terminy:

Prace nad przygotowaniem poprawnego komunikatu można wdrożyć bezpośrednio po zapoznaniu się z treścią rekomendacji. Wdrożenie zasad komunikacji ustnej wymaga przeprowadzenia szkoleń (w skali województwa szkolenia mogą zostać zorganizowane dla wyznaczonych pracowników instytucji rynku pracy w ciągu 4 miesięcy).

Koszty:

- a) Dostosowanie języka przekazu w nowych informacjach nie generuje żadnych kosztów dodatkowych. Można jednak wziąć pod uwagę koszt dodatkowego szkolenia z języka i redakcji informacji.
- b) Zmiana już udostępnionych informacji na stronach internetowych, wiąże się z ponownym poniesieniem kosztów wynagrodzenia osób, które takie informacje opracowują.
Szkolenia dla pracowników IRP – 10 grup szkoleniowych, koszt szkolenia jednej grupy 5 tys. zł.

Ryzyka:

- a) Brak akceptacji przez osoby młode tekstów, które rażą brakiem autentyzmu przez zbyt silne pójście w kierunku języka młodzieżowego zamiast języka potocznego i zrozumiałego.
- b) Konieczność opracowania kilku wersji informacji, które będą uwzględniać różnorodność klientów IRP.

Rekomendacja 1.1.2

Zalecamy przekazywanie informacji kierowanej do osób młodych z wykorzystaniem kanałów, z których najchętniej korzysta ta grupa klientów.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

Podstawowym źródłem informacji dla pokolenia Y jest Internet, po nim – telewizja. Radio i prasa mają dla młodych ludzi znaczenie marginalne. Stąd próby dotarcia do pokolenia Y za pomocą spotu w radiu albo artykułu w lokalnej gazecie z góry skazane są na niepowodzenie. Młodzi ludzie po prostu nie korzystają z tych kanałów informacyjnych, natomiast odsetek osób korzystających codziennie z Internetu wynosi aż 86%. Komunikaty i informacje wymieniane za pomocą Internetu mają możliwość spełnienia wszystkich preferencji generacji milenialsów:

- są **mobilne**, czyli dostępne w każdym miejscu i czasie na urządzeniu mobilnym – smartfonie albo tablecie;
- są **wizualne**, czyli zawierają obrazki i grafiki, są przekazane w formie infografiki albo nawet nagrania video;
- są **społecznościowe**, czyli umieszczone w mediach społecznościowych; pozwala to na ich ocenianie i komentowanie oraz śledzenie zainteresowania innych osób daną informacją;
- są **wymieniane w czasie rzeczywistym**, co oznacza, że najczęściej nie występuje element oczekiwania na odpowiedź albo reakcję.

W jaki sposób zatem rozpocząć nadawanie komunikatów spełniających choć część z wyżej wymienionych warunków? Możemy wykorzystać dwa podstawowe kanały: strona internetowa naszej instytucji oraz strona na portalu społecznościowym wraz ze wszystkimi dostępnymi jej funkcjami.

Zamieszczone poniżej informacje mogą być źródłem inspiracji dla wszystkich instytucji rynku pracy (w tym niepublicznych), które kierują swoje działania również do ludzi młodych.

1. Stwórzmy specjalną podstronę dla osób w wieku do 30 roku życia

A. Przyjazna strona powiatowego urzędu pracy

Każda instytucja rynku pracy jest reprezentowana w Internecie poprzez swoją stronę internetową. W województwie śląskim już około połowa stron prowadzonych przez powiatowe urzędy pracy jest oparta na bardzo nowoczesnym, przejrzystym i czytelnym szablonie. To

wzór, który stopniowo mają wprowadzić wszystkie urzędy. Dodatkowym jego plusem jest to, że strona jest przystosowana do przeglądania na urządzeniach mobilnych. Oczywiście treść prezentowana na tych stronach ma charakter formalny, podobnie jest z językiem, jakim jest opisana – to typowe i w pełni uzasadnione dla instytucji, jaką jest urząd.

Co zatem możemy zrobić, by osoba młoda, zachęcona nowoczesnym wyglądem strony, nie porzuciła jej zrażona urzędowymi komunikatami? I jak zachęcić ją do nawiązania bezpośredniego kontaktu?

- Przygotujmy specjalną podstronę dla osób w wieku 30-, na której przedstawimy najważniejsze wiadomości, rady, wskazówki i zaproszenia w języku i formie przyjaznej dla młodych klientów oraz umieścimy informacje o działaniach urzędu dedykowanych wyłącznie tej grupie odbiorców. Odnośnik do tej podstrony musi być wyraźnie widoczny na stronie głównej. Nowy układ strony internetowej wykorzystywany już przez część śląskich powiatowych urzędów pracy doskonale nadaje się do tego, by włączyć jeszcze jeden panel – Dla osób młodych albo Urząd dla osób młodych.
- Na podstronie dedykowanej osobom młodym zrobmy zakładkę FAQ, w której zamieszczane byłyby odpowiedzi napisane przystępnym językiem i dotyczące problemów zgłaszanych przez osoby młode.
- Rozważmy możliwość przygotowania specjalnej infolinii dla młodych klientów oraz formularza kontaktowego. To wzmocni wśród osób młodych przekonanie, że oferta powiatowego urzędu pracy jest kierowana również do nich, a ich problemy są przez urząd dostrzegane.
- Zorganizujmy czat do bezpośredniej komunikacji. Czat pozwoli młodej osobie prowadzić szybką, konkretną rozmowę w czasie rzeczywistym z dowolnego miejsca pobytu, a zarazem uniknąć oczekiwania na połączenie albo wyznaczone spotkanie. Oczywiście, żeby komunikacja za pomocą czatu była skuteczna, po stronie urzędu musi znajdować się ktoś, kto rzeczywiście będzie dostępny w sposób ciągły oraz będzie otwarty na bezpośredni i przyjazny kontakt z młodym klientem.

B. Przyjazna strona internetowa OHP

Trochę inaczej wygląda sytuacja ze stroną internetową Śląskiej Wojewódzkiej Komendy OHP. Strona ta nie ma nowoczesnego wyglądu i układu treści, jest jednak przejrzysta i przystosowana do oglądania na urządzeniu mobilnym, co stanowi ważny ułkon w stronę młodych odbiorców. Ma jednak jedną zasadniczą wadę – na całej stronie internetowej instytucji, której działalność skierowana jest do młodzieży, jest tylko jedno miejsce, w którym autor treści zwraca się bezpośrednio do młodej osoby. Jest to podstrona Eurodesku – systemu informacji europejskiej dla młodzieży. W innych miejscach treść jest prezentowana bezosobowo, często wręcz urzędowo.

Zakresy działania wszystkich jednostek są sucho opisane bez wskazania konkretnego sposobu, w jaki mogą z ich działalności skorzystać młodzi ludzie oraz korzyści, jakie mogą dzięki temu osiągnąć. Możliwości kontaktu są standardowe – telefoniczny albo mailowy na ogólny adres komendy. A przecież, w przeciwieństwie do powiatowych urzędów pracy, OHP całą swoją ofertę kierują do osób młodych.

- Dostosujmy całą stronę internetową do oczekiwań młodych odbiorców. Warto skorzystać z nowoczesnego szablonu strony, tak by samym swoim wyglądem zachęcała do zatrzymania się na niej i przeglądania treści. Formułujmy informacje na stronie tak, by było jasne, że są skierowane bezpośrednio do osoby młodej. Młody człowiek, który wejdzie na stronę Śląskiej Wojewódzkiej Komendy OHP, musi wiedzieć, że trafia na przekaz do niego, a nie o nim. W tej chwili mamy do czynienia z tą drugą sytuacją.
- Zadbajmy, podobnie jak w przypadku powiatowych urzędów pracy, by młody człowiek miał ułatwione nawiązywanie bezpośredniego kontaktu. Najlepiej poprzez uruchomienie interaktywnego kanału, jakim jest czat, a także poprzez wyeksponowanie informacji o infolinii dla osób młodych działającej w ramach Europejskiego Centrum Aktywizacji Młodzieży, a także w ogóle o całej platformie ECAM [patrz: *Dobra praktyka*].

C. Przyjazna strona Wojewódzkiego Urzędu Pracy

Strona Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach to nowoczesny projekt oraz przemyślany wygląd, który w zamiarze ma ułatwić klientom korzystanie z informacji. Jednak można natknąć się na mankamenty, które utrudniają dotarcie do informacji, a tym samym mogą zniechęcać osoby zainteresowane.

Dojście do strony „Gwarancje dla młodzieży” możliwe jest przez rozwinięcie zakładki „dla bezrobotnych i poszukujących pracy” lub „Urząd” i wybranie „Gwarancje dla młodzieży”. Jednak i to nie jest łatwe.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że hasło „Gwarancje dla młodzieży” nie funkcjonuje w języku potocznym i ktoś, kto ma np. 28 lat i szuka stażu nie musi mieć świadomości, że szuka „Gwarancji dla młodzieży”.

1. Jeśli młody człowiek szukający np. informacji o możliwości skorzystania z wybranego szkolenia zdecyduje się szukać jej poprzez rozwinięcie zakładki „Urząd”, to w grupie informacji o kierownictwie, wydziałach itp. znajdzie też taką, która jest zatytułowana „Gwarancje dla młodzieży”. Jednak najechanie kursorem na nią powoduje pojawienie się podpowiedzi „Dział zawiera programy aktywizacyjne i projekty realizowane przez urząd”. Wybranie tej opcji powoduje przekierowanie na stronę programu Gwarancje dla młodzieży.

2. Jeśli jednak ten sam młody człowiek zdecyduje się skorzystać z rozwijanej listy pojawiającej się przy zakładce „dla bezrobotnych i poszukujących pracy”, to znajdzie Gwarancje

dla młodzieży, zostanie przekierowany na stronę pośrednią, a dopiero potem na właściwą stronę programu. Trudno zrozumieć, po co jest ta strona pośrednia.

3. Jeszcze bardziej skomplikowane dojście do strony Gwarancji dla młodzieży prowadzi poprzez otwarcie podstrony „Dla bezrobotnych i poszukujących pracy”. Program jest na tej podstronie widoczny dopiero po rozwinięciu zakładki „ABC bezrobotnego i poszukującego pracy”.

Jednak dojście na stronę programu Gwarancje dla młodzieży nie kończy poszukiwania informacji o możliwości skorzystania ze szkolenia lub stażu.

„Formy wsparcia osób młodych” czyli katalog działań podejmowanych na rzecz młodych osób do 30 roku życia znajduje się w zakładce „Praca” w dziale „Gwarancje dla młodzieży”. W treści artykułów z katalogu „Formy wsparcia osób młodych” niektóre opcje pomocy są niedokładnie opisane, z niektórych wcale nie wynika, że są to działania dedykowane młodym. Różny jest też język stosowany w opisach, pojawia się zarówno forma bezosobowa, jak też zwracanie się do czytelnika „na ty”.

Stwórzmy osobną podstronę dla młodzieży widoczną na stronie głównej Urzędu i czytelnie wskaźmy, do kogo jest kierowana informacja, np. Dla osób młodych. Sformułowanie „Gwarancje dla młodzieży” nie weszło jeszcze do języka potocznego i wiele osób młodych może nie wiedzieć, że pod tą nazwą kryje się cały szeroki asortyment działań, które pomogą im zdobyć pracę, podjąć naukę lub założyć własną firmę.

2. Załóżmy profil na portalu społecznościowym Facebook

Szczególną strefą wirtualnej rzeczywistości, w której, według statystyk, przebywa już 90% osób młodych, są media społecznościowe. Wśród nich prym wiedzie Facebook. Jeśli więc instytucje rynku pracy mają docierać do młodych odbiorców swoich działań, muszą wejść w ich środowisko, w tym przypadku – wirtualne. Profil instytucji na Facebooku, oprócz funkcji informacyjnej, przede wszystkim powinien pełnić funkcję promocyjną. Powinien być skierowaną do młodych ludzi alternatywą dla „sztywnego” wizerunku prezentowanego na stronie internetowej.

Obecność instytucji na portalu społecznościowym może przynieść jej wiele korzyści w relacjach z młodymi klientami. Przede wszystkim pozwala na zmniejszenie dystansu instytucja - młody klient, ułatwia bezpośredni kontakt, wspomaga dotarcie z ogłoszeniami i informacjami do osób niezarejestrowanych (w przypadku PUP), usprawnia promowanie wydarzeń – spotkań, targów, rekrutacji do projektów itd., a w efekcie sprzyja wzrostowi świadomości istnienia i zadań danej instytucji.

- Używajmy przystępnego, potocznego języka – zarówno w sekcji „informacje”, jak i w poszczególnych postach. Postawmy na bezpośrednie zwroty do odwiedzających profil, unikajmy wszelkich formalnych sformułowań, jak choćby powoływanie się na podstawy prawne działalności.

- Zezwólmy na jak najwięcej form bezpośredniego kontaktu. Nie bójmy się uruchomić opcji czatu oraz połączenia telefonicznego, nie blokujmy komentowania postów. Na pytania i uwagi starajmy się odpowiadać na bieżąco. Łatwy kontakt w czasie rzeczywistym to istota portalu społecznościowego.
- Nie ograniczajmy się do informacji merytorycznych. Portal społecznościowy to nie tylko miejsce udostępniania ogłoszeń ze strony internetowej. Służy on do pokazywania działalności instytucji również „od kuchni”, w sytuacjach codziennych lub nieoficjalnych. Ważne jest to, by młodzi ludzie zobaczyli przyjazną i bliską stronę urzędu albo agencji zatrudnienia.
- Twórzmy „wydarzenia“ do spotkań, warsztatów, rekrutacji i innych aktywności. Dodajmy do nich atrakcyjne zdjęcia i opisy oraz starajmy się zaprosić na nie jak najwięcej użytkowników. Poza bezpośrednim zaproszeniem, wiadomość o wydarzeniu najczęściej trafia do użytkowników dzięki temu, że chęć udziału w nim wyraził ktoś z grona znajomych. Jest to swego rodzaju rekomendacja od rówieśnika. Poza tym każde wydarzenie ma podgląd na liczbę osób, która jest nim zainteresowana. Im wyższe wskazanie licznika, tym większa siła przyciągania. Efekt jest taki, że osoby młode interesują się i biorą udział w akcjach, wydarzeniach i projektach, o których w realnej rzeczywistości nawet by się nie dowiedzieli albo – trafiając na informację - nie poświęciłyby jej większej uwagi.
- Publikujmy regularnie różnorodne treści. Profil na portalu społecznościowym powinien być świadectwem codziennego życia instytucji, a więc powinno się na nim publikować na bieżąco. Jeśli młody człowiek wejdzie na profil instytucji w poszukiwaniu informacji albo kontaktu i zobaczy, że ostatni post to życzenia bożonarodzeniowe sprzed 3 miesięcy, z całą pewnością nie podejmie próby nawiązania kontaktu. Ważne również, by treści nie były monotonne, np. tylko ogłoszenia, tylko zdjęcia z wydarzeń albo tylko artykuły o rynku pracy. Pamiętajmy, że osoby młode szybko się nudzą.

Dobra praktyka

Przykładem dobrej praktyki w dziedzinie tworzenia portali dotyczących aktywizacji edukacyjno-zawodowej osób młodych jest portal Europejskiego Centrum Aktywizacji Młodzieży zatytułowany dokariery.pl. Jest to nowoczesna platforma teleinformacyjna stworzona i prowadzona przez KG OHP. Powstała w ramach projektu OHP jako realizator usług rynku pracy, dzięki środkom finansowym z EFS, a jej głównym zadaniem jest informowanie młodych ludzi o działalności OHP i kierowanie ich do odpowiednich jednostek. Czyni to na dwa sposoby – poprzez informacje i materiały zamieszczone na stronie internetowej oraz poprzez infolinię działającą od godz. 8 do 18 w dni robocze. Na stronie znajduje się również przyjazny formularz kontaktowy nieobwarowany ustawowymi adnotacjami o formalnych wymaganiach pisma. Poza tym, na stronie dostępne są multimedialne materiały edukacyjne i informacyjne. Natomiast w rozbudowanych aktualnościach na bieżąco pojawiają się krótkie artykuły

o inicjatywach związanych z Gwarancjami dla młodzieży, o targach pracy, warsztatach i kursach, o absolwentach OHP, o zawodach i rynku pracy, a także porady dotyczące ścieżki zawodowej, nauki i wielu innych dziedzin luźno związanych z pracą, nauką i wypoczynkiem.

ECAM stawia na komunikowanie się z młodymi ludźmi w sposób bezpośredni i ich językiem. Treści i funkcjonalności platformy spełniają większość zaleceń zawartych w powyższych rekomendacjach z dziedziny języka oraz kanałów komunikacji z osobami młodymi. Poza portalem informacyjnym ECAM dysponuje także profilami na najbardziej popularnych portalach społecznościowych – Facebooku i Instagramie, które służą do promocji ECAM oraz popularyzowania informacji, konkursów i innych aktywności ogłaszanych na portalu. Dają także młodym ludziom dodatkową możliwość nawiązania kontaktu poprzez czat i komentowanie postów.

3. Prowadźmy blog lub vortal o tematyce NEET i o ofercie dla osób młodych

Blog to dziennik sieciowy zawierający uporządkowane chronologicznie wpisy dotyczące jednej tematyki, coraz częściej jest wykorzystywany jako narzędzie marketingu i komunikacji.

Vortal to prowadzony w Internecie serwis informacyjny dotyczący jednego tematu, którym zainteresowane jest szerokie grono odbiorców. Przykładowe dodatkowe funkcje informacyjne to czat, forum dyskusyjne, katalog stron WWW, wyszukiwarki internetowe (wewnątrz serwisu i w całym Internecie).

Blog lub vortal powinien koncentrować się na tematyce osób młodych na rynku pracy, w tym o grupie NEET, ofercie dla osób do 30. roku życia, dostępnych programach, dobrych praktykach, aktualnych naborach itp. Aby skutecznie przyciągał młodych ludzi powinien powstawać z udziałem znanych osób ze świata estrady, sportu. W celu zwiększenia atrakcyjności prezentowany materiał powinien zawierać elementy video-bloga, czyli krótkie filmiki. Celowe jest również opatrzenie materiałów pozwoleniem na kopiowanie i zamieszczanie w innych miejscach, co pozwoli nam z wielokrotności dotarcie z informacją, np. poprzez media studenckie, gazetki szkolne itp.

4. Zaproponujmy młodym ludziom korzystanie z aplikacji na smartfony

W trakcie wywiadu pogłębionego przeprowadzonego w ramach Projektu jedna z osób z grupy NEET, która nie jest zarejestrowana w PUP, na pytanie o to, skąd czerpie wiedzę o ofercie urzędów pracy i innych instytucji oferujących pomoc w uzyskaniu zatrudnienia (...) oraz z jakich innych źródeł chciałaby tę wiedzę czerpać, odpowiedziała: *Aplikację bym stworzył na temat urzędu pracy, na smartfony, taką apkę (aplikację), zrobić, i sobie tam wchodzić i oferty przeglądać* (pisownia oryginalna). Skorzystajmy z tej rekomendacji pochodzącej od osoby bezpośrednio zainteresowanej aktywizacją.

Jako rozszerzenie tego pomysłu można wykorzystać w działaniach instytucji rynku pracy powiadomienia SMS lub z Twittera o nowej ofercie pracy np. #spawaczRudaSlaska.

Taka forma upowszechniania ofert pracy będzie atrakcyjna dla młodych osób. Dodatkowo, jest zgodna z obowiązującymi trendami dotyczącymi popularności aplikacji na smartfony, co wpłynie na wzrost zainteresowania PUP, a tym samym poprawi jego wizerunek i pozwoli pozyskać nowych klientów z grupy osób, które nie są zarejestrowane.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) Warunkiem powodzenia jest systematyczność i powtarzalność działań ukierunkowanych na tworzenie informacji dedykowanej młodemu klientowi IRP.
- c) O sukcesie wdrożenia rekomendacji będzie decydować wiedza i zaangażowanie osób realizujących opisane działania.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy podane informacje w atrakcyjnej formie znajdują się w kanałach preferowanych przez młodych ludzi, zwiększy się zainteresowanie ich treścią.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.
- c) Budowanie pozytywnego wizerunku śląskich IRP – młode osoby poczują się dowartościowane jako partnerzy procesu aktywizacji, a nie jako klienci, będą lepiej rozumiały procedury wynikające z udzielanego im wsparcia, będą uczestniczyć w marketingu szeptanym oferty aktywizacyjnej.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Poprawa oceny pracy PUP – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów PUP).

Terminy:

Prace nad przystosowaniem stron internetowych można wdrożyć bezpośrednio po zapoznaniu się z treścią rekomendacji, zwłaszcza jeśli instytucja dysponuje gotowym szablonem (PUP). Podobnie w przypadku stworzenia profilu na portalu społecznościowym. Prowadzenie portalu musi być poprzedzone opracowaniem jego koncepcji i przygotowaniem autora (około 3 miesiące).

Koszty:

- a) Przebudowa strony internetowej wiąże się z poniesieniem kosztów wynagrodzenia osób, które tej przebudowy dokonują (korzystanie z gotowych szablonów znacząco zmniejsza koszty).
- b) Uruchomienie specjalnych kanałów komunikacji na stronie internetowej oraz poprzez portal społecznościowy może generować koszty zatrudnienia dodatkowego pracownika/pracowników.
- c) Uruchomienie działalności na portalu społecznościowym może wiązać się z poniesieniem kosztów szkolenia z dziedziny social media dla pracowników.

Ryzyka:

- a) Ryzyko dla wizerunku instytucji publicznej wiąże się ze swobodą komentowania i oceniania działalności instytucji na portalu społecznościowym. Zminimalizować je może sprawna obsługa przez administratora, który będzie szybko reagował na to, co dzieje się na profilu instytucji.
- b) Istnieje również ryzyko braku regularności zamieszczania informacji w mediach społecznościowych, co będzie skutkowało kolejnymi wpisami nienajlepiej oceniającymi prace urzędu.
- c) Należy również brać pod uwagę, że profesjonalne wykorzystanie nowoczesnych rozwiązań

technologicznych i mediów społecznościowych wymaga czasu i stale aktualizowanej wiedzy. W instytucji powinien znaleźć się specjalista w tym zakresie z grona osób już zatrudnionych lub powinna zostać zatrudniona nowa osoba, a obsługa portali, FB, vortalu powinna stanowić ważną część jej obowiązków. Konieczne jest też zapewnienie zastępstwa na wypadek urlopu lub innego powodu nieobecności.

Rekomendacja 1.1.3

Zalecamy prowadzenie działań umożliwiających nawiązanie bezpośredniego kontaktu z osobami z grupy NEET w ich środowisku.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

W jaki sposób dotrzeć do młodych osób, które się nie uczą, nie pracują i nie są zarejestrowane w urzędzie pracy? Przede wszystkim należy uwzględnić różnice między terenami miejskimi i wiejskimi pod względem dostępu do nowoczesnych form przekazu, zwłaszcza tych z wykorzystaniem Internetu. Województwo śląskie jest zróżnicowane pod tym względem. Stolica województwa wraz z miastami satelitami stanowi obszar silnie zurbanizowany, w którym nie ma problemu z dostępem do Internetu, w tym uzyskania darmowego dostępu do zasobów sieci. W równie korzystnej sytuacji są młodzi ludzie w Częstochowie czy Bielsku-Białej. Jednak na terenie województwa śląskiego oprócz terenów miejskich są także tereny małomiasteczkowe i wiejskie, których mieszkańcy wymagają szczególnego podejścia ze strony instytucji rynku pracy. Dlatego, planując sposoby dotarcia do osób młodych w województwie śląskim, należy koniecznie uwzględnić zarówno metody nowoczesne, wykorzystujące nowe rozwiązania w zakresie komunikacji i przekazu danych, jak i sposoby bardziej tradycyjne, oparte na bezpośrednim kontakcie z osobami młodymi.

Kluczem do powodzenia takich działań jest podjęcie przez niepubliczne instytucje rynku pracy działań w środowisku lokalnym oraz pozyskanie przez wszystkie IRP lokalnych sojuszników w postaci ambasadorów, liderów społecznych, wójtów i sołtysów.

1. Wypracujemy system pozyskania lokalnych sojuszników

Lokalni sojusznicy to osoby, które z racji zajmowanego stanowiska, pełnionych funkcji lub kontaktów w środowisku młodzieży mogą stanowić cenne ogniwo łączące ofertę instytucji rynku pracy z młodymi ludźmi, którzy nie uczą się, nie pracują i nie są zarejestrowani w PUP.

Nawiązanie i utrzymanie współpracy z lokalnymi liderami wymaga przygotowania i konsekwentnego wdrażania szczegółowo zaplanowanych działań.

Kontakty z wójtami, sołtysami, nauczycielami, policjantami i kuratorami sądowymi będą nawiązywane w sposób oficjalny, np. poprzez przesłanie pisma informującego o prowadzonych działaniach, zakładanych celach oraz oczekiwaniach związanych z zaangażowaniem lokalnych liderów. W instytucji rynku pracy powinna być wskazana jedna osoba, która będzie miała pełną wiedzę o prowadzonych działaniach i będzie przygotowana do przekazywania informacji

lokalnym sojusznikom oraz przyjmowania od nich informacji zwrotnej. Zadania stawiane takim sojusznikom to np. pomoc w upowszechnianiu informacji, ułatwienie kontaktu z osobami z grupy NEET, udział w diagnozie potrzeb, barier i oczekiwań lokalnej młodzieży oraz wsparcie organizacyjne akcji związanych z aktywizacją zawodową osób młodych.

Z kolei ambasadorzy to młodzież, która działa aktywnie, np. w strukturach Ochotniczej Straży Pożarnej, lokalnych zespołów sportowych i artystycznych.

Młodzi ludzie, którzy zostaną odpowiednio przeszkoleni w zakresie podstawowych informacji dotyczących aktywizacji zawodowej, mogą skierować rówieśników do właściwych instytucji rynku pracy, zaprosić do udziału w planowanych akcjach informacyjnych oraz dotrzeć do osób najbardziej oddalonych od rynku pracy. Będą również źródłem informacji zwrotnej na temat barier i oczekiwań lokalnej młodzieży.

2. Zamieszczajmy informacje w miejscach ogólnodostępnych

Ważnym źródłem informacji dla osób mieszkających na wsiach i w małych miejscowościach są tablice informacyjne umieszczone w ogólnodostępnych miejscach, np. w sąsiedztwie urzędu gminy, w przychodni lekarskiej, szkole lub w sklepie. Dlatego nie można pomijać takich miejsc w planowaniu skutecznego dotarcia do osób młodych oddalonych od rynku pracy.

Warunki skuteczności tak zamieszczonych informacji są bardzo różnorodne, np. muszą być atrakcyjne graficznie i zrozumiałe w treści, przygotowane zgodnie z zasadami konstrukcji komunikatu kierowanego do osób młodych. Ponadto ważne jest by były aktualne i pojawiały się z niewielkim wyprzedzeniem (młodzi ludzie nie lubią długo czekać na wyznaczone terminy).

Informacje powinny dotyczyć stałej oferty aktywizacyjnej oraz planowanych wydarzeń, które będą okazją do bezpośrednich rozmów pracowników IRP z młodzieżą.

Zgodę na ich umieszczenie – stosownie do lokalnych uwarunkowań – powinna uzyskać instytucja rynku pracy lub działający lokalnie sojusznik.

3. Współpracujmy z parafiami

Informacje mogą być przekazywane w ramach ogłoszeń parafialnych, ale bardziej skuteczne są wystąpienia na żywo osób, z którymi, zaraz po mszy, będą mogły rozmawiać młode osoby. Rekomendujemy połączenie tej metody z angażowaniem osób, które mogą być dobrym przykładem skutecznej aktywizacji, są rozpoznawalne w środowisku lokalnym i cieszą się autorytetem miejscowej młodzieży. Bardzo ważną częścią takich działań są rozmowy z osobami zainteresowanymi (ważne, żeby nie musiały czekać w długiej kolejce) i konkretne wyznaczenie terminu i miejsca spotkania indywidualnego.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) O jej powodzeniu zadecyduje umiejętność pozyskania i utrzymania zaangażowania sojuszników i ambasadorów (potrzebne są cykliczne spotkania/szkolenia, system wyróżnień oraz systematyczność działań itp.).
- c) Sukces rekrutacji osób z grupy NEET to najpierw skuteczne dotarcie do tych osób z informacją a następnie przedstawienie im w ciekawy sposób interesującej oferty i bezzwłoczne rozpoczęcie działań na rzecz aktywizacji.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy informacja dotrze do młodych ludzi, to zainteresują się jej treścią.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.
- c) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Zwiększenie liczby młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Liczba osób przeszkolonych jako ambasadorzy – 300 osób przeszkolonych w ciągu 2 lat.
- a) Większa wiedza na temat oferty instytucji rynku pracy wśród osób młodych – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów śląskich IRP).
- b) Poprawa wizerunku instytucji rynku pracy – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów śląskich IRP).

Terminy:

- a) Pracę nad tworzeniem kontaktów można rozpocząć bezpośrednio po przeczytaniu treści rekomendacji.
- b) Pozyskanie i przeszkolenie I grupy ambasadorów (50 osób) – 4 miesiące; dalej działania prowadzone w trybie ciągłym.

Koszty:

Wdrożenie niniejszych zaleceń nie oznacza konieczności poniesienia dodatkowych kosztów. Można uwzględnić jedynie koszty opracowania materiałów informacyjnych oraz szkolenia i ewentualnego wynagrodzenia (premiowania) współpracujących ambasadorów (koszt szkolenia 150 zł/os).

Ryzyka:

- a) Brak chętnych do pełnienia roli sojuszników.
- b) Krótkotrwały zapał do współpracy, który uniemożliwi budowanie trwałych relacji.
- c) Brak chęci współpracy ze strony lokalnych instytucji dysponujących np. tablicami informacyjnymi.

Rekomendacja 1.1.4

Zalecamy systematyczną współpracę z instytucjami i organizacjami działającymi lokalnie.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

Osoby z grupy NEET pozostają poza system edukacji, nie uczestniczą w szkoleniach i nie pracują. Jeśli mają dostęp do Internetu i pozyskują w ten sposób informacje, można do nich dotrzeć, wykorzystując kanały, które zostały opisane w rekomendacji R.1.1.2. Do wielu osób, szczególnie ze wsi i małych miasteczek, najłatwiej dotrzeć poszukując kontaktu bezpośredniego. To mogą być działania prowadzone przez instytucje rynku pracy z wykorzystaniem lokalnych sojuszników (opisane w rekomendacji R.1.1.3), ale też mogą to być działania oparte na stałej współpracy IRP z innymi instytucjami i organizacjami działającymi lokalnie.

Problem współpracy, tworzenia partnerstw i łączenia posiadanych zasobów pojawia się praktycznie na każdym etapie działań ukierunkowanych na skuteczną aktywizację osób młodych najbardziej oddalonych od rynku pracy. W rekomendacji R.1.2.1 została opisana współpraca lokalna, która powinna być realizowana na etapie udzielania wsparcia. Z kolei dla rozwiązania problemów systemowych i wypracowania standardów regionalnych, koordynacji działań oraz promocji i rzecznictwa w obszarze zatrudnienia osób młodych, zaproponowano w rekomendacji R.4 działanie Partnerstwa na rzecz aktywizacji osób młodych w województwie śląskim.

Czym współpraca z instytucjami i organizacjami działającymi lokalnie powinna różnić się od innych partnerstw działających lokalnie na rzecz rynku pracy? Podstawowa odpowiedź na to pytanie brzmi:

Współpraca, która ma ułatwić dotarcie do osób młodych najbardziej oddalonych od rynku pracy, nie może dotyczyć wyłącznie środowiska instytucji i organizacji działających na rzecz aktywności zawodowej i społecznej. Musi objąć podmioty, których działanie jest w swym zakresie tematycznym bardzo odległe od rynku pracy. W każdym innym przypadku będziemy poruszać się stale po tych samych ścieżkach i docierać ciągle do tych samych osób, do których instytucje pomocy społecznej i rynku pracy już dotarły.

1. Budujmy i utrzymujmy sieci kontaktów pomiędzy instytucjami działającymi w różnych obszarach umożliwiające wymianę informacji oraz udostępnianie informacji klientom

Instytucje i organizacje działające lokalnie mają najpełniejszą wiedzę o mieszkańcach, ich problemach i potrzebach. Młodzi ludzie, którzy nie uczą się, nie szkolą i nie pracują funkcjonują w środowisku lokalnym – sami są zaangażowani w różne działania albo są w

takie działania zaangażowani ich bliscy lub sąsiedzi. Dlatego warto nawiązać i utrzymywać kontakt np. z Ochotniczą Strażą Pożarną, zespołem sportowym, domem kultury, biblioteką, aktywistami chroniącymi przyrodę itp. Tacy partnerzy nie będą wspierać instytucji rynku pracy w działaniach na rzecz aktywizacji zawodowej, ale mogą być bardzo dobrym pośrednikiem w przekazywaniu informacji kierowanej do osób, które same nie wykazują inicjatywy zapoznania się z ofertą rynku pracy.

Dobrze przygotowane ulotka, plakat lub krótka informacja (spełniające wszystkie warunki atrakcyjności dla osoby młodej, które zostały opisane w rekomendacji R.1.1.1) „znalezione” w miejscu, do którego osoba oddalona od rynku pracy ma zaufanie (np. w lokalnym klubie sportowym), też będą budziły zaufanie.

Najważniejsze jednak, żeby od lektury treści ulotki lub plakatu do nawiązania kontaktu z instytucją rynku pracy nie trzeba było długo czekać i podejmować wielu działań. Najlepiej, żeby akcja informacyjna była organizowana bezpośrednio przed ważnymi wydarzeniami odbywającymi się lokalnie.

2. Bierzmy aktywny udział w wydarzeniach organizowanych lokalnie

Organizacja stoisk informacyjnych na imprezach plenerowych

Wydarzenia lokalne (festyny, mecze, koncerty itp.) są bardzo dobrą okazją, by instytucje rynku pracy działające w mieście powiatowym „przyszły” do swoich potencjalnych klientów w gminie, skoro ci klienci z pewnych powodów nie chcą przyjść do IRP i pozostają poza rynkiem pracy.

Warto jednak pamiętać, że tego typu wydarzenia mają swoją specyficzną atmosferę i zasady organizacji. Na stoisku mogą być prowadzone tylko działania informacyjne i promocyjne. Nie można jednak dopuścić do tego, żeby taki najtrudniejszy w pozyskaniu klient odszedł jedynie dobrze poinformowany. Najlepszym rozwiązaniem jest zorganizowanie w najbliższym możliwym miejscu (w miejscowym domu kultury, bibliotece itp.) bezpiecznego, wydzielonego stanowiska, gdzie bez zbędnego oczekiwania mogą odbywać się spotkania indywidualne. Nie powinny one łączyć się z podpisywaniem żadnym formularzy, ale powinny mieć charakter rozmowy zakończonej wyznaczeniem terminu spotkania w siedzibie urzędu lub organizacji realizującej wsparcie kierowane do osób młodych.

Udział w przedsięwzięciach organizowanych w instytucjach lokalnych

Dobrym sposobem nawiązania bezpośredniego kontaktu z osobami, do których dotarły materiały informacyjne kolportowane za pośrednictwem lokalnych instytucji, jest też

organizacja spotkania przez instytucję rynku pracy bezpośrednio na terenie objętym akcją informacyjną.

Reasumując, okres między działaniami informacyjnymi a pierwszym spotkaniem na terenie np. gminy musi być bardzo krótki, a to pierwsze spotkanie musi odbywać się w przyjaznej atmosferze, pozwalającej się wzajemnie poznać i nabrać zaufania. Nie może być oficjalne, obarczone koniecznością dopełnienia wielu formalności. Zawsze jednak musi kończyć się wyznaczeniem szybkiego terminu spotkania w urzędzie lub organizacji, która prowadzi akcję dotarcia do osób młodych najbardziej oddalonych od rynku pracy.

3. Współpracujmy na bieżąco z podmiotami mającymi bezpośredni kontakt z młodzieżą szczególnie zagrożoną włączeniem do grupy NEET

Skutecznym sposobem dotarcia do osób młodych najbardziej narażonych na włączenie do grupy NEET jest bieżący kontakt z osobami, które z taką młodzieżą pracują, np.:

- w przypadku osób młodych ze środowisk patologicznych, wychowanków Domów Dziecka i innych placówek wsparcia – celowy jest kontakt poprzez te placówki i organizacje społeczne;
- w przypadku osób z rodzin z problemem przemocy i uzależnień – pomocni mogą być pracownicy socjalni, pracownicy ośrodków interwencji kryzysowej, kuratorzy sądowi;
- w przypadku osób z rodzin ubogich – warto korzystać z pośrednictwa pracowników ośrodków pomocy społecznej.

4. Wykorzystujmy system powiadomień SMS, który stosują w kontaktach z mieszkańcami niektóre gminy

W niektórych gminach z powodzeniem stosowany jest system powiadomień SMS, który pozwala mieszkańcom uzyskiwać na bieżąco wiadomości o ważnych wydarzeniach. Planowane działania ukierunkowane na wzrost aktywności zawodowej mieszkańców są ważne również dla władz gminy, które powinny włączyć się do upowszechniania informacji o projektach i innych dostępnych formach wsparcia młodych ludzi pozostających poza rynkiem pracy.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) O sukcesie jej wdrożenia będzie decydować systematyczność współpracy z instytucjami lokalnymi i zainteresowanie obu stron (lokalnych organizacji oraz IRP) udziałem w organizowanych lokalnie wydarzeniach.
- c) Powodzenie wdrożenia jest uwarunkowane przygotowaniem dobrej oferty i szybkim rozpoczęciem wspierania osób z grupy NEET pozyskanych podczas lokalnych kampanii informacyjnych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy będą mieli ułatwiony dostęp do informacji i będzie ona przygotowana z uwzględnieniem oczekiwań ludzi młodych, to zainteresują się jej treścią.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Poprawa oceny pracy instytucji rynku pracy – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).
- c) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim – coroczny spadek o 3 p. proc.

Terminy:

- a) Przygotowanie materiałów informacyjnych trwa około 1 miesiąca.
- b) Pierwsze spotkania powinny odbyć się możliwie szybko po przeprowadzeniu akcji informacyjnej.
- c) Działania objęte niniejszą rekomendacją powinny być prowadzone w trybie ciągłym.

Koszty:

Działania informacyjnej i promocyjnej łączy się z koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów. O wielkości tych kosztów decyduje skala działań, wykorzystane narzędzia, standard stoisk informacyjnych itp. Podanie nawet przybliżonej kwoty jest w tym przypadku praktycznie niemożliwe.

Ryzyka:

- a) Brak zainteresowania współpracą ze strony lokalnych organizacji, które mają zupełnie inne cele.
- b) Brak zainteresowania akcją informacyjną ze strony młodzieży.

Rekomendacja 1.1.5

Zalecamy podejmowanie działań na rzecz osób z kategorii NEET o niskiej motywacji do podjęcia zatrudnienia z uwzględnieniem ich specjalnych potrzeb, w tym potrzeb młodych kobiet.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

Pracując z młodymi osobami szukającymi zatrudnienia lub pragnącymi powiększyć swoje kompetencje, można zauważyć, że część z nich ma motywację do podejmowania tych działań, wierzy, że potrafi znaleźć pracę i jest w stanie zdobyć nowe umiejętności. Jednak wiele osób nie ma takiej motywacji, często nie wierzy, że znalezienie pracy powiedzie się. Obawia się, że nie sprosta wymaganiom stawianym w trakcie kursów i szkoleń. Szczególną uwagę powinniśmy poświęcić osobom z tej drugiej grupy.

1. Włączmy osoby o niskiej motywacji do grup objętych wsparciem psychologicznym

Osoby o niskiej motywacji warto objąć opieką psychologiczną w postaci zajęć indywidualnych i grupowych. Jednak pierwszy etap pracy z osobami o niskiej motywacji do podjęcia pracy, które dodatkowo pochodzą z rodzin o dziedzicznym bezrobociu lub z terenów o dużym wskaźniku bezrobocia, powinien polegać na zdobyciu zaufania klienta przez osobę prowadzącą. Można się spodziewać, szczególnie przy pierwszym spotkaniu, dużej rezerwy do przedstawianych treści, a często do osoby prowadzącej. Istotne jest, żeby na początku spotkania odbywały się w trybie indywidualnym i - najlepiej - bez podpisywania żadnych dokumentów. W trakcie takich spotkań można skutecznie pobudzić motywację lub ją zwiększyć. Rezultatem powinno być również zachęcenie młodej osoby do refleksji nad swoją sytuacją życiową. Znacznie większa jest szansa na utrzymanie się w projekcie osoby z rozbudowaną motywacją niż osoby, która zostanie włączona do działań aktywizacyjnych od razu po zgłoszeniu chęci udziału i bez takiego przygotowania.

W kolejnym etapie pracy z młodą osobą, która aktywizowana jest po okresie pozostawania bez pracy i poza systemem edukacji, nadal można spodziewać się wystąpienia sceptycznych reakcji na proponowane działania, a czasem nawet braku wiary w sens przedsięwzięcia. Jest to normalne zjawisko i należy pozwolić wypowiedzieć się wspieranej osobie na temat jej wątpliwości i pozwolić z nimi zmierzyć. Warto zaplanować na tym etapie spotkania grupowe i zaprosić do udziału osoby, które pochodzą z tego samego środowiska i z sukcesem wyszły z grupy NEET - podniosły kwalifikacje i znalazły pracę. Najważniejszym tematem takich spotkań jest podzielenie się własnym doświadczeniem oraz udzielenie/uzyskanie odpowiedzi na pojawiające się pytania. Spodziewanym efektem spotkań grupowych jest wzrost motywacji własnej do znalezienia pracy i podnoszenia swoich kwalifikacji.

Istnieje różnica pomiędzy młodymi mężczyznami i kobietami w sposobie szukania pracy i w podejściu do rynku pracy.

W trakcie wywiadów pogłębionych przeprowadzonych w ramach Projektu mężczyźni częściej przyjmowali za oczywiste, że znajdują pracę. Swoje przekonanie opierali przede wszystkim na własnych doświadczeniach. Natomiast kobiety były mniej pewne. Dostrzegały różnice w dostępie do rynku pracy, miały mniejszą pewność siebie, słabszą wiarę w swoje powodzenie i mniejsze przekonanie o wartości swoich kompetencji. Swoje opinie formułowały w oparciu o doświadczenia innych osób. Dlatego celowe jest takie prowadzenie aktywizowanej kobiety, by możliwe było uzyskanie przez nią wyraźnej oceny swoich umiejętności, ze wskazaniem na elementy, które robi dobrze, do których jest uzdolniona, co powinna poprawić, a co jest jej potencjałem. Takie informacje każdy człowiek powinien wynieść z domu i ze szkoły, ale w tym obszarze widoczne są spore braki. Zagadnienie to jest interesujące i warto się nim dokładniej zająć w kolejnych badaniach. Ich wyniki mogą się przyczynić do konstruowania skuteczniejszych rozwiązań w zakresie aktywizacji młodych osób.

2. Promujmy wychowanie do odpowiedzialności poprzez wolontariat

U niektórych młodych osób pojawia się wyuczona bezradność. Do tego dochodzi zjawisko dziedziczenia bezrobocia. Takie osoby cechuje apatia. Nie dostrzegają dla siebie żadnych perspektyw, żyją z dnia na dzień, bez celu w życiu. Tak rodzi się brak motywacji. Można temu zapobiec, możliwie wcześnie dając młodym osobom inne wzorce i praktyczną możliwość poznania świata aktywności.

Specyficznym remedium na wymienione powyżej zjawiska może być wprowadzenie w szkołach i na uczelniach wyższych wolontariatu młodzieżowego. Wolontariat jest jedną z form zdobywania doświadczenia zawodowego, a także daje możliwość wykazania się własną aktywnością. W tym wypadku jednak, celem takiego zaangażowania jest tworzenie, budowanie i wspieranie zachowań prospołecznych wśród młodzieży. Młodzi ludzie nabywają umiejętności współpracy oraz rozwijają w sobie poczucie odpowiedzialności nie tylko za innych, ale przede wszystkim za siebie. W przyszłości tak ukształtowana młodzież będzie cechowała się większą aktywnością.

Realizacja wolontariatu w szkołach i na uczelniach wykracza poza zakres działań instytucji rynku pracy. Jednak ze względu na znaczenie takiej formy aktywności dla rozwoju młodych ludzi i ich skłonności do inwestowania w siebie celowe jest promowanie wolontariatu młodzieżowego również przez instytucje rynku pracy.

Spodziewany efekt zaangażowania się młodzieży w taką aktywność to uchronienie jej przed marazmem i wpadnięciem do grupy NEET. Rezultatem może być większa samoświadomość,

chęć celowego życia, dalszej nauki i pracy. Zajęcia mogą się odbywać w szkolnych (czy też studenckich) kołach wolontariatu. Istotne jest także zwrócenie uwagi na to, by wolontariat nie był związany tylko z działaniami akcyjnymi, ale z systematyczną pracą. Rekomenduje się przy tym wykorzystanie istniejących struktur wolontariatu młodzieżowego w województwie śląskim.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) Powodzenie wdrożenia jest uwarunkowane dostępem do dobrej jakościowo oferty psychologów pracujących z osobami młodymi oraz do ciekawych dla młodzieży inicjatyw dotyczących wolontariatu.
- c) O sukcesie wdrożenia zadecyduje współpraca instytucji rynku pracy, szkół i uczelni oraz organizacji wolontariatu młodzieżowego, której efektem będzie rozwój motywacji do działania i rozwoju wśród młodych ludzi.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy osoby te będą lepiej zmotywowane, będą chętniej korzystały z dostępnych usług i instrumentów rynku pracy.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – osoby zmotywowane będą bardziej świadomie wybierając formy wsparcia.
- c) Łatwiejsze wprowadzenie na rynek pracy osób zmotywowanych do podjęcia zatrudnienia.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Poprawa oceny pracy instytucji rynku pracy – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).
- c) Liczba młodych osób podejmujących systematyczne zaangażowanie w działalność wolontariusza – corocznie 300 osób.
- d) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim – coroczny spadek o 3 p. proc.

Terminy:

- a) Wdrożenie niniejszego zalecenia nie wymaga działań przygotowawczych i może być rozpoczęte bezpośrednio po zapoznaniu się z jego treścią.
- b) Działania promujące wolontariat – prowadzone w trybie ciągłym.

Koszty:

Wdrożenie niniejszego zalecenia nie wiąże się z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów, o ile wsparcie psychologiczne było elementem zaplanowanej ścieżki działań. W przypadku, gdy psycholog będzie wprowadzony do oferty wsparcia dopiero na etapie wdrażania tego zalecenia, należy wziąć pod uwagę koszty organizacji wsparcia psychologicznego.

Ryzyka:

- a) Małe zainteresowanie osób o niskim poziomie motywacji podjęciem współpracy.
- b) Mała skala działań wdrażających wolontariat młodzieżowy.

Rekomendacja 1.1.6

Zalecamy przeprowadzenie kampanii społecznej informującej o programach dla osób NEET, o ofercie urzędów pracy, OHP i innych IRP oraz o programie Gwarancje dla młodzieży a także podjęcie działań na rzecz poprawy wizerunku PUP.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

Uwaga dodatkowa

Jednym z uwarunkowań skuteczności takiej kampanii jest jej zasięg i wynikająca z tego skala działań. Dlatego niniejsze zalecenie zostało ponownie wskazane w rekomendacji 2.1 skierowanej do Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach.

Zaskakująco dużo osób z grupy NEET objętych wywiadami pogłębionymi przeprowadzonymi w ramach Projektu miało znikomą wiedzę na temat oferty powiatowych urzędów pracy kierowanej do osób młodych, a swoje zdanie o urzędach pracy badani wyrobili sobie na ogół na podstawie opinii znajomych.

Powiatowy urząd pracy postrzegany jest jako instytucja zbiurokratyzowana, bez oferty dla osób młodych, oferująca możliwość podjęcia pracy jako sprzątaczką lub pracownik ochrony, z ofertą szkoleniową niedostosowaną dla osób młodych, za to przede wszystkim ukierunkowana na osoby w wieku 50+ z wykształceniem zawodowym. Jedna z respondentek wyraziła sugestię, by urzędy pracy najpierw same sprawdzały swoje oferty, które przedstawiają, bo często są już nieaktualne albo przedstawione w nich warunki okazują się inne niż te, które są oferowane na miejscu.

Taka wizja powiatowych urzędów pracy jest zapewne przyczyną dużej rezerwy, z jaką respondenci podchodzą do korzystania z usług tych urzędów. Za ledwie jedną osobą wyraziła pogląd, że PUP przydał jej się, bo w ciągu dwóch tygodni od rejestracji respondent otrzymał informację o ofercie pracy i uzyskał tę pracę. Wydaje się jednak, że tak pozytywna ocena związana było z faktem, że oferta zaowocowała pracą.

Inne osoby często nawet nie brały pod uwagę możliwości skorzystania z oferty powiatowego urzędu pracy. Takie rozwiązanie było traktowane jako ostateczność. Tylko niektóre osoby odwiedziły urząd pracy czy agencję zatrudnienia. Większość deklarowała, że szuka pracy przez znajomych i w Internecie.

Można zatem stwierdzić, że PUP jest miejscem niepopularnym wśród badanych osób młodych, a wiedza o ofercie urzędu jest bardzo mała. Znajomość innych instytucji rynku

pracy jest równie znikoma. Młodzi ludzie nie deklarują chęci korzystania z oferty agencji zatrudnienia ani np. OHP. W szczególności nie wskazują, że jakiś typ instytucji rynku pracy jest im szczególnie znany i wysoko oceniany.

Dlatego celowe jest przeprowadzenie kampanii społecznej informującej o programie Gwarancje dla młodzieży, o ofercie PUP kierowanej do osób do 30 roku życia, o problemie młodzieży NEET, o ofercie OHP itd. Kampania powinna zostać zaplanowana w sposób atrakcyjny dla młodych ludzi, uwzględniający wykorzystanie Internetu, w tym portali społecznościowych, takich jak: Facebook, Twitter, Instagram czy YouTube oraz portali informacyjnych, stacji radiowych i telewizyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem muzycznych.

Kampania ta mogłaby być prowadzona także w telewizji oraz w kinach. Przykładowe powiadomienia z Twittera: #ludzieszkoleniarozdaja, #kasadlamlodychnafirme.

Istotnymi elementami kampanii są: znak graficzny oraz hasło. Prace nad wyborem znaku graficznego mogą być już jednym z elementów kampanii. Wystarczy zaplanować konkurs dla młodych osób na opracowanie takiego znaku, przewidzieć atrakcyjne nagrody, włączyć do komisji wybierającej laureatów osoby powszechnie znane w środowisku młodzieżowym, zorganizować przy wykorzystaniu Internetu głosowanie na najlepszy znak itp. W ten sposób zainteresowanie kampanią będzie rosło zanim jeszcze na dobre się ona rozpocznie.

Szczególną uwagę należy poświęcić twarzom kampanii, czyli osobom, które w sposób wiarygodny dla młodych, będą przekazywać treść informacji. Warto też zgromadzić zbiór dobrych praktyk - przykładów sukcesu zawodowego osób, które jeszcze niedawno były oddalone od rynku pracy.

W takiej kampanii społecznej warto też pokazać w prosty sposób, co należy zrobić, żeby np. skorzystać z wybranego szkolenia, rozpocząć staż w wybranym miejscu, uzyskać bon na zasiedlenie itp.

Trzeba również uświadamiać istnienie grupy NEET i wskazywać, jak można łatwo pomóc młodym osobom, które nie inwestują w swój rozwój.

Badania pokazują, że bez zmiany wizerunku OHP, powiatowych urzędów pracy, bez przedstawienia zasad działania agencji zatrudnienia oraz warunków udziału w projektach wyłonionych w drodze konkursów, wiele młodych osób nie będzie szukało pomocy w wejściu lub powrocie na rynek pracy w powołanych do tego instytucjach. Przede wszystkim dlatego, że przez długie lata w rodzinach i wśród znajomych powielany był obraz „pośredniaka”, który nie ma nic do zaoferowania.

Inne działania

Partnerstwo wypracowujące niniejsze rekomendacje wskazało ponadto na potrzebę wyłączenia z zadań PUP spraw dotyczących ubezpieczenia zdrowotnego, co sprawi, że klientami tych urzędów będą osoby rzeczywiście zainteresowane podjęciem pracy.

Uwaga dodatkowa

Niniejsza rekomendacja wymaga dokonania zmian legislacyjnych i dlatego została ponownie wskazana w R.3.1 oraz R.5.3

Partnerstwo postanowiło również rekomendować zmianę nazwy „powiatowy urząd pracy” na inną, pomijającą słowo „urząd”, co pozwoli wyeliminować wiele barier wizerunkowych, zakorzenionych w świadomości, powielanych przez kolejne pokolenia i oddalających młodych ludzi od oferowanego wsparcia. Mamy pełną świadomość, że zmiana nazwy nie jest warunkiem wystarczającym do budowania nowego wizerunku, ale może znacznie przyspieszyć efekty innych działań wizerunkowych i merytorycznych objętych niniejszymi rekomendacjami.

Uwaga dodatkowa

Niniejsza rekomendacja wymaga dokonania zmian legislacyjnych i dlatego została ponownie wskazana w R.3.1 oraz R.5.3

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Sukces wdrożenia niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych.
- b) O sukcesie wdrożenia zadecyduje zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii przyjaznej osobom młodym, odpowiadającej na ich oczekiwania i angażującej grupę docelową oraz osoby i organizacje, które cieszą się zaufaniem osób młodych.
- c) Powodzenie kampanii jest uzależnione m.in. od jej treści, tempa, wykorzystanych kanałów i spójności w skali województwa śląskiego.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – trafiona akcja informacyjna spowoduje, że zainteresują się treścią oferty wsparcia.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.
- c) Lepsza wiedza o ofercie instytucji rynku pracy.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Poprawa wizerunku PUP i innych instytucji rynku pracy – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).
- c) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim – coroczny spadek o 3 p. proc.

Terminy:

- a) Zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej - 1 rok.

Koszty:

Koszty przeprowadzenia kampanii społecznej są wysokie i zależą od skali działań, wykorzystanych mediów, zaangażowanych autorów, aktorów, twarzy kampanii itp. Oszacowanie kosztów bez przyjęcia podstawowych założeń w powyższym zakresie jest niemożliwe.

Ryzyka:

- a) Przeprowadzenie niewiarygodnej kampanii.
- b) Zły wybór wykorzystanych narzędzi i kanałów.
- c) Nietrafiony przekaz, który nie zainteresuje młodych ludzi.

Rekomendacja 1.2

Rekomendacje dla instytucji rynku pracy w zakresie sposobu dotarcia do jak największej liczby osób młodych na rynku pracy, w tym z grupy NEET, uwzględniającego najskuteczniejsze metody wsparcia aktywizacyjnego

Czyli jak skutecznie wspierać osoby młode, w tym z grupy NEET:

- dlaczego wsparcie powinno być kompleksowe;
- jak lepiej wykorzystać metody stosowane od dawna;
- co jeszcze chcielibyśmy zaproponować młodym klientom;
- co zrobić, by wsparcie było „szyte na miarę”;
- jak skutecznie tworzyć nowe firmy;
- jak przygotować pracowników do obsługi młodych osób;
- jak sprawić, by młody człowiek chciał być aktywizowany.

Rekomendacja 1.2.1

Zalecamy działania na rzecz zapewnienia kompleksowości wsparcia.

Adresaci rekomendacji:

1. Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim
2. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Jak wynika z indywidualnych wywiadów pogłębionych przeprowadzonych w ramach Projektu z przedstawicielami grupy NEET z województwa śląskiego, osoby te nie mają generalnie zaufania do instytucji i nie wierzą, że jakiegokolwiek instytucje mogą pomóc im w znalezieniu ciekawej pracy. Dlatego tak ważne jest dotarcie do osób najbardziej oddalonych od rynku pracy i nawiązanie z nimi współpracy.

Niezależnie od tego, jakiej instytucji uda się przekonać osoby z grupy NEET, że taka współpraca ma sens, to niezwykle ważne jest, żeby na końcu wspólnie ustalonej ścieżki działań zawsze znalazło się zaoferowanie atrakcyjnego zatrudnienia. To zaś wymaga, by każdy z podmiotów kierujących swoją ofertę do grupy NEET miał możliwość przedstawienia KOMPLEKSOWEJ oferty. Dotyczy to zarówno instytucji pomocy społecznej, powiatowych urzędów pracy, OHP, jak i organizacji pozarządowych. Jest oczywiste, że nie każda z tych instytucji może wykazać, że ma w swojej ofercie pełny zakres wsparcia – dotyczącego rozwiązywania problemów społecznych, uzupełniania edukacji, nabywania kwalifikacji zawodowych, instrumentów rynku pracy, a na końcu ofert pracy i utrzymania wsparcia w pierwszym okresie zatrudnienia. Jednak fakt, że te zadania podzielone są pomiędzy różne podmioty, nie może być pretekstem do odsyłania młodej osoby oddalonej od rynku pracy z jej problemami do kolejnych instytucji i organizacji. Na szczeblu powiatu powinny być stworzone mechanizmy współpracy, które sprawią, że w centrum uwagi będzie osoba aktywizowana, a nie instytucje oraz zapewnią, że młode osoby nie będą czuły się zagubione w obliczu oferty konkurujących ze sobą podmiotów, które chcą wspierać NEET. Ważne jest również, by każda z instytucji np. w łańcuchu pomoc społeczna – PUP – organizacja pozarządowa, oferowała swoje wsparcie w sposób możliwie najbardziej kompleksowy.

1. Działajmy na rzecz możliwości łączenia finansowych form wsparcia przez powiatowe urzędy pracy

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie wymaga wprowadzenia zmian prawnych i dlatego zostało ponownie wskazane w rekomendacji R.3.1 oraz R.5.3.

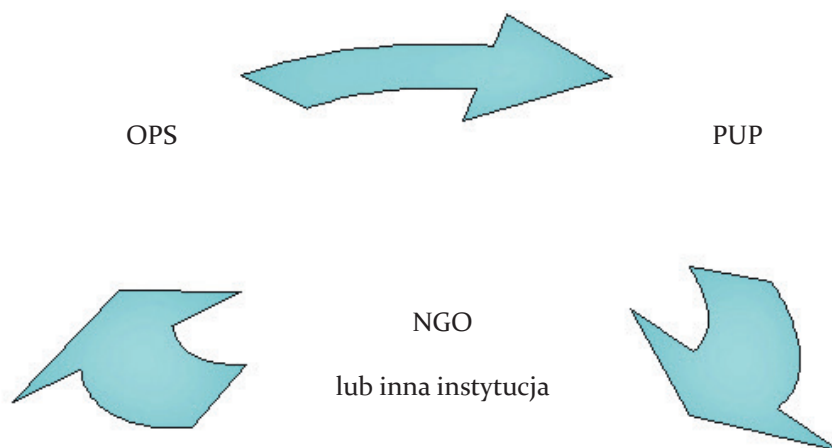
Wśród finansowych form wsparcia osób bezrobotnych i poszukujących pracy udzielanego osobom, które nie ukończyły 30. roku życia, znajdują się boni szkoleniowy, stażowy, zatrudnieniowy, na zasiedlenie oraz jednorazowe środki na podjęcie działalności gospodarczej. W pewnych przypadkach przyznanie jednej z tych form nie jest wystarczające dla skutecznej aktywizacji młodej osoby. Niestety, w obecnych uwarunkowaniach bardzo trudno łączyć te formy. Możliwość oferowania jednej osobie najpierw szkolenia, a potem stażu są niewielkie, bo ogranicza je sposób liczenia efektywności zatrudnieniowej, czyli jednego z najważniejszych wskaźników działalności powiatowych urzędów pracy.

Dla wykazania przez PUP efektywności zatrudnieniowej obecnie wymagane jest aby po zakończeniu danej formy wsparcia osoba bezrobotna w ciągu 30 dni podjęła pracę na okres co najmniej trzech miesięcy. To praktycznie uniemożliwia skierowanie tej samej osoby po szkoleniu na staż. Dlatego celowe jest wprowadzenie zmian obowiązujących przepisów w taki sposób, by w uzasadnionej sytuacji danej osobie mogło zostać udzielone kompleksowe wsparcie, czyli takie, które obejmie więcej niż jedną formę, a efektywność zatrudnieniowa była liczona po zakończeniu ostatniej z zaplanowanych i zrealizowanych form wsparcia.

W tym miejscu zasadne jest wskazanie różnic w sposobie obliczania efektywności zatrudnieniowej tych samych form wsparcia w zależności od źródła finansowania. Powiatowy urząd pracy realizujący działania finansowane z Funduszu Pracy oblicza efektywność zatrudnieniową w sposób podany powyżej. Natomiast ten sam urząd wspierający osoby bezrobotne w ramach projektów współfinansowanych ze środków EFS musi wykazać zatrudnienie uczestnika projektu podjęte w ciągu trzech miesięcy po zakończeniu udziału.

2. Wypracujmy lokalne modele współpracy różnych instytucji na rzecz zapewnienia kompleksowego wsparcia osobom z grupy NEET

Optymalne rozwiązanie problemu skutecznej aktywizacji młodych osób - oddalonych od rynku pracy i wykazujących dużą nieufność wobec wszelkich instytucji - polega na zbudowaniu zaufania na etapie pierwszego kontaktu, to jest kontaktu z pierwszą instytucją. Niezależnie od tego, czy osoba z grupy NEET trafi do urzędu pracy, OPS czy do organizacji pozarządowej, już na wstępie powinna mieć kontakt z osobą pełniącą funkcję jej opiekuna/doradcy na całej ścieżce dochodzenia do zatrudnienia. Nawet jeśli zadania danej instytucji nie pozwalają podjąć wszystkich potrzebnych działań albo nie ma w niej osób potrafiących sformułować specjalistyczną diagnozę, to korzystanie z oferty i zasobów innych podmiotów nie może polegać na odsyłaniu klienta do innej instytucji, ale na towarzyszeniu mu w realizacji szczegółowo zaplanowanej, zrozumianej przez niego i zaakceptowanej ścieżki dochodzenia do zatrudnienia.



Dlatego ważna jest usystematyzowana, prowadzona w trybie ciągłym i stale doskonalona lokalna współpraca podmiotów oferujących wsparcie osobom z grupy NEET. Pewne doświadczenia wynikają z już realizowanych Programów Aktywizacja i Integracja. Programy te dały również podstawę do sformułowania pierwszych wniosków. Cenne rozwiązania wypracowano jako elementy metody case management stosowanej w pracy z klientami z niepełnosprawnością w publicznych służbach zatrudnienia województwa śląskiego w ramach projektu WUP w Katowicach „Wiedza i praktyka kluczem do skutecznej pomocy bezrobotnym osobom niepełnosprawnym”. Informacje o metodzie case management zostały zawarte w rekomendacji R.1.2.4. Zaproponowanie rozwiązań modelowych dedykowanych w regionie osobom młodym może być zadaniem Partnerstwa utworzonego w ramach Projektu „Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim”.

Przedstawiamy wybrane wnioski sformułowane przez realizatorów Programu Aktywizacja i Integracja w Piekarach Śląskich (opis działań jest przedstawiony poniżej w części dotyczącej dobrych praktyk).

- Należy podpisać z każdym uczestnikiem kontrakt socjalny, w którym będą zawarte jasne i czytelne zasady usprawiedliwiania nieobecności na zajęciach warsztatowych oraz pracach społecznie użytecznych.
- Uczestnicy nie dostrzegają, że prace społecznie użyteczne dostępne są w trakcie udziału w programie, natomiast umiejętności uzyskane w trakcie zajęć warsztatowych pomogą im radzić sobie na rynku pracy w późniejszym okresie. W trakcie rekrutacji do PAI uczestnicy zainteresowani są jedynie udziałem w pracach społecznie użytecznych, a zajęcia warsztatowe odbierają jako niepotrzebny dodatek.
- Formalno-prawny wymóg, by wiodącym podmiotem w realizacji PAI był PUP komplikuje procedurę uruchamiania programu i rekrutacji. Rekrutacja nie powinna ograniczać się do dwóch warunków wstępnych (zakwalifikowanie danej osoby przez PUP do III profilu pomocy oraz korzystanie z pomocy OPS).
- Organizacja zajęć warsztatowych powinna uwzględniać różne potrzeby i możliwości

uczestników (w tym dotyczące długości trwania zajęć, lokalizacji miejsca warsztatów, warunków lokalowych, dostępności napojów i poczęstunku).

- Sztywne ramy organizacji wsparcia (ustalony na wstępie wymiar czasowy zajęć indywidualnych i grupowych) utrudniają indywidualizację pracy.
- Uczestnicy bardzo wysoko ocenili możliwość udziału w targach pracy oraz wyjazdu do agencji zatrudnienia.
- Planując realizację kilku edycji Programu należy zadbać, by następowały bezpośrednio po sobie, bo zbyt długa przerwa osłabia motywację osób zakwalifikowanych do dalszego udziału.

DOBRE PRAKTYKI

Członkowie Partnerstwa wypracowującego niniejsze rekomendacje mają ciekawe doświadczenia w zakresie współpracy, którą rekomendujemy. Przedstawiamy informację o działaniach realizowanych w Tychach oraz Piekarach Śląskich.

I. Model współpracy pomiędzy Powiatowym Urzędem Pracy w Tychach a Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej w Tychach

CELEM WSPÓŁPRACY JEST W SZCZEGÓLNOŚCI:

1. Wsparcie rodzin z problemem bezrobocia oraz przeciwdziałanie długotrwałemu bezrobociu i wykluczeniu społecznemu poprzez:
 - a) inicjowanie działań w zakresie aktywizacji i integracji społecznej,
 - b) wsparcie w ramach poradnictwa zawodowego oraz udział w zajęciach aktywizacyjnych z wykorzystaniem usług i instrumentów rynku pracy,
 - c) wykorzystywanie współpracy obu instytucji do osiągnięcia maksymalnych korzyści, tj. zmiany sytuacji klientów,
 - d) skoordynowanie działań między instytucjami pomocy społecznej a instytucjami rynku pracy w zakresie przywracania osób wykluczonych i zagrożonych wykluczeniem do aktywnego funkcjonowania na rynku pracy.
2. Wymiana doświadczeń i wiedzy na temat możliwości podejmowania działań na rzecz klientów poprzez:
 - a) inicjowanie wspólnych spotkań pracowników PUP i MOPS,
 - b) wzajemne informowanie się o wszelkich zmianach ustawowych i proceduralnych,
 - c) bieżącą wymianę informacji o klientach przy użyciu systemu teleinformatycznego (SEPI).

GRUPĘ DOCELOWĄ W PROGRAMIE STANOWIĄ OSOBY :

- bezrobotne zarejestrowane w PUP Tychy,

- zamieszkujące na terenie m. Tychy,
- korzystające ze świadczeń pomocy społecznej,
- borykające się z deficytami lub dysfunkcjami wpływającymi na obniżenie ich szans na rynku pracy,
- posiadające obniżoną motywację do podjęcia zatrudnienia,

w szczególności z rodzin dysfunkcyjnych, w których dziedziczony jest model bezrobocia lub minimum dwóch członków rodziny nie posiada stałego zatrudnienia.

PRZEBIEG WSPÓŁPRACY:

Rekrutacja:

- zainicjowanie objęcia wsparciem klienta przez pracownika socjalnego MOPS,
- weryfikacja klienta pod względem formalnym przez doradcę klienta PUP,
- w przypadku realizacji Programu Integracja i Aktywizacja (PAI) opinia i uzasadnienie przez doradcę klienta PUP celowości udziału w PAI.

Dokonując doboru, obie strony biorą pod uwagę takie cechy klientów, jak czas pozostawania bez pracy oraz występowanie innych problemów utrudniających powrót na rynek pracy, ale także - przejawianie minimalnego zainteresowania wsparciem.

Działania:

- Wspólne ustalenie działań wynikających z ustawy z dnia 20 kwietnia 2004r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (tekst jedn. Dz. U. z 2015 poz. 149) i ustawy o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004r. (Dz. U. z 2009 Nr 17, poz. 1362) przez pracownika socjalnego MOPS i doradcę klienta PUP.
Przy planowaniu działań ważne jest uwzględnienie dotychczasowej pomocy, udzielonej danej osobie i ocena przyczyn jej niskiej skuteczności. Należy zweryfikować i odnotować podejmowane działania w Indywidualnym Planie Działania (doradca klienta PUP) i w kontrakcie socjalnym (pracownik socjalny MOPS).
- W przypadku realizacji PAI skierowanie do udziału w PAI przez doradcę klienta PUP.
- Stała wymiana informacji pomiędzy pracownikami na temat poszczególnych klientów, ich losów i potrzeb względem zakresu wsparcia, postępów w realizacji zaplanowanych działań oraz innych działań mających wpływ na osiągnięcie zamierzonych efektów.

II. Program Aktywizacja i Integracja jako przykład międzyinstytucjonalnego partnerstwa zadaniowego na terenie miasta Piekary Śląskie

PARTNERZY PROGRAMU

1. Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Piekarach Śląskich (działania integracyjne, wypłacanie świadczeń dla uczestników PAI w związku z wykonywaniem prac społecznie użytecznych).

2. Powiatowy Urząd Pracy w Piekarach Śląskich (inicjator uruchomienia programu, rekrutacja uczestników).
3. Zakład Gospodarki Mieszkaniowej Piekary Śląskie (realizacja i współorganizacja prac społecznie użytecznych).

Wsparcia merytorycznego udzielił Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach.

CELEM PROGRAMU jest udzielenie wsparcia osobom bezrobotnym oddalonym od rynku pracy służącego wzmocnieniu kompetencji i postaw niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania w życiu społecznym i zawodowym.

KORZYŚCI Z UDZIAŁU W PROGRAMIE

- Uzyskanie przez uczestników wsparcia finansowego (świadczenie z tytułu wykonywania prac społecznie użytecznych).
- Kształtowanie postawy odpowiedzialności za powierzone zadania.
- Zwiększenie kontaktów społecznych oraz wzmocnienie integracji ze społecznością lokalną.

REALIZACJA PROGRAMU

- Cykl podstawowy dla każdego uczestnika został określony na 2 miesiące.
- Możliwa była kontynuacja udziału w programie przez kolejny cykl dwumiesięczny.
- Wsparcie zostało zaplanowane dla 10 osób w ramach cyklu podstawowego oraz dla 5 osób - w formie kontynuacji udziału w programie.

FORMY ODDZIAŁYWANIA

- indywidualna praca socjalna oparta o zawarcie kontraktu socjalnego,
- grupowa praca socjalna (w tym grupa wsparcia),
- indywidualne i grupowe poradnictwo specjalistyczne,
- warsztaty psychoedukacyjne, treningi,
- spotkania z trenerem pracy.

EFEKT WSPÓŁPRACY

Opracowanie narzędzia *Programu Aktywizacja i Integracja w Klubie Integracji Społecznej MOPR Piekary Śląskie* - zawierającego 34 scenariusze zajęć grupowych oraz zakres tematyczny spotkań indywidualnych realizowanych w Bloku Integracja przez MOPR w Piekarach Śląskich. Konstrukcja Programu ma charakter uniwersalny. W zależności od potrzeb, oczekiwań oraz rodzaju grupy pozwala na optymalne zestawianie poszczególnych elementów.

WYNIKI EWALUACJI PROGRAMU

- W ocenie uczestników najbardziej wzrosła ich umiejętność posługiwania się komputerem w celu poszukiwania pracy na odległość.
- Wśród czynności pomocnych w poszukiwaniu pracy uczestnicy najwyżej ocenili umiejętność napisania poprawnych dokumentów aplikacyjnych.

- Udział w programie umożliwił uczestnikom stosowanie w większym stopniu technik komunikacyjnych podczas rozmowy kwalifikacyjnej.
- Uczestnicy rozwinęli umiejętność przygotowania się do rozmowy kwalifikacyjnej przez zebranie informacji o pracodawcy i przygotowanie autoprezentacji.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Powodzenie wdrażania niniejszej rekomendacji zależy od zainteresowania lokalnych instytucji i organizacji współpracą oraz od wprowadzenia zmiany prawnej dotyczącej zasad obliczania wskaźnika efektywności zatrudnieniowej przez PUP.
- b) Sukces wdrożenia niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy otrzymają kompleksowe wsparcie i nie będą odsyłane od instytucji do instytucji, to zainteresują się możliwościami aktywizacji.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – możliwość łączenia finansowych form wsparcia przez powiatowe urzędy pracy sprawi, że osoby korzystające z oferty, będą lepiej przygotowane do podjęcia zatrudnienia.
- c) Wzrost efektywności wsparcia udzielanego osobom z grupy NEET.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Liczba szkoleń przeprowadzonych dla społeczności lokalnych w województwie śląskim na temat zasad tworzenia i działania lokalnych partnerstw – 10.
- c) Poprawa oceny pracy PUP – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).

Terminy:

- a) Prace nad zmianą sposobu liczenia wskaźnika efektywności zatrudnieniowej przez powiatowe urzędy pracy wymagają zmian legislacyjnych.
- b) Tworzenie lokalnych partnerstw może rozpocząć się bezpośrednio po zapoznaniu się z niniejszą rekomendacją albo po udziale w szkoleniu oferowanym społecznościom lokalnym w województwie śląskim - cały 2017 rok.

Koszty:

- a) Wprowadzenie zmian prawnych dotyczących sposobu liczenia wskaźnika efektywności zatrudnieniowej nie wymaga poniesienia dodatkowych kosztów.
- b) Tworzenie współpracy partnerskiej nie oznacza konieczności tworzenia nowych struktur i ponoszenia kosztów, a jedynie zmiany myślenia w organizacji pracy i bieżącej wymiany informacji.
- c) Ewentualne koszty mogą łączyć się z przeprowadzeniem szkoleń lub opracowaniem materiałów strategicznych porządkujących wypracowane reguły współpracy.

Ryzyka:

- a) Brak zgody na zmianę sposobu liczenia wskaźnika efektywności zatrudnieniowej.
- b) Brak zainteresowania ze strony podmiotów działających lokalnie nawiązaniem i utrzymaniem trwałej i systematycznie rozwijanej współpracy.
- c) Szybkie zniechęcenie lokalnych partnerów do utrzymania wypracowanych standardów działania.

Rekomendacja 1.2.2

Zalecamy doskonalenie sposobu stosowania dotychczas dostępnych metod pracy, usług i instrumentów rynku pracy.

Adresaci rekomendacji:

1. Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim
2. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Diagnoza sytuacji osób młodych na rynku pracy w województwie śląskim nie dostarcza informacji, że oferowane formy wsparcia są źle dobrane. Zróżnicowane jest zainteresowanie poszczególnymi instrumentami rynku pracy, ale wcale nie można na tej podstawie twierdzić, że najmniej popularne instrumenty zostały źle skonstruowane. Badania ewaluacyjne pozwalają na ocenę skuteczności każdej z form wsparcia, ale niska skuteczność też nie musi oznaczać, że dana forma jest niepotrzebna dla aktywizacji osób młodych.

Na potrzeby niniejszej rekomendacji podjęliśmy dyskusję na temat ewentualnego doskonalenia sposobu stosowania rozwiązań, które na rynku pracy znane są od bardzo dawna. W przypadku osób młodych najważniejsze okazują się te, które pozwalają osobie wchodzącej na rynek pracy odnaleźć najlepsze dla siebie miejsce.

1. Efektywnie wykorzystujemy doradztwo zawodowe we wspieraniu różnych grup młodzieży

Postawy prezentowane przez młode osoby wobec pracodawców i specjalistów kierujących do nich pomoc: doradców zawodowych, pośredników pracy, psychologów, pedagogów sprawiają, że zalecane jest stosowanie takich metody pracy, których celem jest:

- wzmocnienie pozytywnego postrzegania siebie przez młodych ludzi,
- zachęcenie do bardziej aktywnego funkcjonowania w rzeczywistości, która ich otacza,
- rozwijanie/wzmocnienie poczucia osobistej sprawczości,
- kreowanie proaktywności,
- zwiększanie samoświadomości osób młodych.

Metody te nie tylko ułatwiają rozpoznanie predyspozycji osób korzystających z doradztwa zawodowego, ale też budują ich odpowiedzialność za swój los. Należy przy tym wziąć pod uwagę kwestię dynamicznej sytuacji na rynku pracy, powstawania nowych stanowisk pracy oraz zmieniających się oczekiwań pracodawców.

W związku z powyższym zaleca się metody i zasady pracy opisane w „Zeszytach informacyjno-metodycznych doradcy zawodowego” przez Marie Therese Ho-Kim i Jean’a François Marti, tj. „Metodę edukacyjną”, „Kurs inspiracji” oraz socjodynamiczną metodę doradztwa zawodowego.

Kolejnym zaleceniem związanym z opisem sylwetek osób młodych na rynku pracy jest wykorzystanie metod spoza narzędzi doradczych (takich jak np. wideo uczestniczące), których celem jest integracja grupy, nauka nowych umiejętności, w tym współpracy w grupie, grupowego podejmowania decyzji i komunikacji w grupie. Metody, które umożliwiają osobom młodym twórcze wyrażanie siebie w grupie, pozwalają lepiej poznać potrzeby tych osób.

2. Pracujmy z uczniami metodą wywiadów

Analiza wywiadów pogłębionych zrealizowanych w ramach Projektu prowadzi do wniosku, że zadawanie pytań respondentom dotyczących ich planów i – jednocześnie – zapewnienie możliwości swobodnego wypowiedzenia się, w wielu przypadkach pozwalało na uporządkowanie takich planów a przynajmniej prowadziło do pobudzenia refleksji w tym zakresie.

Dlatego celowe jest wprowadzenie indywidualnych wywiadów jako metody w pracy z uczniami w szkołach. Wywiady takie powinna prowadzić osoba z zewnątrz. Ich celem jest pobudzenie do myślenia. Przewidywany efekt to pobudzenie do aktywności, samoświadomości, celowego myślenia i działania w kierunku przyszłości, planowania.

Spotkania takie mogłyby odbywać się w trakcie ostatniej klasy, ale dobrze by było, gdyby były w każdym roku edukacji w szkole średniej – najlepiej, przeprowadzane przez tę samą osobę. Docelowo rekomenduje się, by wywiady prowadził zawodowy head hunter spoza szkoły z zachowaniem wymogów poufności rozmowy indywidualnej, co wpłynęłoby na szczerłość wypowiedzi.

Uzasadnieniem dla wdrożenia indywidualnych wywiadów na etapie edukacji szkolnej jest to, że młodzi ludzie często nie myślą o przyszłości. Nie wiedzą także, co chcą robić i nie szukają wyjścia z tej niewiedzy. Sytuację może utrudniać w niektórych przypadkach brak wsparcia w domach rodzinnych i możliwości rozmowy z osobą dorosłą na temat przyszłości. W rezultacie szkołę opuszczają osoby, które nie mają pomysłu na siebie i nie wiedzą, co chcą robić. Wywiady dają szansę przemyślenia kwestii wyboru dalszej drogi życiowej, co może wpłynąć na podjęcie odpowiednich decyzji przed zakończeniem edukacji.

3. Włączmy się w działania na rzecz lepszego wykorzystania praktyk studenckich do przygotowania młodych osób do udziału w zatrudnieniu

Praktyki studenckie są szansą dla osób młodych na zdobycie doświadczenia i wykorzystanie wiedzy teoretycznej. Dla wielu studentów i absolwentów praktyka studencka jest podstawowym elementem opisu doświadczenia wykazywanego w CV. Wymiar obowiązkowych praktyk studenckich wynosi zazwyczaj 120 – 160 godzin, co przekłada się na 3 do 4 tygodnie pracy po 8 godzin dziennie. Uczelnie wymagają odbycia takich praktyk, ale nie ułatwiają tego studentom

np. poprzez odpowiednie przygotowanie planu zajęć. Wiele młodych osób ma duże trudności ze znalezieniem pracodawcy, u którego można by odbyć sensowne praktyki według planu np. pon. 8-10, śr. 11-13 i czw. 14-16. Ostatecznie, przynoszą na uczelnie zaświadczenia wydane przez firmy zatrudniające ich dorywczo i – najczęściej – bez związku z kierunkiem studiów.

Dlatego celowa jest poprawa organizacji i przebiegu praktyk studenckich. Najlepszym rozwiązaniem jest organizacja praktyk przez uczelnie we współpracy bezpośrednio z pracodawcami lub instytucjami rynku pracy, co umożliwi nadzorowanie ich przebiegu i uczyni faktycznie przydatnymi dla młodych ludzi. Kolejny wariant zakłada, że uczelnia umożliwi jedynie rzetelną realizację obowiązku, który nakłada na studentów i zapewni, że w jednym semestrze zajęcia będą planowane dla danej grupy tylko rano (np. do godz. 12.00) lub po południu, ewentualnie w każdym tygodniu studenci będą mieli dwa dni wolne od zajęć. Praktyki organizowane we współpracy z instytucjami rynku pracy podlegałyby nadzorowi, co jest ważne z tego względu, że obecnie zadania powierzane praktykantom nie wymagają wiedzy, a jedynie są czasochłonne lub uciążliwe. Studenci, którzy otrzymują takie zadania, nie przykładają się do ich realizacji i tak powstaje niekorzystna opinia – studentów o praktykach i pracodawców o praktykantach.

Uwaga

Wdrożenie niniejszej rekomendacji w zakresie objęcia wsparciem PUP studentów ostatnich lat studiów wymaga zmian legislacyjnych. Problem ten został przedstawiony również w rekomendacji R.1.2.3, R.3.1 oraz R.5.3.

Z całą pewnością praktyki studenckie są młodym ludziom potrzebne a zdobywanie pierwszych doświadczeń pracowniczych jest zbyt poważną sprawą, by zostawić ją jedynie młodemu człowiekowi, który swoje zadania musi wpisać w skomplikowany plan zajęć na uczelni. Warto wdrożyć system współpracy studentów z niepublicznymi instytucjami rynku pracy. Warto też rozważyć możliwość objęcia wsparciem PUP studentów ostatnich lat studiów, co zostało opisane w rekomendacji R.1.2.3, by w ten sposób podnieść jakość praktyk studenckich, umożliwić zdobycie doświadczenia oraz wdrożyć młodych ludzi do współpracy z instytucjami rynku pracy. Przełamanie dużej bariery w tym zakresie może być istotnym sposobem zmniejszenia skali wpadania młodych ludzi do grupy NEET.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Sukces wdrożenia niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych.
- b) Powodzenie wdrażania niniejszej rekomendacji zależy od zainteresowania wyższych uczelni oraz instytucji rynku pracy „nowym otwarciem” praktyk studenckich oraz od gotowości doradców zawodowych i innych osób wspierających osoby młode do doskonalenia warsztatu i wprowadzania nowych metod i narzędzi.
- c) Sukcesem wdrożenia niniejszej rekomendacji będzie ukształtowanie nowego znaczenia praktyk studenckich jako sposobu zdobywania doświadczenia zawodowego.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – świadomi swojej wartości, znający swoje cele i plany młodzi ludzie chętnie będą sięgać po wsparcie, które pozwoli im te cele osiągnąć.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.
- c) Lepsze przygotowanie absolwentów studiów wyższych do wejścia na rynek pracy.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Wyższy wskaźnik zatrudnienia ludzi młodych – zwiększenie o 1 p. proc. rocznie.
- c) Mniej osób bezrobotnych w wieku do 30. roku życia legitymujących się wyższym wykształceniem – zmniejszenie wskaźnika o 1 p. proc. rocznie.
- d) Poprawa oceny pracy śląskich instytucji rynku pracy – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).

Terminy:

- a) Wdrożenie zalecanych rozwiązań w zakresie doradztwa zawodowego oraz pracy metodą wywiadu można rozpocząć bezpośrednio po zapoznaniu się z treścią niniejszej rekomendacji.
- b) Zmiana zasad organizacji praktyk studenckich może nastąpić najwcześniej od nowego roku akademickiego – od X 2017 roku.
- c) Wprowadzenie możliwości objęcia studentów ostatnich lat studiów wsparciem udzielanym przez PUP wymaga zmian prawnych – możliwe przy nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

Koszty:

- a) Wprowadzanie nowych metod pracy do warsztatu doradcy zawodowego nie wymaga ponoszenia dodatkowych kosztów.
- b) Przeprowadzanie wywiadów indywidualnych z uczniami oznacza konieczność sfinansowania pracy osób, które będą te wywiady prowadziły.
- c) Zmiana zasad organizacji praktyk studenckich wymaga sfinansowania działań niepublicznych IRP – w skali województwa koszt około 3 mln zł rocznie (budżet średniej wielkości projektu).

Ryzyka:

- a) Rekomendacja zmienia sposób pracy doradcy zawodowego, ułatwia kształtowanie postaw młodych ludzi i jej wdrożenie nie łączy się z istotnymi ryzykami.
- b) Istnieje ryzyko, że uczelnie wyższe nie będą zainteresowane współpracą z IRP w zakresie stworzenia studentom warunków do udziału w wartościowych praktykach.

Rekomendacja 1.2.3

Zalecamy prowadzenie działań na rzecz rozszerzenia gamy dostępnych usług i instrumentów rynku pracy.

Adresaci rekomendacji:

1. Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim
2. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Uwaga dodatkowa

Wdrożenie niniejszego zalecenia wymaga wprowadzenia zmian legislacyjnych i dlatego zostało ponownie wskazane w R.3.1 oraz R.5.3

Z pogłębionych wywiadów indywidualnych przeprowadzonych z przedstawicielami grupy NEET oraz z ankiet skierowanych do powiatowych urzędów pracy i agencji zatrudnienia działających w województwie śląskim nie wynika, że istotnym problemem w aktywizacji osób młodych jest niedostatecznie szeroka gama oferowanych instrumentów rynku pracy.

Różnie jest oceniana efektywność dotychczas stosowanych instrumentów i różne jest zainteresowanie nimi ze strony młodych ludzi, ale w badaniach nie pojawiają się odpowiedzi, że oferta kierowana do tej grupy jest nieciekawa i nie spełnia ich oczekiwań (najczęściej młode osoby z grupy NEET, które nie są zarejestrowane, wcale jej nie znają i wydaje im się, że nie chcą jej poznać, bo zapewne nie jest ciekawa).

Dlatego rekomendacje dotyczące wprowadzenia nowych usług i instrumentów rynku pracy wynikają przede wszystkim z doświadczeń Partnerów i mają na celu ograniczenie problemów zdefiniowanych na etapie diagnozy sytuacji młodych ludzi na rynku pracy w województwie śląskim.

1. Działajmy na rzecz wprowadzenia bonu opiekuńczego wspierającego aktywizację młodych ludzi sprawujących opiekę nad osobą zależną.

W badaniach BAEL zauważalna statystycznie jest grupa młodych osób, które nie pracują, nie uczą i nie szkolą ze względu na konieczność sprawowania obowiązków rodzinnych. Wśród tych obowiązków istotne miejsce zajmuje konieczność sprawowania opieki nad osobą zależną, w tym nad małym dzieckiem. Problem ten najczęściej dotyka młodych kobiet.

W wielu przypadkach cięża i konieczność zajęcia się dzieckiem jest przyczyną wypadania z systemu edukacji lub przerywania zatrudnienia. Nie uda się przywrócić tych młodych osób do aktywności bez usunięcia tej przeszkody. Zanim mały człowiek osiągnie pewien poziom samodzielności, to mama oddali się od rynku pracy tak bardzo, że jej

ponowna aktywizacja będzie niezwykle długotrwała, trudna i obarczona dużym ryzykiem niepowodzenia.

Dlatego celowe jest wprowadzenie bonu opiekuńczego (na wzór bonu na zasiedlenie czy bonu szkoleniowego), który pozwoli pokonać ważną barierę aktywizacji. Podobne rozwiązania były już z powodzeniem włączane do różnych projektów i potwierdziła się ich duża skuteczność.

2. Dążmy do wypracowania rozwiązań umożliwiających powiatowym urzędом pracy prowadzenie działań na otwartym rynku

Oferta powiatowych urzędów pracy jest skierowana przede wszystkim do osób zarejestrowanych jako osoby bezrobotne lub poszukujące pracy. Istnieje wąski zakres działań PUP, z którego mogą skorzystać wszyscy zainteresowani, ale to absolutny margines oferty. Osoby niezarejestrowane mogą np. korzystać z ofert pracy udostępnionych przez PUP, chyba że pracodawca zastrzegł, że szczegóły oferty mogą zostać ujawnione tylko osobom zarejestrowanym.

W dyskusji partnerskiej kilkakrotnie pojawił się wątek, że warto niektórymi formami wsparcia objąć osoby niezarejestrowane, np. studentów i uczniów ostatnich klas, którzy za kilka miesięcy powinni wejść na rynek pracy. Obowiązujące obecnie rozwiązania uniemożliwiają takie działanie i dlatego Partnerzy postanowili sformułować niniejsze zalecenie. Przykład wspierania studentów przez instytucje rynku pracy na etapie organizacji praktyk studenckich został przybliżony w rekomendacji R.1.2.2.

3. Promujmy taki model udzielania wsparcia, który łączy dostępność oferty ze spełnieniem określonych wymagań przez osobę wspieraną

Podejście partnerskie w usługach rynku pracy, wskazane w rekomendacji R.1.2.4, wymaga wprowadzenia zmian po stronie sposobu udostępniania oferty, ale również po stronie korzystania z niej. Rozbudowa zakresu dostępnych instrumentów rynku pracy, doskonalenie metod pracy z klientem, wprowadzenie jednolitych zasad obsługi itp. są działaniami podejmowanymi przez stronę oferującą wsparcie. A co z postawami osób, które to wsparcie otrzymują?

Wejście na rynek pracy to przyjęcie na siebie praw, ale również – a może przede wszystkim – obowiązków, bo wiele praw jest konsekwencją wywiązywania się przez pracownika z obowiązków.

Osoba aktywizowana już od początku współpracy powinna być partnerem instytucji rynku pracy. Może formułować swoje oczekiwania, ale równocześnie powinna określić, jakie zobowiązania przyjmuje na siebie. „Bezwarunkowe” rozdawanie wsparcia nie sprzyja mobilizacji, a bez niej nie ma mowy o aktywności. W konsekwencji, proces aktywizacji nie prowadzi do zbudowania postawy gotowości do udziału w rynku pracy, ale do wręczenia oferty pracy, a to nie gwarantuje sukcesu w zatrudnieniu. Celem bezwarunkowego wsparcia nie jest znalezienie

nowego miejsca na rynku pracy, ale umieszczenie na tym rynku osoby, która znalazła się poza nim. Dlatego, dla dobra osoby korzystającej ze wsparcia i dla zwiększenia powodzenia w zatrudnieniu, konieczne jest ustalenie zasad wymagania konkretnych działań od osób objętych aktywizacją.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji jest uzależnione od wprowadzenia zmian prawnych.
- b) Sukces wdrożenia zależy od skutecznej informacji o wprowadzeniu nowych rozwiązań prawnych.
- c) Celowe jest również zachęcenie pracowników IRP do korzystania z nowych rozwiązań.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą śląskich IRP ze strony osób młodych, głównie kobiet; które pozostawały w grupie NEET ze względu na konieczność sprawowania opieki nad osobami zależnymi.
- b) Przeciwdziałanie wpadaniu absolwentów do grupy NEET poprzez lepsze ich przygotowanie do wejścia na rynek pracy już na końcowym etapie udziału w edukacji
- c) Lepsze przygotowanie osób młodych do wejścia/powrotu na rynek pracy poprzez zmobilizowanie ich do działania już na etapie udziału we wsparciu.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Wzrost liczby młodych osób, głównie kobiet, sprawujących opiekę nad osobą zależną i korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – wzrost o 2 p. proc. rocznie.
- b) Liczba osób, które skorzystają z bonu opiekuńczego w procesie aktywizacji zawodowej – 600 osób rocznie.
- c) Poprawa oceny pracy PUP – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).
- d) Bardziej aktywne i świadome osoby wchodzące na rynek pracy po wsparciu uzyskanym od instytucji rynku pracy - ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).

Terminy:

- a) Wprowadzenie nowego instrumentu rynku pracy wymaga zmian legislacyjnych i może zostać dokonane przy kolejnej nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.
- b) Podobnych zmian wymaga umożliwienie powiatowym urządům pracy kierowania swoich działań do osób niezarejestrowanych – termin nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.
- c) Przeciwdziałanie „bezwarunkowemu” rozdawaniu wsparcia można rozpocząć zaraz po zapoznaniu się z treścią niniejszej rekomendacji.

Koszty:

- a) Bon opiekuńczy może zostać wprowadzony w ramach dostępnych środków i przy nowym ich podziale pomiędzy różne instrumenty rynku pracy.
- b) Budowanie postaw aktywnych u osób korzystających ze wsparcia nie powinno generować dodatkowych kosztów, podobnie jak skierowanie działań do osób spoza grona zarejestrowanych w PUP.

Ryzyka:

- a) Opór osób aktywizowanych przed wprowadzeniem zasady formułowania wymagań w związku z udzielanym wsparciem.
- b) Brak zainteresowania ze strony MRPIPS wprowadzaniem nowych instrumentów rynku pracy.

Rekomendacja 1.2.4

Zalecamy prowadzenie działań zindywidualizowanych, dostosowanych do potrzeb, barier i oczekiwań poszczególnych grup klientów i każdego klienta IRP.

Adresaci rekomendacji:

1. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej
2. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
3. powiatowe urzędy pracy w województwie śląskim
4. wszystkie inne instytucje rynku pracy województwa śląskiego

W województwie śląskim grupa młodych osób oddalonych od rynku pracy, w tym grupa NEET, jest wewnątrznie bardzo zróżnicowana i ciągle słabo zdiagnozowana. Z wywiadów pogłębionych przeprowadzonych w ramach Projektu wynika, że są w tej grupie zarówno osoby bez kwalifikacji zawodowych, jak i osoby bardzo dobrze wykształcone. Należą do niej osoby z dużych miast, mające dostęp do informacji, jak i osoby z małych ośrodków, które nie potrafią odnaleźć się na rynku pracy. Są to typowi przedstawiciele pokolenia Y – wykorzystujący najnowsze technologie, niecierpliwi, świadomi swojej wartości, z precyzyjnie określonymi celami zawodowymi, często postrzegani jako roszczeniowi. Ale są też młodzi ludzie o bardzo słabej motywacji, małej wierze w powodzenie i niskiej samoocenie. Niektórzy z nich nie mają żadnych doświadczeń zawodowych, inni znają tylko pracę na czarno, a jeszcze inni nie podejmowali zatrudnienia, bo wychowali się w środowisku, w którym praca nie stanowi żadnego celu życiowego. Jednocześnie, cała grupa NEET w województwie śląskim nie jest bardzo liczna.

W tej sytuacji znajomość pewnych cech tej grupy wcale nie ułatwia zaplanowania standardowego wsparcia, bo w tym konkretnym przypadku nie może być mowy o standardowym wsparciu. Każda z tych młodych osób jest inna, ma swój bagaż doświadczeń i dużą wrażliwość. Dotarcie do niej, przekonanie do inwestowania w siebie, myślenia o przyszłości, podejmowania nauki lub pracy, wyznaczania sobie celów itp. będzie możliwe tylko wówczas, gdy będziemy mogli przekonać każdą z tych osób z osobna, że jest podmiotem aktywizacji, a nie wskaźnikiem potrzebnym do statystyk.

Najlepszym sposobem uzyskania przez instytucję rynku pracy i pracujących w niej ludzi zaufania przedstawiciela grupy NEET jest indywidualizacja wsparcia.

1. Działajmy na rzecz wprowadzenia zmiany do ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w zakresie treści art. 66a pkt. 6 polegającej na zwiększeniu wskaźnika określającego maksymalną łączną kwotę wydatków poniesionych na specyficzne elementy wspierające zatrudnienie, związane z realizacją programu specjalnego.

Powiatowe urzędy pracy realizują programy specjalne zgodnie z ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz Rozporządzeniem Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 maja 2014 roku w sprawie programów specjalnych.

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia indywidualizacji wsparcia kierowanego do osób młodych, ale wymaga wprowadzenia zmian prawnych i dlatego zostało ponownie wskazane w rekomendacji R.3.1 oraz R.5.3.

Realizacja programu specjalnego jest zawsze poprzedzona analizą potrzeb lokalnego rynku pracy. Z diagnozy wynika zakres i formy planowanego wsparcia oraz zasady doboru uczestników. Istotą programów specjalnych jest to, że oferowane wsparcie obejmuje zarówno usługi i instrumenty rynku pracy dostępne w ofercie PUP, jak i tzw. specyficzne elementy wspierające zatrudnienie. Są to nowe, często innowacyjne rozwiązania, uzupełniające standardową ofertę, bardzo ważne dla skuteczności oferowanego wsparcia, a w konsekwencji dla przewyciężenia problemów lokalnego rynku pracy wskazanych w diagnozie.

Program specjalny jest realizowany metodą projektową – zawiera charakterystykę uczestników i wskazanie sposobu ich doboru, opis zadań (zarówno standardowych jak i ponadstandardowych), informację o ewentualnych partnerach, szczegółowy kosztorys, harmonogram, spodziewane rezultaty, zasady monitorowania i analizę ryzyk. Tak przygotowany program specjalny jest opiniowany przez powiatową radę rynku pracy, a następnie realizowany.

Wprowadzenie możliwości realizacji tak przygotowanych programów jest odpowiedzią na problem, jaki stanowi istnienie grupy klientów powiatowych urzędów pracy, których nie daje się skutecznie aktywizować wykorzystując tylko standardowe działania. To właśnie z myślą o skutecznej aktywizacji osób wymagających specjalnych, zindywidualizowanych działań powinny być wdrażane programy specjalne.

Poważną barierą dla osiągnięcia celu programu, jakim jest skuteczna aktywizacja, jest przepis art. 66a pkt 6 ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w brzmieniu: *Łączna kwota wydatków poniesionych na specyficzne elementy wspierające zatrudnienie, związane z realizacją programu specjalnego, nie może przekroczyć 20 % wysokości środków Funduszu Pracy, przeznaczonych na realizację programu specjalnego.*

Okazuje się, że program specjalny - który kierowany jest przede wszystkim do osób bezrobotnych i poszukujących pracy, w stosunku do których stosowane wcześniej usługi i instrumenty rynku pracy okazały się niewystarczające do powrotu na rynek pracy bądź utrzymania miejsca pracy – oferuje tym osobom w minimum 80% właśnie te niewystarczające

usługi i instrumenty, a tylko w pozostałej części ma do zaoferowania coś nowego, zwiększającego istotnie szansę skuteczności udzielanego wsparcia. Taka sytuacja jest trudna do zaakceptowania przez podmioty, które ponoszą wysiłek przygotowania diagnozy, opracowania programu i przedstawienia go powiatowej radzie, po czym na koniec okazuje się, że mogą w zdecydowanej większości zaoferować rozwiązania, które już wcześniej nie sprawdziły się.

Dlatego celowe jest podjęcie działań zmierzających do wprowadzenia zmian w ustawie o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w zakresie treści art. 66a pkt. 6 polegającej na zwiększeniu do 50% wskaźnika określającego maksymalną łączną kwotę wydatków poniesionych na specyficzne elementy wspierające zatrudnienie, związane z realizacją programu specjalnego.

Stwierdzamy, że skoro ustawa dopuszcza wykorzystanie tylko do 10% środków Funduszu Pracy na programy specjalne, a z tej kwoty maksymalnie 20% może dotyczyć działań niestandardowych, to faktyczna maksymalna indywidualizacja wsparcia oferowanego przez PUP na podstawie ustawy wynosi...2%, a to trudno uznać za wskaźnik satysfakcjonujący.

2. Podejmijmy starania o wprowadzenie do dokumentacji konkursowej dotyczącej aktywizacji osób młodych możliwości zaplanowania działań, które będą wykraczały poza obowiązkowy zakres wsparcia i zostaną doprecyzowane na etapie pracy z każdą uczestniczką/każdym uczestnikiem projektu

Przedstawione rozwiązanie jest w swoim założeniu spójne z omówionymi powyżej programami specjalnymi powiatowych urzędów pracy.

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia indywidualizacji wsparcia kierowanego do osób młodych, ale wymaga wprowadzenia zmian do dokumentacji konkursowych i dlatego zostało ponownie wskazane w rekomendacji R.2.2.

Dokumentacja konkursowa w obecnej perspektywie finansowej 2014 - 2020 szczegółowo opisuje działania, które mogą być podejmowane w ramach projektu. Np. dla projektów wspierających przedsiębiorczość są to szkolenia/doradztwo przygotowujące do napisania biznesplanu, udzielenie jednorazowej dotacji finansowej na założenie firmy oraz wsparcie pomostowe (finansowe i doradcze). Często jest nawet wskazana minimalna liczba godzin szkoleń/doradztwa, zakres doradztwa itp. Jednocześnie oczekuje się od wnioskodawców analizy grupy docelowej i zaplanowania wsparcia tak, by było odpowiedzią na zdiagnozowane problemy, bariery i potrzeby tej grupy.

Jak wynika z wywiadów pogłębionych i dostępnych analiz, grupa NEET w województwie śląskim jest wewnątrznie bardzo zróżnicowana, a problemy i potrzeby każdej indywidualnej osoby mogą być zdiagnozowane dopiero na etapie rekrutacji do projektu (dokumentacja konkursowa zwykle wymaga dokonania takiej diagnozy i dobrania najlepszej formy i zakresu wsparcia). Problem polega na tym, że praktycznie nie ma z czego wybierać, bo warunki konkursu nie dają dużego pola manewru. Łatwiej jest zwolnić absolwenta marketingu z części szkoleń, które dotyczą tego tematu, niż zaproponować coś dodatkowego, niestandardowego, ale w przypadku danej osoby koniecznego, żeby mogła utworzyć i utrzymać działalność gospodarczą.

Dlatego w przypadku tej bardzo trudnej, zróżnicowanej i ciągle słabo zdiagnozowanej grupy, jaką jest NEET, szczególnie celowe jest włączenie do dokumentacji konkursowej możliwości zaplanowania działań niestandardowych (tak, jak w przypadku programów specjalnych PUP) dotyczących określonej części budżetu. Może właśnie te indywidualnie dedykowane działania okażą się na tyle interesujące dla osób z grupy NEET, że uwierzą oni, iż oferta jest przygotowana z myślą o nich i komuś wreszcie na nich zależy. To może być pierwszy krok do ich skutecznej aktywizacji zawodowej.

3. Wdrażajmy partnerskie podejście do klienta zapewniające mu uzyskanie wsparcia odpowiadającego na jego potrzeby i oczekiwania oraz niwelujące występujące bariery

Potrzebę partnerskiego podejścia we wspieraniu osób z grupy NEET wskazano już we wstępie do niniejszej rekomendacji.

Kluczowymi warunkami powodzenia aktywizacji młodych osób oddalonych od rynku pracy jest ukształtowanie w ich świadomości pozytywnego wizerunku instytucji rynku pracy oraz zbudowanie przekonania, że współpraca młodego człowieka z taką instytucją może zakończyć się znalezieniem ciekawej dla niej/niego pracy.

Dla zapewnienia partnerskiego podejścia konieczne jest m.in. wzajemne zaufanie, równość stron – to znaczy współpraca na każdym etapie aktywizacji (a nie narzucane rozwiązania), czytelne reguły, a na końcu dostęp do interesujących ofert pracy.

Przedstawione powyżej warunki są bezpośrednio związane z wieloma innymi rekomendacjami zawartymi w niniejszym zestawie wypracowanym przez Partnerstwo zawiązane w województwie śląskim.

W tym miejscu można tylko dodać, że specyfika grupy NEET wymaga poświęcenia jej szczególnego miejsca w każdym fragmencie aktywności instytucji rynku pracy – od specjalnej strony internetowej, przez metody dotarcia, konstruowania informacji, po organizację pracy instytucji. Może więc warto zastanowić się nad wyznaczeniem dla tej grupy specjalnych doradców (przygotowanych w ramach standardów obsługi klienta do pracy z takimi klientami), zaplanowanie nieszablonowych form kontaktów, podtrzymywanie

pozyskanych klientów m.in. poprzez częsty kontakt z nimi i różnorodną ofertę. To wszystko w przypadku tej grupy jest równie ważne jak dostępne instrumenty rynku pracy.

4. Wykorzystujemy elementy metody case management, które zostały wdrożone w publicznych służbach zatrudnienia województwa śląskiego do wspierania klientów z niepełnosprawnościami

Elementy metody case management zostały zaadaptowane do polskich uwarunkowań i wprowadzone do praktyki działania publicznych służb zatrudnienia województwa śląskiego w związku z realizacją przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach międzynarodowego projektu „Wiedza i praktyka kluczem do skutecznej pomocy bezrobotnym osobom niepełnosprawnym”. Więcej o tej metodzie można przeczytać w poradniku wydanym w ramach tego projektu w 2015 roku i dostępnym pod adresem: <http://arch.wup-katowice.pl/files/zalaczniki/2015/07/02/1435818136/1435818228.pdf>.

Metoda case management łączy w sobie zarówno elementy indywidualizacji wsparcia, jak i kompleksowości. Może być stosowana we wspieraniu osób niepełnosprawnych, ale też wszystkich innych osób, których wejście lub powrót na rynek pracy wymaga pokonania większej liczby barier niż tylko brak oferty zatrudnienia. Jeżeli klient ma problemy wynikające z sytuacji zdrowotnej, rodzinnej, poziomu wykształcenia lub innych sytuacji życiowych, to przekazanie mu oferty pracy nie wyczerpuje przesłanek skutecznej aktywizacji. Jednocześnie, problemy wskazane powyżej wykraczają poza zakres działania każdej poszczególnej instytucji. Sytuacja, gdy klient odwiedza kolejne instytucje, od podstaw wyjaśnia swoją sytuację, jest wielokrotnie diagnozowany i wyznacza mu się kolejne ścieżki działań, jest wielce stresująca i skutecznie osłabia motywację.

Każdy przypadek jest indywidualny i wymaga zróżnicowanych działań. Case management jest więc metodą zarządzania indywidualnym przypadkiem opartą na sprawdzonych niemieckich wzorach.

Klient, który ma skomplikowaną sytuację życiową i sam sobie z nią nie radzi, a żadna pojedyncza instytucja nie może mu pomóc, rozpoczyna współpracę z case managerem, który jest jego przewodnikiem, doradcą, źródłem informacji, koordynatorem działań itp. Case manager poznaje klienta, opracowuje diagnozę i wspólnie z klientem ustala plan działania. Następnie case manager rozpoczyna współpracę z kolejnymi instytucjami, które mogą pomóc rozwiązać problemy klienta i monitoruje postępy w realizacji założonych celów. Jeśli na tym etapie zauważa kolejne problemy, wraca do punktu wyjścia, by ustalić sposób ich rozwiązania. Jeśli wszystko przebiega zgodnie z pierwotnym planem, to po 12 lub 24 miesiącach klient jest gotowy do podjęcia zatrudnienia i nic już nie powinno mu w tym przeszkadzać.

Przedstawiona powyżej metoda może być z powodzeniem wykorzystana do wspierania osób z grupy NEET w wejściu lub powrocie na rynek pracy. Wydaje się również, że jej stosowanie może poprawić skuteczność działania także niepublicznych instytucji rynku pracy.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Sukces wdrażania wskazanych rozwiązań uwarunkowany jest wprowadzeniem odpowiednim zmian prawnych.
- b) Wdrożenie wymaga również promocji i upowszechnienia metody case management oraz opracowania rozwiązań specjalnych, związanych z aktywizacją osób młodych i rozwiązywaniem ich problemów.
- c) Powodzenie wdrożenia niniejszej rekomendacji związane jest z chęcią realizacji działań niestandardowych i wdrożenia partnerskiego podejścia do każdego klienta.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy osoby młode przekonają się, że instytucje rynku pracy mają ofertę przygotowaną specjalnie dla nich, chcą wspierać młodych klientów na zasadach partnerskich i mogą przedstawić interesujące oferty pracy, to zainteresują się ofertą w zakresie aktywizacji.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.
- c) Poprawa wizerunku instytucji rynku pracy w województwie śląskim.
- d) Większy udział osób młodych wśród klientów instytucji rynku pracy.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Mniejsza liczba osób pozostających w grupie NEET – coroczny spadek o 3 p. proc.
- c) Poprawa oceny pracy PUP – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).

Terminy:

- a) Zmiany zapisów ustawowych mogą być wprowadzone na etapie nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instrumentach rynku pracy.
- b) Wprowadzenie zmian do dokumentacji konkursowych może nastąpić najwcześniej w 2018 roku.
- c) Wprowadzenie zmian organizacyjnych w instytucjach rynku pracy zmierzających do zapewnienia indywidualnego wsparcia każdemu klientowi może nastąpić niezwłocznie po zapoznaniu się z niniejszą rekomendacją.
- d) Upowszechnienie metody case management, również wśród niepublicznych instytucji rynku pracy, wymaga przeprowadzenia warsztatów – w skali województwa: 6 miesięcy.

Koszty:

- a) Przedstawione propozycje działań bezpośrednio prowadzących do wzrostu zakresu indywidualizacji wsparcia nie łączą się z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów.
- b) Organizacja warsztatów z zakresu wykorzystania metody case management – 100 tys. zł.

Ryzyka:

- a) Brak decyzji o wprowadzeniu zmian do treści ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.
- b) Brak możliwości wprowadzenia do konkursów zachęt do indywidualizacji pracy z uczestniczką/uczestnikiem projektu.
- c) Brak zainteresowania wdrożeniem metody case management we wspieraniu osób młodych.

Rekomendacja 1.2.5

Zalecamy promowanie przedsiębiorczości wśród osób młodych i dostosowanie oferowanego wsparcia do potrzeb i oczekiwań tej grupy.

Adresaci rekomendacji:

1. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej,
2. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
2. powiatowe urzędy pracy
3. podmioty realizujące projekty konkursowe oferujące wsparcie podejmowania działalności gospodarczej

Promowanie i wspieranie przedsiębiorczości wśród młodych osób bezrobotnych m.in. poprzez udzielanie dotacji na założenie działalności gospodarczej w ramach projektów konkursowych i pozakonkursowych jest metodą atrakcyjną dla osób aktywizowanych, prostą w realizacji i dostępną. A jednak osoby starające się o otrzymanie dotacji napotykały trudności, które mają wpływ zarówno na skuteczność aktywizacji mierzoną w okresie 2 - 3 lat od założenia firmy, jaki i na tworzenie się stereotypowych opinii o tej formie wsparcia.

„Badanie ogólnopolskie nt. stosowanej formy aktywizacji zawodowej bezrobotnych, jaką jest przyznawanie środków Funduszu Pracy na podjęcie działalności gospodarczej w latach 2008 - 2011” wykonane na zlecenie MPiPS wskazuje kilka spraw, które już na samym początku stwarzają problemy osobom chcącym założyć działalność gospodarczą. Mimo, że badanie dotyczy lat 2008 - 2011 i środków z FP, można je uznać za reprezentatywne także w stosunku do projektów, w których środki na podjęcie działalności pochodzą z Europejskiego Funduszu Społecznego, ponieważ projekty te dotyczą tych samych grup docelowych beneficjentów: osób bezrobotnych, osób młodych bezrobotnych oraz osób w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy.

Zdiagnozowane problemy to przede wszystkim trudności:

| | |
|--|-------|
| z zabezpieczeniem (weksel, poręczyciele) | 65,8% |
| w przygotowaniu wniosku od strony formalnej | 52,0% |
| merytoryczne w przygotowaniu wniosku o dotację | 30,0% |

Badanie pokazuje, że trudności w przygotowaniu wniosku od strony formalnej i merytorycznej są dużym problemem dla osób, które chciałyby założyć firmę z bezzwrotnej dotacji. Świadczy to m.in. o tym, że chętni nie są odpowiednio przygotowani i nie posiadają wystarczającej wiedzy z zakresu przedsiębiorczości.

Projekty pozakonkursowe realizowane w PUP nie przewidują kompleksowej pomocy dla kandydatów i dla uczestników a następnie dla przedsiębiorców. Na etapie przystępowania do projektu nie są badane ich predyspozycje przedsiębiorcze i stopień motywacji do prowadzenia firmy.

Wpływa to na jakość tworzonych firm i ich trwałość. Do projektów często trafiają osoby przypadkowe, którym wydaje się, że nadają się na przedsiębiorców, lub traktują założenie firmy jako etap przejściowy, który pomoże im przetrwać trudną sytuację zawodową na rynku pracy i po 12 miesiącach likwidują firmę.

W projektach konkursowych kandydaci podczas rekrutacji mają szansę na spotkanie z psychologiem i/lub doradcą zawodowym i już na wstępnym etapie podlegają weryfikacji pod kątem ich predyspozycji do założenia działalności gospodarczej, co jest pewnego rodzaju przewagą w stosunku do projektów realizowanych przez powiatowe urzędy pracy.

Projekty przewidują wsparcie w formie szkoleń i doradztw, podczas których uczestnicy uczą się pisania biznes-planów i szkolą się w zakresie przedsiębiorczości. Wiąże się to jednak z koniecznością przyjazdów na zajęcia, pozostawiania osób zależnych pod opieką osób trzecich, co pociąga za sobą dodatkowe koszty. Taka sytuacja zniechęca potencjalnych kandydatów do uczestniczenia w projekcie i osłabia ich motywację.

Dodatkowym czynnikiem obniżającym zainteresowanie udziałem w projektach wspierających przedsiębiorczość jest konieczność spełnienia wymagań związanych z zabezpieczeniem na wypadek zwrotu otrzymanego wsparcia (np. weksel, blokada rachunku bankowego, gwarancja bankowa). Często osoby zainteresowane otrzymaniem dotacji nie są w stanie spełnić tego warunku, co zniechęca je do ubiegania się o środki finansowe. Trzeba pamiętać, że na ogół kandydaci są osobami pozostającymi bez pracy i wpływa to niekorzystnie na ich sytuację ekonomiczno-finansową. W przypadku dodatkowych wymagań, np. dotyczących wskazania odpowiednich poręczycieli, sytuacja bardziej się komplikuje i uniemożliwia udział w projekcie osobie zainteresowanej otrzymaniem dotacji.

Mimo przedstawionych różnic w proponowanej ofercie wspierania przedsiębiorczości powiatowe urzędy pracy i inne podmioty, które realizują projekty związane z samozatrudnieniem, do pewnego stopnia konkurują ze sobą. Rekrutacja kandydatów często prowadzona jest w tym samym czasie przez kilka instytucji, co utrudnia zrekrutowanie wymaganej liczby uczestników. Kandydaci składają papiery do kilku projektów jednocześnie i w rezultacie wybierają jeden, który uważają za najbardziej im odpowiadający. Również możliwość uzyskania wsparcia pomostowego, oferowana w projektach konkursowych, zmniejsza atrakcyjność projektów powiatowych urzędów pracy i generuje kłopoty z rekrutacją.

1. Zapewnijmy kompleksowe wsparcie wszystkim osobom planującym założenie firmy

Kompleksowe wsparcie oferowane osobie planującej podjęcie działalności gospodarczej to:

- Pomoc w przygotowaniu wniosku od strony formalnej

Jak wynika z przedstawionych powyżej wyników badania, ponad połowa osób ma problemy z zapewnieniem poprawności formalnej składanego wniosku. Mamy więc do czynienia z sytuacją, gdy zapisy dokumentacji konkursowej i innych dokumentów oraz treść wniosku o dofinansowanie zmuszają podmioty realizujące projekty do sprawdzania poprawności wniosku od strony formalnej. Z drugiej strony, osoby oddalone od rynku pracy, mające małe doświadczenie w wypełnianiu wniosków nie radzą sobie i ich zgłoszenia odpadają na etapie oceny formalnej. Rodzi to różnorodne niekorzystne skutki – powstaje przekonanie, że środki publiczne przeznaczone na wsparcie przedsiębiorczości są tylko dla wybranych, oraz powstają wyspecjalizowane firmy, które za dość wysoką opłatą świadczą usługi przygotowania takiego wniosku, a przecież nie o to w tej pomocy chodzi. Dlatego proponujemy upowszechnienie bezpłatnych usług pomocowych w zakresie zapewnienia poprawności formalnej wniosku. Usługi takie może oferować instytucja ogłaszająca nabór wniosków lub lokalny ośrodek wspierania przedsiębiorczości (o którym więcej w pkt. 3. niniejszej rekomendacji).

- Odpowiednia diagnoza kandydata

Kandydat nie tylko musi chcieć dostać dotację i wykazać się pomysłem na biznes, ale również musi być pewien, że chce być przedsiębiorcą, wykazywać się wysoką motywacją do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej oraz mieć świadomość, z jakim ryzykiem i trudnościami wiąże się prowadzenie własnej firmy. Przyjęcie uczestnika/uczestniczki do projektu musi być poprzedzone spotkaniami z doradcą zawodowym i psychologiem, którzy ocenią jego predyspozycje przedsiębiorcze i motywację do prowadzenia firmy. Ocena tych specjalistów powinna być równie ważna, a może nawet ważniejsza, niż ocena eksperta biznesowego. W trakcie udziału w projekcie można zmieniać wyobrażenia uczestnika/uczestniczki o firmie (np. o grupie odbiorców, produktach, sposobie sprzedaży), ale bardzo trudno zbudować od podstaw postawę przedsiębiorczą i motywację. Brak takiej rzetelnej diagnozy może skutkować niepowodzeniem nowej firmy, a w konsekwencji opinią o małej skuteczności tej formy wsparcia. Może też mieć konsekwencje finansowe dla osoby aktywizowanej i istotnie obniżyć jej wiarę w możliwość odniesienia sukcesu zawodowego.

- Szkolenia dotyczące przedsiębiorczości

Takie szkolenia są elementem obowiązkowym projektów realizowanych w trybie konkursowym, ale np. w ofercie kierowanej do osób bezrobotnych przez powiatowe urzędy pracy

i finansowanej ze środków FP obowiązek zaliczenia takich szkoleń nie jest jeszcze standardem. Uwarunkowania formalno-prawne prowadzenia działalności gospodarczej są tak szerokie i tak często zmieniają się, że nie można uczyć się na własnych błędach. Udział w takich szkoleniach jest jednym z podstawowych warunków efektywnego wykorzystania dotacji finansowej oraz trwałej i skutecznej aktywizacji.

- Indywidualne doradztwo przygotowujące do napisania biznes-planu

Doradztwo biznesowe na etapie przygotowania biznes-planu jest obowiązkowe dla uczestników projektów wybranych w trybie konkursowym, a powinno być dostępne dla wszystkich osób przygotowujących się do założenia własnej firmy. W trakcie indywidualnych spotkań można jeszcze raz sprawdzić spójność marketingową pomysłu na biznes i jego dopasowanie do kompetencji osoby przygotowującej biznes-plan. Gdy pomysł jest już precyzyjnie określony, można dyskutować o planie działania i rozwoju, przygotowaniu się do wejścia na rynek, kalkulacji kosztów, określaniu ryzyka itp. Tak przygotowany kandydat ma uporządkowaną wiedzę o tym, co chce robić, dlaczego chce to robić i jak ma reagować na ewentualne trudności. To znacznie zwiększa szanse firmy na przetrwanie firmy dłużej niż okres wyznaczony w umowie o udzielenie dotacji. Takiej świadomości celów i zagrożeń nie da w szczególności biznes-plan kupiony w wyspecjalizowanej firmie, a jak wskazują wyniki badań, aż 30% osób nie potrafi przygotować merytorycznie wniosku o dotację.

- Dotacja na założenie firmy

Udzielanie jednorazowej dotacji jest elementem wszystkich działań wspierających przedsiębiorczość (w przypadku BGK jest to preferencyjna pożyczka). W obecnej perspektywie finansowej 2014 - 2020 wysokość dotacji oferowanych w projektach wyłonionych w trybie konkursowym oraz oferowanych przez powiatowe urzędy pracy ze środków FP jest porównywalna, co wyeliminowało konkurencję widoczną w poprzednim okresie.

- Finansowe wsparcie pomostowe

W przypadku osób młodych i tych, które długo pozostawały poza zatrudnieniem bardzo ważne jest, by w pierwszym okresie prowadzenia firmy otrzymywały wsparcie pozwalające pokryć bieżące koszty działalności, w tym zobowiązania wobec ZUS. To jest podstawowy warunek systematycznego i konsekwentnego realizowania planu biznesowego. Niestety, w ofercie powiatowych urzędów pracy nie ma takiego wsparcia, co stawia osoby korzystające z tej formy pomocy w sytuacji dużo trudniejszej. Dlatego w pkt. 2. i 3. zaproponowano konkretne rozwiązania poprawiające skuteczność oferty kierowanej do wszystkich osób planujących podjęcie działalności gospodarczej, niezależnie od podmiotu, który w udzielaniu tej pomocy pośredniczy.

- Doradztwo specjalistyczne w pierwszym okresie prowadzenia działalności

Doradztwo udzielane po założeniu firmy jest objęte pomocą de minimis i to nowy przedsiębiorca powinien decydować, jaki będzie zakres tematyczny sesji. Osoby, które z racji uzyskania wsparcia udzielonego przez powiatowe urzędy pracy są pozbawione takiego doradztwa, muszą od początku same rozwiązywać problemy, które w konsekwencji mogą doprowadzić nawet do szybkiego zamknięcia firmy.

- Możliwość budowania sieci kontaktów i wymiany doświadczeń przez cały czas udziału we wsparciu

Osoby bezrobotne, szczególnie młode, zwykle mają bardzo mały krąg znajomych, którzy mieli własne doświadczenia biznesowe. W niektórych przypadkach są to doświadczenia sprzed kilku lat, gdy uwarunkowania formalne, techniczne i gospodarcze były istotnie różne od obecnych. Dlatego tak ważne jest umożliwienie budowania w ramach projektu lub nawet kilku projektów sieci kontaktów młodych przedsiębiorców. Wymiana doświadczeń może pomóc w rozwiązaniu własnych problemów, znalezieniu klientów a nawet znalezieniu dostawców lub podwykonawców. Dlatego celowe jest wprowadzenie do działań projektowych lub do oferty ośrodków wspierania przedsiębiorczości cyklicznych spotkań z ekspertami, forów dyskusyjnych i innych wydarzeń, które – poza ładunkiem merytorycznym – będą okazją do networkingu.

Cały czas powinny też być prowadzone działania motywacyjne, gdyż pierwszy okres prowadzenia działalności gospodarczej jest najtrudniejszy.

- Dostępność zwrotu kosztów dojazdu na zajęcia i kosztów opieki nad osobami zależnymi

W sytuacji osób bezrobotnych sytuacja finansowa jest bardzo ważna dla udziału w projekcie. Szczególnie, gdy chcemy przedłużyć i wzbogacić ofertę na etapie przygotowania biznes planu, konieczne jest zaplanowanie zwrotu kosztów dojazdu na zajęcia, kosztów opieki nad osobami zależnymi, a może nawet zaproponowanie stypendium szkoleniowego. Tylko po spełnieniu tych warunków uczestnicy będą skłonni poświęcić więcej czasu i pracy na przygotowanie do założenia firmy. Pośpiech i oszczędności na tym etapie są dużym zagrożeniem dla utrzymania firmy w dłuższym okresie. Wsparcie przedsiębiorczości to jedna z droższych form aktywizacji i dlatego nie ma uzasadnienia dla oszczędzania w zakresie rzetelnego przygotowania kandydata do aktywizacji. Bez takiego przygotowania wydatkowane środki mogą zostać wykorzystane nieracjonalnie, bo – jak pokazują wyniki badań – prawie 60% osób, które skorzystały ze wsparcia udzielanego przez powiatowe urzędy pracy i zakończyły działalność, znów posiada status osób bezrobotnych.

- Umożliwienie godzenia ról rodzinnych i udziału we wsparciu poprzez odpowiednią organizację zajęć

Różnorodność form wsparcia i czas pozostawiania w projekcie wymagają, by organizacja zajęć była zaplanowana w sposób umożliwiający maksymalnie dużą elastyczność (np. godziny przedpołudniowe, popołudniowe a nawet weekendy) i z odpowiednim wyprzedzeniem. Bariery wynikające z pełnienia ról rodzinnych są bardzo ważne również dla młodych ludzi.

Wymienione powyżej elementy kompleksowego wsparcia mają wpływ na długość realizacji projektu i oczekiwanie kandydata na otrzymanie dotacji. To może zniechęcić niektórych kandydatów (w przypadku projektów realizowanych przez PUP-y kandydat po złożeniu wniosku i pozytywnej ocenie otrzymuje pieniądze z pominięciem całego procesu przygotowania do roli przedsiębiorcy). Dlatego tak ważna jest indywidualizacja wsparcia nawet w ramach jednego projektu. Bardzo dobra diagnoza na etapie rekrutacji może pozwolić na pominięcie lub ograniczenie niektórych form wsparcia lub wykazać, że rozpoczęcie udziału w projekcie musi być poprzedzone np. zdobyciem koniecznych uprawnień, odbyciem szkoleń zawodowych itp.

2. Szukajmy możliwości współpracy i budujmy model wsparcia oparty na uzupełnieniu oferty

Aby zniwelować problemy związane z konkurencją powiatowych urzędów pracy z innymi podmiotami realizującymi projekty wspierające przedsiębiorczość (np. problemy w zakresie rekrutacji uczestników), musimy zacząć współpracować i szukać możliwości budowania oferty uzupełniającej się.

Uwaga dodatkowa

Zrealizowanie pomysłu na współpracę i uzupełnianie się ofert wymaga zmiany kryteriów konkursowych ogłaszanych przez WUP w Katowicach. Obecnie wszyscy wnioskodawcy muszą zagwarantować, że zrealizują wszystkie formy wsparcia wpisane do dokumentacji konkursowej, w tym te, które kierują do tej samej grupy docelowej powiatowe urzędy pracy, dlatego niniejsze rozwiązanie zostało wskazane ponownie w rekomendacji R.2.2.

W ramach współpracy powiatowy urząd pracy byłby odpowiedzialny za rekrutację uczestników. Współpracująca instytucja przeprowadziłaby natomiast te osoby przez całą ścieżkę szkoleniowo-doradczą oraz zapewniłaby opiekę merytoryczną, tj. warsztaty motywacyjne, spotkania integracyjne, spotkania z ekspertami itp. Powiatowy urząd pracy przeprowadziłby ocenę biznes-planów i udzielił dotacji z FP lub EFS, a współpracująca instytucja udzieliłaby wsparcia pomostowego finansowego i doradczego. Taka współpraca nie powinna ograniczać się do jednego projektu, ale powinna być utrzymywana przez dłuższy okres, bo po okresie dopasowania i wyboru najlepszych rozwiązań obie współpracujące strony

będą miały do siebie pełne zaufanie i będą znały wzajemne oczekiwania. Przedstawione rozwiązanie uporządkuje udzielanie dotacji na podjęcie działalności gospodarczej, wyeliminuje konkurencję między podmiotami oferującymi dotację i sprawi, że uczestnicy nie będą składać wniosków o przyjęcie do kilku projektów (koszty rekrutacji jednej osoby są obecnie ponoszone ze środków publicznych wielokrotnie, a na końcu potencjalny uczestnik wybiera projekt, w którym uzyska dotację szybciej, tj. bez uwzględnienia średnioterminowej skuteczności tak udzielonego wsparcia).

3. Promujmy powstawanie lokalnych ośrodków wspierania przedsiębiorczości (OWP)

To propozycja promowania przedsiębiorczości w każdym powiecie przy współpracy powiatowego urzędu pracy, WUP w Katowicach oraz innych podmiotów zainteresowanych działaniem w tym zakresie. Do współpracy powinny być zaproszone szkoły i uczelnie oraz media lokalne, które informowałyby o działaniach OWP.

Uwaga dodatkowa

Upowszechnienie pomysłu na OWP, wypracowanie jego jednolitej struktury, zadań i sposobów finansowania wymaga zaangażowania ze strony WUP w Katowicach, a w skali kraju MRPiPS i dlatego niniejsze rozwiązanie zostało wskazane również w rekomendacji R.2.1 oraz R.3.1.

OWP to miejsce, w którym osoby zainteresowane założeniem firmy byłyby przygotowywane do aplikowania o wsparcie na podjęcie działalności gospodarczej lub do jej podjęcia z pominięciem udziału w projekcie i uzyskania dotacji. To również lokalne centrum wydarzeń biznesowych i informacji dotyczącej prowadzenia firmy. To lokalny promotor postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży, realizator gier biznesowych, konkursów, sesji itp. Organizacja OWP powinna zakładać pełną indywidualizację podejścia do każdej osoby, zapewniać poczucie bezpieczeństwa, stwarzać atmosferę współpracy i partnerstwa.

Tak zaplanowane zadania OWP wykraczają poza działalność obecnych lokalnych inkubatorów przedsiębiorczości, które czasem zamieniają się w dostawcę taniej powierzchni biurowej dla firm.

OWP, współpracując z uczelniami i szkołami, przeprowadzałby warsztaty z przedsiębiorczości dla studentów i absolwentów uczelni. Z *Raportu miesiąca – przedsiębiorczość w Polsce* wynika, że aż 80 proc. młodych ludzi, którzy kończą studia, nie jest przygotowanych do prowadzenia własnej firmy. Taki ośrodek w każdym powiecie przyczyniałby się do zwiększenia dostępności informacji na temat przedsiębiorczości w środowisku lokalnym, np. na temat zakładania działalności gospodarczej, sposobów pozyskania środków finansowych na założenie firmy itp. Pracownicy OWP, znający lokalne

uwarunkowania mogliby nie tylko odpowiadać na zapotrzebowanie dotyczące wiedzy o przedsiębiorczości, ale również wychodzić z posiadanymi informacjami na zewnątrz, brać udział w różnych lokalnych, powiatowych i gminnych, wydarzeniach i w ten sposób łatwiej docierać do osób zainteresowanych założeniem firmy.

Z wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z osobami z grupy NEET wynika, że w szkolnym programie nauczania są lekcje przedsiębiorczości, w trakcie których jest mowa o ofercie urzędów pracy, ale zaledwie kilku respondentów miało jakąkolwiek wiedzę o możliwościach, jakie oferuje PUP. Przyczyny takiego stanu rzeczy można upatrywać albo w nieprawidłowo prowadzonych lekcjach przedsiębiorczości, albo, co wydaje się bardziej prawdopodobne, w braku zainteresowania młodzieży tematem w trakcie jego prezentacji. Z wywiadów wynika bowiem, że młodzi ludzie rzadko myślą o przyszłości, składkach emerytalnych, a nawet o ubezpieczeniu zdrowotnym.

Dlatego uzupełnieniem programu szkolnego lekcji przedsiębiorczości może być oferta OWP będąca rodzajem ćwiczeń w terenie. Powinna się ona wiązać z zadaniami dla uczniów, tak by musieli wykazać się aktywnością, np. przez uzyskanie odpowiedzi na konkretne pytania, dotarcie do interesujących ofert dla siebie, rozmowę z doradcą itp.

Proponowane przykłady to konkretne sytuacje, z którymi musiałby sobie młody człowiek poradzić, co dałoby szansę, że informacje te lepiej zapadłyby w świadomość młodych ludzi. Przedsiębiorczość to przecież nie tylko zakładanie firmy.

4. Działajmy na rzecz zmian zasad udzielania finansowego wsparcia pomostowego

W pkt. 1. niniejszej rekomendacji wskazaliśmy finansowe wsparcie pomostowe jako ważny element kompleksowości oferty dotyczącej wspierania przedsiębiorczości. Utrzymując tę ocenę (szczególnie w odniesieniu do osób młodych i długo pozostających poza zatrudnieniem, które z reguły nie mają wolnych środków finansowych), należy wskazać, że obecne wymagania dotyczące udzielanego wsparcia pomostowego wymagają wprowadzenia zmian.

Uwaga dodatkowa

Wprowadzenie zmian udzielania finansowego wsparcia pomostowego wymaga zmiany kryteriów w konkursach ogłaszanych przez WUP w Katowicach i dlatego niniejsze rozwiązanie zostało wskazane również w rekomendacji R.2.2.

Po pierwsze, finansowe wsparcie pomostowe często sprawia, że uczestnicy projektów, którzy nie dają sobie rady na rynku, wykorzystują uzyskaną pomoc i nie poszukują sposobów wyjścia ze złej sytuacji. W takiej sytuacji wsparcie pomostowe tylko odkłada moment zamknięcia działalności.

Po drugie, zakończenie przyznawania wsparcia pomostowego jest rodzajem szoku dla przedsiębiorców, którzy na pierwsze problemy z bieżącymi płatnościami reagują zamknięciem działalności bezpośrednio po upływie 12 miesięcy od daty rejestracji.

Po trzecie, w sytuacji dużej konkurencji między projektami realizowanymi jednocześnie i skierowanymi do tej samej grupy docelowej, beneficjenci oferują coraz wyższe kwoty wsparcia pomostowego, co skłania uczestników do budowania firmy w oparciu o duże koszty bieżące, a to jest trudne do sfinansowania po zakończeniu udzielania wsparcia pomostowego.

Po czwarte wreszcie, prawo do uzyskania przedłużonego wsparcia pomostowego mają przede wszystkim te firmy, które sobie nie radzą na rynku i to jest szczególnie trudne do uzasadnienia (z wyjątkiem firm działających sezonowo).

Proponujemy wprowadzenie wymogu udzielania stopniowo wygaszanego wsparcia pomostowego, to jest z uwzględnieniem ograniczania jego skali, np. po 6 miesiącach zmniejszanego o 200 zł miesięcznie. To wyeliminuje zjawisko szoku i pozwoli dostosować koszty bieżące do faktycznie osiągniętych przychodów.

Jako inną propozycję przedstawiamy wprowadzenie wsparcia pomostowego udzielanego przez 12 miesięcy dla wszystkich, ale po 6 miesiącach tylko w wysokości składki wpłacanej do ZUS, aby wszyscy uczestnicy mieli świadomość, że ciężar ponoszenia pozostałych kosztów stałych spada na nich.

5. Działajmy na rzecz rozwoju przedsiębiorczości młodych kobiet

A. Doradztwo i szkolenia on-line

Młode kobiety znajdują się w szczególnej sytuacji na rynku pracy. Często aktywność zawodowa i opieka nad małymi dziećmi wzajemnie się wykluczają i utrudniają kobiecie udział w zajęciach podnoszących wiedzę i pozwalających rozwijać posiadane kompetencje oraz kwalifikacje. Aktywność zawodowa młodych kobiet jest mocno ograniczona. Ma to również odzwierciedlenie w projektach promujących samozatrudnienie i szeroko rozumianą przedsiębiorczość.

Uczestnictwo w obowiązkowych szkoleniach dotyczących przedsiębiorczości i w doradztwie wspierającym pisanie biznes-planu jest dla młodych matek, które same opiekują się dziećmi, sporą niedogodnością. Szczególnie jest to trudne dla matek karmiących, dla których wyjście z domu na parę godzin staje się barierą uniemożliwiającą udział w projekcie.

Dlatego celowe jest wprowadzenie do projektów zajęć on-line. Wirtualne spotkania z doradcą pozwoliłyby kobietom uczestniczyć w takich zajęciach w domu i w dużym stopniu

rozwiązywałyby problem opieki nad dzieckiem. Spotkania on-line mogą odbywać się w czasie rzeczywistym np. poprzez skype albo w drodze wymiany maili. Uczestniczka przesyła zrobione zadanie (część napisanego biznes-planu), a doradca sprawdza, nanosi poprawki, odsyła. Kontakt on-line odbywa się w dogodnych dla uczestniczki godzinach i terminach.

W przypadku szkoleń mógłby się dobrze sprawdzać e-learning, który umożliwia ukończenie kursu czy szkolenia bez konieczności fizycznej obecności na zajęciach. Ciekawym rozwiązaniem może być również blended-learning – metoda mieszana.

Takie rozwiązania pozwoliłyby większej liczbie osób, w tym przede wszystkim młodym kobietom - matkom pogodzić obowiązki opieki nad dzieckiem z uczestnictwem w projekcie. Oczywiście wskazane metody wymagają wykorzystania odpowiednich narzędzi, tj. komputera/laptopa, smartfona lub tabletu. Są to jednak podstawowe sprzęty, które na ogół młodzi ludzie posiadają. W przypadku osób, które nie dysponują takimi narzędziami, można by zastanowić się nad ich wypożyczaniem uczestnikom projektu. W projektach uwzględniających szczególną sytuację kobiet, zwłaszcza młodych, już na etapie pisania projektu powinien być dopuszczalny zakup dodatkowego sprzętu do celów szkoleniowych w ramach cross financingu.

B. Elastyczne godziny spotkań

Kolejną propozycją, która również może zminimalizować problemy z uczestnictwem młodych kobiet w zajęciach szkoleniowych i doradztwie, jest elastyczność organizacji zajęć. W przypadku zajęć stacjonarnych jest to możliwość prowadzenia spotkań w godzinach i dniach, które najlepiej odpowiadają uczestniczkom, np. tylko po południu, czyli w czasie kiedy inni domownicy wracają z pracy i mogą zastąpić kobietę w opiece nad dzieckiem. Do rozważenia może być także organizacja spotkań w soboty, chociaż może to pociągać za sobą konieczność odpowiedniego zachęcenia personelu projektu do pracy w te dni.

C. Opieka nad dzieckiem na etapie udzielania wsparcia pomostowego

Kolejną propozycją jest rozszerzenie opcji, która jest już realizowana w projektach promujących samozatrudnienie, czyli możliwości zwrotu kosztów opieki nad dzieckiem oferowanej przed udzieleniem dotacji. Rozszerzenie tej oferty na okres po udzieleniu dotacji, czyli na etapie wsparcia pomostowego może istotnie zwiększyć zainteresowanie młodych kobiet zakładaniem firm. Uczestnicy projektu w okresie pierwszych 6/12 miesięcy prowadzenia działalności korzystają ze wsparcia doradczego. Młode matki, które pracują na własny rachunek, są dodatkowo obciążone, gdyż muszą poświęcać swój czas na prowadzenie firmy i udział w doradztwie. Stają kolejny raz przed problemem, „co zrobić z dzieckiem”. Dlatego świadomość, że istnieje możliwość zorganizowania opieki i otrzymania zwrotu poniesionych kosztów, byłaby dodatkowym atutem zachęcającym młode matki do udziału w projektach. Ten mechanizm powinien jednak być atrakcyjny dla obu stron, czyli również dla realizatorów

projektu. Zwrot kosztów opieki nad osobami zależnymi (wynagrodzenie opiekunki, opłata za żłobek czy przedszkole) powinien być kosztem kwalifikowalnym jako pomoc de minimis. Zwrot kosztów opieki dotyczyłby nie tylko dni, w których kobieta uczestniczyła w zajęciach doradczych czy szkoleniu, ale także opłat za żłobek lub przedszkole w okresie pierwszych 6 lub 12 miesięcy prowadzenia działalności gospodarczej. Takie podejście zwiększy świadomość, że młode mamy, a czasami młodzi ojcowie, nie są pozostawieni sami sobie w tym trudnym okresie pierwszych miesięcy prowadzenia firmy.

6. Przeprowadźmy wojewódzką kampanię promującą przedsiębiorczość

Informacje dotyczące realizowanych projektów dla osób planujących założenie działalności gospodarczej i wydarzeń dotyczących promocji przedsiębiorczości są dostępne na stronach internetowych powiatowych urzędów pracy i WUP w Katowicach, ale giną w gąszczu innych komunikatów. Z wywiadów pogłębionych wiemy ponadto, że osoby młode z grupy NEET nie interesują się taką informacją, a nawet nie przeglądają stron urzędu. Dlatego ważną byłaby bieżąca współpraca urzędów pracy z OWP (pkt. 3. niniejszej rekomendacji), które mogłyby przejąć większość zadań informacyjnych i aktywnie docierać do osób młodych.

Podstrony internetowe poświęcone przedsiębiorczości osób młodych powinny być zaprojektowane zgodnie z obecnymi trendami (bardziej graficzne niż tekstowe) i z uwzględnieniem języka młodych. Proces komunikacji pomiędzy IRP a grupą NEET powinien przebiegać również na płaszczyźnie bezpośredniej, poprzez wejście w ich środowisko. Przykładowo, osoby wywodzące się z tego środowiska, ewentualnie odpowiednio przygotowane do współpracy ze środowiskiem NEET, prowadziłyby działania promujące przedsiębiorczość i zachęcały do uczestniczenia w projektach, warsztatach i spotkaniach poświęconych przedsiębiorczości (więcej na ten temat w rekomendacjach R.1.1.1. i R.1.1.2).

Wygodnym narzędziem może być stworzenie platformy internetowej, na której zgromadzone i uporządkowane zostałyby informacje z województwa śląskiego w zakresie oferty działań na rzecz przedsiębiorczości z linkami do stron poświęconych poszczególnym programom, projektom, szkoleniom itp. Wsparcie przedsiębiorczości osób młodych to nie tylko środki FP i EFS, ale również np. PROW, PFRON i pożyczki udzielane przez BGK.

Wojewódzki Urząd Pracy powinien przygotować bardzo rzetelną i czytelną w swojej formie kampanię promującą przedsiębiorczość i zachęcającą osoby młode (bezrobotne) do działania. Kampania prowadzona powinna być z wykorzystaniem różnych środków przekazu (szczególnie chętnie czytanych/słuchanych/oglądanych przez ludzi młodych) oraz przewidywać ciekawe i różnorodne formy działań – gry, konkursy, targi młodych przedsiębiorców, zaangażowanie młodzieżowych idoli w roli ambasadorów itp. Kampania

powinna pokazywać, że przedsiębiorczość może być dobrym pomysłem na życie, a młody przedsiębiorca może liczyć na pomoc wyspecjalizowanych podmiotów.

Kampania promująca mogłaby obejmować również promocję rzemiosła i zawodów rzemieślniczych, w szczególności tych, w których poszukiwani są fachowcy, a które ze względu na walory tradycyjne czy turystyczne przyczyniają się do promowania regionu.

DOBRA PRAKTYKA

Proponujemy zapoznanie się z Modelem Inkubatora Dojrzałej Przedsiębiorczości (IDP) opracowanym przez Fundację Fundusz Współpracy i Fundację Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM w ramach projektu współfinansowanego ze środków Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (Działanie 6.2), który został wyróżniony przez Ministerstwo Rozwoju jako dobra praktyka EFS.

Wprawdzie IDP jest skierowany do osób z grupy 45+, ale opracowany model może stanowić cenną bazę dla zaprojektowania lokalnego Ośrodka Wsparcia Przedsiębiorczości (OWP), a także pomoc w realizacji projektów uwzględniających rekomendowane działania dotyczące kompleksowego wsparcia. Model ma w dużej części charakter uniwersalny i może mieć zastosowanie również w projektach kierowanych do osób młodych.

Model IDP obejmuje diagnozę potrzeb osób, do których skierowany jest projekt. Definiuje co to jest IDP i jak jest zorganizowany. Przedstawia cały cykl pracy IDP od organizacji inkubatora do zakończenia projektu, uwzględniając promocję i ewaluację. Wskazuje wymagania w stosunku do personelu zaangażowanego do pracy w inkubatorze. IDP to nie tylko pomieszczenia i dostęp uczestników do korzystania z urządzeń i wyposażenia, np. komputerów i biblioteczki przedsiębiorcy, ale także miejsce, w którym uczestnicy projektu zaangażowani są w działania inkubatora, co jest sposobem budowania przynależności do społeczności projektowej. Dlatego uczestnicy powinni czuć się współgospodarzami projektu. Ich zaangażowanie powinno wykraczać poza zgłaszanie tematów zajęć, ale obejmować także kwestie organizacyjne - mogą m.in. być animatorami wydarzeń projektowych, mieć udział w aktualizowaniu strony internetowej czy ewaluacji działań. Ważne jest, by zgłaszanych przez nich postulatów nie pozostawiać bez odpowiedzi. Nie wszystkie można zrealizować (zdarza się, że wzajemnie się wykluczają), ale zawsze trzeba uzasadnić dalsze postępowanie w danej sprawie. Te i inne odpowiedzi, jak skutecznie wspierać przedsiębiorczość, dostępne są na stronie www.inkubator45plus.pl.

Hasłem IDP było „Na sukces nigdy nie jest za późno”.

Na potrzeby promocji przedsiębiorczości wśród osób młodych w województwie śląskim zarezerwowaliśmy hasło „Na sukces nigdy nie jest za wcześnie”.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niektórych zapisów niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych.
- b) Wdrożenie części rozwiązań wymaga podjęcia współpracy międzysektorowej.
- c) Powodzenie wdrażania niniejszej rekomendacji jest uwarunkowane zapewnieniem kompleksowości wsparcia przedsiębiorczości i dostosowania go do potrzeb osób młodych, w tym młodych kobiet.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania osób młodych zakładaniem i prowadzeniem firm.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie przedsiębiorczości osób młodych – więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających tę formę wsparcia i dłużej utrzymujących prowadzenie firmy.
- c) Lepszy dostęp do informacji o ofercie wsparcia przedsiębiorczości.
- d) Ograniczenie zjawiska konkurowania różnych beneficjentów o młodych uczestników projektu.
- e) Wzrost przedsiębiorczości młodych kobiet.

Wskaźniki ilościowe i jakościowe:

- a) Liczba utworzonych ośrodków wspierania przedsiębiorczości – 20 OWP do końca 2018 r.
- b) Liczba osób przeszkolonych i przygotowanych do założenia działalności gospodarczej (kobiety/mężczyźni) w wieku 18 – 29 lat – 200 osób rocznie.
- c) Liczba młodych osób, które otrzymały środki na złożenie działalności gospodarczej - 170 osób rocznie.
- d) Liczba kampanii promujących przedsiębiorczość – 1 kampania o zasięgu wojewódzkim.
- e) Zwiększenie wiedzy dotyczącej przedsiębiorczości i zakładania działalności gospodarczej wśród osób w wieku 18 – 29 lat – 180 osób rocznie.
- f) Rozwój umiejętności w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej – 180 osób rocznie.

Terminy:

- a) Uporządkowanie zasad wsparcia i promocji przedsiębiorczości osób młodych zgodnie z przedstawionymi w tej rekomendacji rozwiązaniami będzie trwało około 1,5 roku.
- b) Zmiana kryteriów konkursowych przez WUP w Katowicach może nastąpić najwcześniej w 2018 roku.

Koszty:

- a) Koszty utworzenia OWP – 150 tys. zł rocznie każdy OWP.
- b) koszty wojewódzkiej kampanii promującej przedsiębiorczość – koszt zależy m.in. od scenariusza kampanii i wykorzystanych mediów.
- c) Pozostałe zaproponowane działania – kompleksowość wsparcia, współpraca podmiotów wzajemnie uzupełniających swoją ofertę czy zmiana zasad udzielania przedłużonego wsparcia pomostowego – nie będą generowały nowych kosztów.

Ryzyka:

- a) Złe układająca się współpraca pomiędzy podmiotami – opóźnienia w realizacji projektów w stosunku do harmonogramu, nieczytelne zasady współpracy.
- b) Trudności w przeformułowaniu zasad programów/projektów, tak by obejmowały kompleksowe wsparcie.
- c) Trudności w organizacji OWP: trudności lokalowe, trudności z zaangażowaniem odpowiedniego personelu.
- d) Problemy z dotarciem do grupy NEET – kłopoty z komunikacją, brak usprawnień lub nietrafione rozwiązania w zakresie informacji.

Rekomendacja 1.2.6

Zalecamy podjęcie prac nad stworzeniem standardów obsługi klienta przez instytucje rynku pracy.

Adresaci rekomendacji:

1. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
2. powiatowe urzędy pracy
3. inne instytucje rynku pracy województwa śląskiego

Urzędy pracy nie są postrzegane jako miejsca przyjazne klientom i – niezależnie od tego, czy taka opinia (wyrażana w badaniach przez osoby pozostające poza rynkiem pracy) jest zasadna, czy tylko opiera się na powielanych od lat stereotypach, to dla aktywizacji tych osób, w tym dla wyjścia z grupy NEET osób młodych, celowe jest podjęcie działań, które mogą istotnie wpłynąć na wizerunek instytucji rynku pracy. Również w dyskusjach partnerskich pojawił się temat pewnych problemów z zapewnieniem oczekiwanego sposobu obsługi klienta. Te sporadyczne wypadki nie są problemem, bo przy tak dużej skali działania można je uznać za nieistotne statystycznie. Dużo większym problemem jest to, że w trakcie dyskusji nie można było łatwo ustalić jednej właściwej ścieżki postępowania w danym (zwykle skomplikowanym) przypadku. Dlatego wydaje się celowe poszukanie modelowych sposobów obsługi klienta. Poniżej przedstawiamy podstawowe informacje o tworzeniu standardów obsługi, ale każda instytucja może sobie z poniższych podpowiedzi wybrać interesujący ją aspekt lub przygotować inne rozwiązania, które powinny dawać wszystkim zainteresowanym przedstawione niżej korzyści.

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma charakter prezentacji celu, który może być wyznaczony w długim okresie (np. ze względu na potrzebny czas, środki finansowe, brak doświadczonej kadry, małe zaufanie do proponowanych rozwiązań). Ze względu na konieczność zwiększenia skuteczności aktywizacji osób młodych w krótkim okresie celowe jest opracowanie i przeprowadzenie JEDNOLITEGO SZKOLENIA W ZAKRESIE OBSŁUGI OSÓB MŁODYCH i dlatego niniejsze zalecenie zostało ponownie wskazane w rekomendacji R.2.1.

x x x

Koncepcja standaryzacji zasad obsługi klienta pochodzi z biznesu. W Polsce po raz pierwszy zastosowana została w sektorze bankowym w latach 90. ubiegłego wieku. Do sektora publicznego przeniesiono ją po dołączeniu Polski do Unii Europejskiej.

Największy tego typu program przeprowadzono w latach 2010-2012 pod nazwą „Klient w centrum uwagi administracji”. W ramach tego programu 100 jednostek publicznych przygotowało i wdrożyło wówczas standard obsługi klienta. Znalazły się w tej grupie m.in. inspekcje, służby, organy skarbowe i celne oraz urzędy wojewódzkie z terenu całej Polski.

W naszej ocenie nadszedł czas na zaproponowanie tego rozwiązania instytucjom rynku pracy, w tym Wojewódzkiemu Urzędowi Pracy w Katowicach i powiatowym urządowi pracy na terenie województwa śląskiego.

W niniejszym materiale nakreśliliśmy podstawowe zasady budowania i wdrażania standardów jakości obsługi klienta w instytucjach świadczących powszechnie dostępne dla ludności usługi. Zachęcamy Państwa do dalszego pogłębiania tematu i wprowadzenia również w Państwa instytucji standardu obsługi klienta. Przygotowanie i skuteczne wprowadzenie standardu nie jest zadaniem prostym, jednak z pewnością wysiłek wart jest możliwych do osiągnięcia korzyści. Funkcjonowanie jasnych zasad obsługi zwiększy komfort pracy zatrudnionych w Państwa jednostce pracowników i kadry kierowniczej. Pomoże też kreować pozytywne doświadczenia Państwa klientów w kontakcie z urzędem i budować wizerunek jednostki jako miejsca przyjaznego i wspierającego obywateli w rozwoju zawodowym i w realizacji ich celów. Wpisze się tym samym w koncepcję funkcjonowania sektora publicznego postrzegającą klienta jako pełnoprawnego partnera, upoważnionego do formułowania oczekiwań wobec urzędów i otrzymywania od nich funkcjonalnych, wygodnych rozwiązań.

1. Co to jest standard obsługi klienta i jakie korzyści zapewnia jego wdrożenie?

Standard obsługi klienta to inaczej zbiór zasad, których przestrzeganie pozwala pracownikom danej instytucji zaspokajać oczekiwania klientów w sposób zgodny z misją i kompetencjami urzędu. Zapewnia realizację obsługi klienta na wysokim, powtarzalnym poziomie niezależnie od indywidualnych różnic charakterów i temperamentów poszczególnych klientów i pracowników. Zwiększa efektywność instytucji w realizacji celów statutowych. Dobrze przygotowany, nadaje kontaktom pracowników z klientami przejrzystą strukturę, czyniąc je efektywniejszymi i mniej stresującymi dla obu stron, przyczyniając się do wzrostu satysfakcji z wzajemnych kontaktów. Stanowi przy tym nowoczesne narzędzie zarządcze dla kierownika zespołu pomagające w definiowaniu wymiernych celów zespołu w zakresie jakości obsługi klienta i rozliczaniu poszczególnych pracowników z ich realizacji.

Korzyści z wdrożenia standardu obsługi klienta

| | |
|--|---|
| Korzyści dla klienta <ul style="list-style-type: none">• Poczucie bezpieczeństwa.• Zwiększenie satysfakcji ze współpracy z instytucją za sprawą procesu obsługi zapewniającego właściwe rozpoznanie potrzeb i otrzymanie odpowiadających im rozwiązań.• Jednakowy sposób obsługi niezależnie od charakteru i doświadczenia obsługującego pracownika. | Korzyści dla pracownika obsługi <ul style="list-style-type: none">• Przejrzyste zasady rozliczania z jakości pracy: jasne wymagania i dobrze określony zakres kompetencji.• Zwiększenie pewności siebie dzięki uzyskaniu narzędzia pozwalającego na dobrą diagnozę potrzeb klientów i przygotowanie odpowiednich rozwiązań.• Sprawniejsza i efektywniejsza obsługa, redukcja stresu przy obsłudze klientów trudnych. |
| Korzyści dla kierownika zespołu <ul style="list-style-type: none">• Łatwiejsze zarządzanie jakością pracy zespołu: możliwość stawiania konkretnych celów, pomiaru ich realizacji.• Możliwość szybkiego odnajdywania luk kompetencyjnych pracowników i podejmowania działań zaradczych, w tym odpowiednich szkoleń.• Motywowanie zespołu poprzez odnajdywanie dobrych praktyk. | Korzyści wizerunkowe dla instytucji <ul style="list-style-type: none">• Budowanie pozytywnego wizerunku instytucji, walka z negatywnymi stereotypami dotyczącymi instytucji jej pracowników.• Możliwość porównywania wyników jakościowych z innymi i instytucjami tego samego typu.• Możliwość wdrożenia systemowych rozwiązań w obsłudze klienta przeciwdziałających dyskryminacji. |

2. Zakres dobrego standardu obsługi klienta

Na poziomie ogólnym potrzeby wszystkich klientów instytucji są podobne. Należą do trzech obszarów: merytorycznego, proceduralnego i psychologicznego. Dobrze skonstruowany standard obsługi pozwala pracownikowi odkryć i zaspokoić oczekiwania klienta w każdym z nich.

- **Potrzeby merytoryczne** wiążą się z udzieleniem klientowi wsparcia w ramach zakresu odpowiedzialności instytucji. W szczególności ważne są: rzetelny dobór i wyjaśnienie rozwiązań, pomoc w przejściu przez formalności i udzielanie konkretnych odpowiedzi na zadawane pytania.
- **Potrzeby proceduralne** dotyczą płynności kontaktu z instytucją i sprawności jej działania. Mieści się tu łatwość nawiązania kontaktu z instytucją, wygoda kontaktu, a także sprawność, płynność i terminowość działań instytucji.

- **Potrzeby psychologiczne** obejmują jakość relacji, którą klient nawiązuje z pracownikami instytucji. Główną rolę odgrywa tu potrzeba zrozumienia i zainteresowania ze strony osoby obsługującej. Ważne jest też poczucie bezpieczeństwa i zaufania.

Poszczególni klienci mają różne charaktery, temperamenty i doświadczenia życiowe. Przez to ich indywidualne zestawy potrzeb często znacząco różnią się od siebie. Dodatkowo, poszczególne osoby w zależności od poziomu edukacji, doświadczeń życiowych a nawet mikrospołeczności, z którą są związane (rodziny, środowisko sąsiedzkie lub towarzyskie) posługują się różnym zakresem pojęć, nie zawsze tożsamym z zakresem pojęć, jakim posługuje się dany pracownik urzędu, co rodzi niebezpieczeństwo nieporozumień na poziomie werbalnym. Zwłaszcza, iż potrzeby poszczególnych klientów wynikają z odmiennych przesłanek – różnych celów i sytuacji życiowych. Dlatego zaspokajanie potrzeby wyrażonej przez klienta bez poznania jej kontekstu sytuacyjnego w wielu przypadkach nie wystarczy, aby go usatysfakcjonować, a w skrajnych sytuacjach może wręcz spowodować jego niechęć. Dobrze skonstruowany standard powinien pomagać pracownikom w unikaniu nieporozumień i dostarczać narzędzi do efektywnego diagnozowania szczegółowych potrzeb klienta. Musi też umożliwiać skuteczne przedstawianie rozwiązań, odkrywanie i rozwiewanie wątpliwości.

Dodatkową rolą standardu jest budowanie jednolitego, spójnego wizerunku instytucji i jej pracowników jako profesjonalistów. Z tego powodu zaleca się, aby w standardzie znalazły się również elementy dotyczące wyglądu miejsca obsługi klientów (na które pracownik ma wpływ) oraz wyglądu samych pracowników i używanego przez nich języka. Rekomendowaną zasadę konstrukcyjną standardów obsługi klienta przedstawia poniższy schemat:

| | |
|--|--|
| <p>Kod savoir-vivre</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Wygląd miejsca obsługi • Wygląd pracownika • Język (sposób wyrażania się pracownika) i dopuszczalne oraz zalecane zachowania relacyjne • Sposób powitania i pożegnania klienta |
| <p>Zasady obsługi merytorycznej</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sposób poznawania potrzeb klienta • Sposób odpowiadania na potrzeby klienta (zakres informacji do udzielenia obowiązkowych i opcjonalnych) • Uzyskiwanie akceptacji i praca z obiekcjami klienta |
| <p>Zasady specyficzne</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Zasady równościowe (klient starszy, klient z niepełnosprawnością itp.) • Przyjmowanie reklamacji • Praca z klientem trudnym |

Oprócz zakresu tematycznego niezwykle istotny jest sposób napisania standardu. Gotowe rozwiązanie, aby zostało dobrze przyjęte przez pracowników i faktycznie pomagało im w pracy, musi spełniać kilka warunków.

- **Komplementarność** – rozwiązanie powinno opisywać zasady postępowania w całym procesie kontaktu z klientem, a nie tylko podczas jego wybranych etapów.
- **Subtelność** – klient obsłużony zgodnie ze standardem powinien mieć odczucie naturalności zachowania pracownika.
- **Dopasowanie do możliwości pracowników** – zasady powinny być zrozumiałe dla pracowników z poziomem wykształcenia, doświadczenia i fachowej wiedzy, jakie posiadają pracownicy jednostki.
- **Dopasowanie do klientów** – standard powinien zapewniać klientom możliwość realizacji ich potrzeb i oczekiwań.
- **Konkretność zasad przy otwartości szczegółowych rozwiązań** – zasady powinny jednoznacznie określać ramę działań i strukturę rozmowy, w której powinien poruszać się pracownik. W przypadku słabszego pracownika przestrzeganie standardu powinno pozwolić mu na obsłużenie klienta na zadowalającym poziomie. Pracownik lepszy powinien mieć możliwość wypełnienia ramy standardu dodatkową wartością, pozwalającą na wykreowanie ponadprzeciętnej wartości dodanej dla klienta bez łamania obowiązujących innych pracowników zasad.

3. Przygotowanie i wdrażanie standardu obsługi klienta

3.1. Role poszczególnych stanowisk w procesie

W pierwszej kolejności zalecane jest powołanie w instytucji stanowiska koordynatora jakości lub niewielkiej komórki realizującej zadania związane z jakością obsługi klientów. W przypadku wdrażania jednolitego standardu na większym obszarze (np. województwa), stanowisko lub jednostka powinny być umocowane w instytucji nadrzędnej. Powołanie koordynatora pozwala na zgromadzenie wiedzy w jednym miejscu, jasne wskazania osób odpowiedzialnych za proces, przyspieszenie wymiany informacji i zapewnienie konsekwencji działań. Głównymi zadaniami stanowiska (lub komórki) powinny być: nadzór nad harmonogramem działań, stały monitoring poziomu jakości obsługi klienta w instytucji (instytucjach regionu) oraz planowanie i organizacja inicjatyw służących jej rozwojowi. Pozostałe role w procesie:

Kadra zarządzająca – w procesie budowania jakości obsługi klienta jest sponsorem i ostatecznym akceptantem wdrażanego standardu. Decyduje o podstawowych założeniach standardu – jaki wizerunek i cele instytucji ma on wspierać. Oprócz tego pełni rolę rzecznika zmiany. Przy wykorzystaniu narzędzi komunikacji wewnętrznej regularnie przekazuje pracownikom niższego szczebla informacje o postępach prac oraz korzyściach, które zmiany przyniosą, a na dalszych etapach promuje i nagradza dobre praktyki w skali instytucji.

Kadra kierownicza średniego szczebla – pełni rolę pośrednika pomiędzy pracownikami obsługującymi klientów a koordynatorem jakości i kadrami zarządzającą. Monitoruje na bieżąco potrzeby i braki pracowników w zakresie jakości obsługi klienta i wdrożenia standardów. Dba o rozwój pracowników w zakresie jakości obsługi klienta. W oparciu o harmonogram wdrożenia i treść standardu definiuje cele jakościowe dla swoich pracowników i rozlicza z ich realizacji.

Pracownicy obsługujący klienta – ich zadaniem jest realizacja standardu w codziennej pracy z klientem. Zbierają przy tym i zgłaszają przełożonemu bieżące potrzeby doprecyzowania lub uzupełnienia standardu.

3.2. Proces wdrażania standardu

Proces budowania i wdrażania standardu obsługi klienta należy rozpocząć od zdefiniowania celów instytucji, których realizację ma wspierać standard:

- cele statutowe instytucji, których efektywność ma zwiększyć standard,
- wizerunek instytucji, który mają postrzegać klienci (w tym misja, wartości, którymi instytucja się kieruje),
- inne cele ważne dla instytucji w kontekście standardu (można tu wskazać konieczność zmiany postaw pracowników wobec klienta, jasne określenie kompetencji poszczególnych stanowisk w obsłudze klienta, zminimalizowanie czasu obsługi klienta lub przeciwnie – zapewnienie klientom większej niż dotychczas uwagi ze strony pracowników, zwiększenie efektywności doradztwa itp.).

Kolejnym krokiem jest przeprowadzenie badań celem zdefiniowania oczekiwań klientów względem instytucji. Powszechnym rozwiązaniem jest zlecenie realizacji badań zewnętrznej wyspecjalizowanej firmie, posiadającej narzędzia i doświadczenie w tym zakresie. Zapewnia to obiektywizm uzyskanych wyników. Ponadto firmy badawcze posiadają narzędzia statystyczne pozwalające im dokonywać analiz wyników oraz budować na ich podstawie rekomendacje dotyczące niezbędnych zmian.

Potem następuje przygotowanie standardu i uzyskanie akceptacji od sponsorów projektu, czyli kadry zarządzającej instytucją. Dobrą praktykę stanowi pilotażowe wdrożenie standardu w grupie wybranych pracowników celem sprawdzenia jego działania w praktyce i wprowadzenia ewentualnych poprawek przed wdrożeniem w całej instytucji. Do tego działania wybiera się zazwyczaj pracowników najbardziej zaangażowanych i cieszących się największym zaufaniem klientów.

Kolejny krok to wdrożenie standardu w całej instytucji (lub grupie instytucji). Ważne jest,

aby na tym etapie zapewnić wszystkim pracownikom zaangażowanym w obsługę klienta pełną wiedzę i umiejętności pozwalające z powodzeniem wykonywać zalecenia standardu. Niezbędna jest dobrze przygotowana komunikacja wewnętrzna, realizuje się też szkolenia. Należy zadbać, aby pracownicy nie tylko nauczyli się nowego standardu, ale też zrozumieli jego wymiar praktyczny.

Zakłada się, że na zmianę nawyków w pracy człowiek potrzebuje ok. 3 miesięcy. Jest to minimalny okres, w którym po wdrożeniu należy zapewnić pracownikom stałe wsparcie merytoryczne. Może ono wystąpić w postaci dedykowanej infolinii lub mobilnego trenera odwiedzającego poszczególnych pracowników w codziennej pracy. Niezbędna jest też publikacja całego standardu w wersji pisemnej, łatwo dostępnej dla pracownika. Znaczną pomoc stanowią też zestawy odpowiedzi na „najczęściej zadawane pytania”, podręczniki z praktycznymi ćwiczeniami do samodzielnej pracy i filmy szkoleniowe prezentujące modelową obsługę klienta zgodną ze standardem.

Od momentu wdrożenia standardu należy rozpocząć monitorowanie poziomu jakości obsługi klientów.

3.3. Badania wykorzystywane w procesie wdrażania i monitorowania poziomu wdrożenia standardów

- „Tajemniczy Klient” – badanie służy sprawdzeniu, w jakim stopniu pracownik potrafi przeprowadzić efektywne spotkanie z klientem i jak płynnie porusza się w ramach obowiązującego w instytucji standardu obsługi. W ramach badania pracowników instytucji odwiedzają audytorzy (wcielający się w rolę prawdziwych klientów), nie następuje natomiast interakcja z prawdziwymi klientami.
- **Grupy focusowe** – badanie wykonywane zarówno na klientach i potencjalnych klientach instytucji oraz klientach konkurencji, jak i pracownikach instytucji. Służy poznaniu ogólnych opinii o instytucji, zdefiniowaniu tzw. „momentów prawdy”, czyli elementów interakcji z instytucją najważniejszych dla poszczególnych grup i ich punktów bólu. Najlepsze wyniki badania uzyskiwane są przy grupach kilkusobowych, moderowanych przez osobę spoza badanej instytucji
- **Badania telefoniczne i internetowe satysfakcji klientów i skłonności do polecenia usług instytucji.** Jest to badanie przeprowadzane z klientami instytucji – zazwyczaj spełniającymi dodatkowy warunek graniczny, np. wejścia z instytucją w interakcję w ściśle wyznaczonym okresie. Baza klientów do badania przekazywana jest do firmy badawczej przez instytucję konsumującą wynik, a umieszczenie w niej klienta wymaga uzyskania od niego uprzednio odpowiedniej zgody na przetwarzanie danych w celach marketingowych. Zaletą tego typu badań jest możliwość skutecznego dotarcia do konkretnej grupy klientów i uzyskania od nich informacji nie tylko o ogólnym poziomie

zadowolenia z obsługi, ale także o czynnikach, które na to zadowolenie wpłynęły.

Badania tego typu dobrze jest wykonywać raz na pół roku lub raz na rok, ponieważ w wielu przypadkach zmiana poziomu zadowolenia klientów może zostać uzyskana jedynie poprzez wdrożenie dużych lub czasochłonnych zmian w instytucji.

4. Rekomendowany schemat szkolenia z zakresu jakości obsługi młodego klienta dla pracowników instytucji rynku pracy województwa śląskiego

Cele szkolenia:

- zbudowanie świadomości pracowników dotyczącej wpływu sposobu obsługi na zadowolenie klienta;
- zwiększenie komfortu pracowników we współpracy z młodymi klientami - zaopatrzenie pracowników w niezbędne umiejętności praktyczne;
- pogłębienie wiedzy pracowników w zakresie technik budowania długotrwałych relacji z młodym klientem;
- zwiększenie umiejętności pracowników w zakresie badania potrzeb młodego klienta.

Proponowany czas szkolenia:

około 8 godzin szkoleniowych

Proponowana liczba uczestników w grupie szkoleniowej:

8 - 12 osób. Jest to liczba uczestników umożliwiająca efektywny podział na grupy przy ćwiczeniach odbywanych w takiej konwencji.

Aby zwiększyć efektywność szkolenia, rekomendujemy jednorodność grup szkoleniowych pod względem pozycji służbowej uczestników – tak aby pracownicy niższego szczebla nie obawiali się podczas szkolenia reakcji kierowników i odwrotnie.

Charakter szkolenia:

mieszany – elementy wykładu powiązane z ćwiczeniami praktycznymi pozwalającymi usystematyzować zdobywaną wiedzę.

Program szkolenia:

1. Wstęp

2. Jakość obsługi - co to oznacza i czy naprawdę jest ważne?

Uświadomienie uczestnikom szkolenia wpływu jakości obsługi na skuteczność obsługi i satysfakcję klienta. Zdefiniowanie, czym jest „jakość obsługi”.

3. Pierwsze wrażenie można zrobić tylko raz

Uświadomienie uczestnikom szkolenia roli środowiska, w którym odbywa się rozmowa.

4. Badanie potrzeb i proponowanie rozwiązań

Wyposażenie uczestników szkolenia w narzędzia pozwalające skutecznie badać potrzeby klienta i proponować dopasowane do nich rozwiązania.

5. Socjotechnika w pracy z klientem

Wyposażenie uczestników szkolenia w wiedzę i narzędzia z zakresu technik budowania relacji z klientem oraz reagowania w sytuacjach potencjalnie stresowych.

6. Etykieta rozmów telefonicznych i mailowych

7. Podsumowanie

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) Powodzenie wdrażania wymaga uzyskania akceptacji pracowników IRP.
- c) Standardy powinny być spójne na terenie całego województwa.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – gdy sposób postrzegania IRP przez młodych ludzi ulegnie zmianie, to zainteresują się ofertą dotyczącą aktywizacji.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – więcej osób lepiej obsłużonych będzie, bardziej świadomie wybierać formy wsparcia.
- c) Pozyskanie przez urzędy większej liczby bardziej różnorodnych ofert pracy od pracodawców, którzy zauważą nowe standardy obsługi.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób korzystających z form aktywizacji oferowanych przez śląskie IRP – coroczny wzrost o 2 p. proc.
- b) Poprawa oceny pracy PUP przez osoby poszukujące pracy oraz przez pracodawców – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).

Terminy:

- a) Prace nad przygotowaniem i wdrożeniem pełnego standardu potrwać około 6 miesięcy, a pierwsza ocena efektów wdrożenia będzie możliwa po kolejnych 3-4 miesiącach.
- b) Szkolenia – w skali województwa śląskiego – 1 rok.

Koszty:

- a) Organizacja warsztatów projektowych dla kadry zarządzającej oraz dla zespołu odpowiedzialnego za przygotowanie i wdrożenie standardów – 1000 zł/warsztat.
- b) Szkolenie pracowników – 1000 zł/osobę.

Ryzyka:

- a) Przygotowanie standardu nieodpowiadającego na potrzeby klientów.
- b) Opór przed zmianą. Ryzyko odrzucenia standardów mimo ich dobrego przygotowania.
- c) Wypalenie się standardów po upływie pewnego czasu.

Rekomendacja 1.2.7

Zalecamy formułowanie informacji kierowanej do osób młodych w taki sposób, żeby przekazywane treści były dla odbiorcy ciekawe, łatwe w zrozumieniu i wiarygodne.

Adresaci rekomendacji: Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma kluczowe znaczenie dla zwiększenia skuteczności oferowanego młodym osobom wsparcia aktywizacyjnego i jednocześnie jest niezwykle ważne dla dotarcia do jak najszerszego grona osób oddalonych od rynku. Z tego powodu zostało szczegółowo omówione w rekomendacji R.1.1.1.

Rekomendacja II

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, w tym sformułowanie kryteriów konkursowych dla konkursów ogłaszanych w ramach Osi I POWER

Rekomendacja 2.1

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych
przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach

Czyli jak Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach może wspierać działania kierowane do osób młodych, w tym z grupy NEET:

- jak informować;
- jak promować;
- jak upowszechniać;
- jak koordynować współpracę różnych instytucji;
- jak szkolić pracowników instytucji rynku pracy;
- jak rozwijać wykorzystywane metody pracy.

Rekomendacja 2.1.1

Zalecamy promowanie współpracy międzyinstytucjonalnej na rzecz osób młodych oraz wymianę informacji dotyczących działań kierowanych do osób młodych realizowanych przez wszystkie instytucje rynku pracy na terenie województwa śląskiego, a także kontynuację działań na rzecz poprawy wizerunku urzędów pracy.

Adresaci rekomendacji:

1. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach

Wyniki wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z osobami z grupy NEET z województwa śląskiego wskazują, że osoby te nie znają oferty urzędów pracy i nie chcą jej poznać ze względu na mało przyjazny wizerunek tych urzędów ukształtowany na podstawie opinii innych osób. Należy wziąć te uwarunkowania pod uwagę i zaplanować wyjście do tej grupy z informacją o ofercie w sposób bardzo widoczny, budzący zainteresowanie młodych osób, dostosowany do ich sposobu pozyskiwania informacji i pokazujący jednoznacznie, że jest to oferta dla osób młodych, a jej zakres może być dla osób zainteresowanych bardzo interesujący.

Osobnym problemem jest to, że osoby młode nie potrafią wskazać różnic między WUP i PUP, w szczególności nie wiedzą, że mogą skorzystać z oferty WUP bez rejestracji.

Dlatego celowe jest systematyczne prowadzenie szczegółowo zaplanowanych działań informacyjnych i promocyjnych na terenie całego województwa i we współpracy z innymi instytucjami rynku pracy. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach powinien pełnić funkcję inicjatora i koordynatora tych działań.

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach realizuje z powodzeniem wiele z rekomendowanych działań, a niniejsze zalecenia mają na celu wskazanie najważniejszych zagadnień, które powinny być rozszerzane.

1. Stwórzmy płaszczyznę wymiany informacji dotyczących możliwych kierunków wspierania osób młodych

Problematyką aktywizacji osób młodych zajmuje się wiele instytucji działających w różnych obszarach (np. rynku pracy, pomocy społecznej, edukacji, szkolnictwa wyższego). Każda z nich podejmuje szereg działań. Obejmują one przykładowo spotkania, warsztaty, konferencje, organizację stoisk informacyjnych podczas wydarzeń lokalnych czy wojewódzkich itp.

Informacje dotyczące podejmowanych inicjatyw są rozproszone. Najczęściej zamieszczane są na stronach internetowych poszczególnych instytucji, w wydawnictwach czy na portalach branżowych. Przykładowo na portalu Publicznych Służb Zatrudnienia oraz stronach

Wojewódzkiego i powiatowych urzędów pracy znajduje się zakładka Kalendarz targów giełd i szkoleń obejmująca zamieszczane przez jednostki PSZ informacje dotyczące realizowanych przedsięwzięć. Na stronie internetowej WUP w Katowicach w zakładce „Fundusze europejskie” dostępne są informacje na temat wsparcia osób młodych w ramach EFS.

Stworzenie płaszczyzny współpracy umożliwi integrację rozproszonych informacji oraz przyczyni się do możliwości ich wykorzystania przez większą liczbę odbiorców. Tym samym zwiększy się zasięg i efektywność podejmowanych działań.

2. Stwórzmy sieć współpracy z instytucjami działającymi na rzecz osób młodych w zakresie promocji przedsiębiorczości i poradnictwa zawodowego

Uzyskanie dużej wiarygodności przekazu dla działań informacyjnych prowadzonych przez instytucję, której adresaci nie znają lub – co gorsza – nie chcą poznać ze względu na ugruntowaną w środowisku opinię, wymaga podjęcia wspólnych przedsięwzięć z podmiotami, które są elementem naturalnego środowiska osób młodych, np. ze szkołami i uczelniami wyższymi. Ważnym tematem takich przedsięwzięć może być promocja istoty przedsiębiorczości oraz poradnictwa zawodowego. Zalecane formy takich działań to prelekcje, konkursy międzyszkolne (np. ekonomiczna gra biznesowa) oraz inne formy spotkań tematycznych.

W tym kontekście Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach może też pełnić ważną funkcję promotora i koordynatora lokalnych ośrodków wsparcia przedsiębiorczości (OWP) kierujących swoją ofertę do osób młodych. Ośrodki te zostały szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.5. Celowe jest opracowanie modelu takiego ośrodka, przeszkolenie liderów, którzy mieliby go rozwijać w środowisku lokalnym (najlepiej z bezpośrednim udziałem osób młodych), oraz wspieranie w zakresie realizacji planowanych działań i dostępu do informacji.

3. Upowszechniamy wśród instytucji rynku pracy województwa śląskiego rozwiązania na rzecz aktywizacji osób młodych (w tym wypracowane w innych województwach lub za granicą)

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach powinien kontynuować swoje działania w zakresie transferu informacji o dobrych praktykach wspierania osób młodych oraz o przetestowanych rozwiązaniach innowacyjnych. Celowe jest organizowanie na terenie województwa spotkań śląskich instytucji rynku pracy z podmiotami, które wypracowały i wdrożyły ciekawe rozwiązania skutecznie wspierające aktywizację osób młodych (w tym w innych częściach kraju lub za granicą). Szczególna uwaga powinna być zwrócona na możliwości wsparcia osób oddalonych od rynku pracy, z grupy NEET i młodych kobiet, które nie uczestniczą w edukacji oraz nie są zatrudnione w związku ze sprawowaniem opieki nad osobą zależną.

4. Przeprowadźmy kampanię społeczną informującą o programach dla osób NEET, o ofercie UP, OHP i innych IRP oraz programie Gwarancje dla młodzieży a także podejmiemy działania na rzecz poprawy wizerunku PUP

Przeprowadzenie kampanii społecznej informującej o programach dla osób NEET, o ofercie UP, OHP i innych IRP oraz programie Gwarancje dla młodzieży a także podjęcie działań na rzecz poprawy wizerunku PUP uznaliśmy za ważną rekomendację dla zwiększenia skuteczności dotarcia do osób młodych w województwie śląskim.

Uwaga dodatkowa

Szczegółowy zakres kampanii społecznej dotyczącej kierunków wspierania osób młodych oraz obejmującej działania na rzecz poprawy wizerunku PUP został opisany w rekomendacji R.1.1.6.

Jednocześnie wskazaliśmy, że jednym z warunkowań skuteczności takiej kampanii jest jej zasięg i wynikająca z niego skala działań. Organizacja kampanii w powiatach jest celowa, ale powinna być skoordynowana w skali całego województwa i spójna. Powinna być prowadzona pod jednym hasłem i z wykorzystaniem tego samego systemu wizualizacji. Dlatego wymaga koordynatora na szczeblu wojewódzkim, którym w naturalny sposób powinien być Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach.

5. Stwórzmy osobną podstronę dla młodzieży na stronie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach

Osoby młode, należące do pokolenia Y, poszukują informacji w zupełnie inny sposób niż osoby trochę starsze. Młodzież ma obecnie nieograniczony dostęp do informacji o każdym czasie i w każdym miejscu. Sprawnie wybiera z zalewu treści informacyjnych te, które są dla odbiorcy ważne i dlatego dotarcie do młodych ludzi z informacją o ofercie wsparcia wymaga pomysłowości, pracy i umiejętnego wpisania się w obowiązujące zasady budowy i przekazywania komunikatu kierowanego do osób młodych. Skuteczne dotarcie z informacją kierowaną przez Wojewódzki Urząd pracy w Katowicach do osób młodych wymaga stworzenia strony przyjaznej tej grupie odbiorców.

Uwaga dodatkowa

Szczegółowe informacje na temat docierania do osób młodych z informacją i budowy przyjaznych stron internetowych zostały zawarte w rekomendacji R.1.1.2.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) Sukces jej wdrożenia uzależniony jest od skali podjętych działań.
- c) Warunkiem powodzenia jest systematyczność i powtarzalność działań informacyjnych i upowszechniających.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Lepsze rozumienie istoty oferty kierowanej do osób młodych i zasad funkcjonowania urzędów pracy oraz innych instytucji rynku pracy.
- b) Więcej osób młodych poinformowanych o ofercie urzędów pracy – większe zainteresowanie udzielanym wsparciem i bardziej racjonalne wykorzystanie dostępnych form wsparcia.
- c) Zwiększenie zakresu oferty instytucji rynku pracy kierowanej do osób młodych w związku z poznaniem dobrych praktyk wypracowanych w innych województwach i krajach.
- d) Uzyskanie rozpoznawalności i wspólnego standardu działania przez lokalne ośrodki wspierania przedsiębiorczości działające na rzecz osób młodych.
- e) Zwiększenie wiedzy o wdrożonych w innych regionach/krajach dobrych praktykach wspierania osób młodych.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba szkół i uczelni współpracujących w zakresie promocji przedsiębiorczości i doradztwa zawodowego – 150 instytucji pozyskanych do współpracy do końca 2018 roku.
- b) Liczba wydarzeń związanych z upowszechnieniem dobrych praktyk wspierania osób młodych – 3 wydarzenia każdego roku.
- c) Liczba spotkań w ramach sieci współpracy instytucji działających na rzecz młodzieży oraz platformy wymiany informacji – 3 spotkania każdego roku.
- d) Liczba wejść na podstronę dedykowaną młodzieży – 10 tys. rocznie.
- e) Zwiększenie wiedzy osób młodych o przedsiębiorczości – zwiększenie wiedzy o 0,5 p. w skali 1 – 10 mierzone na podst. porównywalnych badań robionych raz na dwa lata.

Terminy:

- a) Wdrożenie niniejszych zaleceń może następować na bieżąco (etapami).
- b) Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjnej o zasięgu wojewódzkim – 1,5 roku.

Koszty:

- a) Koszty stworzenia płaszczyzny wymiany informacji oraz sieci współpracy instytucji działających na rzecz osób młodych będą możliwe do oszacowania po ustaleniu formuły realizacji zadania.
- b) Koszty przeprowadzenia kampanii społecznej będą możliwe do oszacowania po ustaleniu scenariusza kampanii, wyborze kanałów informacji, prowadzonych działań, twarzy kampanii itp. Na tym etapie oszacowanie kosztów jest niemożliwe.
- c) Współpraca ze szkołami, działania informacyjne i upowszechnianie dobrych praktyk nie będą generowały dodatkowych kosztów.
- d) Przygotowanie podstrony internetowej (o ile WUP nie ma stałej umowy w tym zakresie) oznacza koszt na poziomie kilkunastu tysięcy złotych.

Ryzyka:

- a) Brak zainteresowania działaniami informacyjnymi ze strony osób młodych.
- b) Brak zainteresowania współpracą ze strony instytucji działających na rzecz osób młodych. Ograniczenia techniczne stworzenia specjalnej podstrony kierowanej do osób młodych.

Rekomendacja 2.1.2

Zalecamy rozwój działań metodyczno-szkoleniowych ukierunkowanych na poprawę jakości usług świadczonych na rzecz osób młodych w województwie śląskim.

Adresaci rekomendacji:

1. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach jest aktywny w zakresie podnoszenia jakości usług publicznych służb zatrudnienia oraz innych instytucji działających w obszarze rynku pracy. Przede wszystkim prowadzi szkolenia mające na celu rozwijanie kompetencji zawodowych i interpersonalnych. Tematyka tych szkoleń jest określana na podstawie potrzeb zgłaszanych przez PUP wynikających ze zmian prawnych oraz własnej analizy potrzeb szkoleniowych.

WUP w Katowicach prowadzi również szkolenia trenerskie mające na celu nadanie uprawnień pracownikom publicznych służb zatrudnienia do stosowania określonych metod pracy z klientem.

Celowy jest rozwój tej oferty szkoleniowej, tak aby - z jednej strony - trafiła do coraz szerszej grupy osób włączonych w aktywizację osób młodych, a z drugiej strony – obejmowała nowe tematy, bezpośrednio związane z pracą z klientem młodym i uwzględniała potrzeby, oczekiwania i bariery tej grupy osób.

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach angażuje się również w tworzenie modelowych rozwiązań pracy z klientem oraz przygotowanie kadry do ich realizacji. Przykładem jest tu Program Aktywizacja i Integracja realizowany w Piekarach Śląskich. Pracownicy WUP uczestniczyli w opracowywaniu scenariuszy zajęć i spotkań indywidualnych realizowanych w Bloku Integracja. Ponadto zrealizowali cykl szkoleń mających na celu przygotowanie pracowników MOPR Piekary Śląskie do samodzielnej realizacji PAI w kolejnych latach. Szkolenia koncentrowały się na rozwoju kompetencji uczestników w zakresie pracy z grupą oraz grupowego poradnictwa zawodowego.

1. Rozwijamy ofertę działań metodyczno-szkoleniowych z zakresu poradnictwa zawodowego

Szkolenia dla pracowników publicznych służb zatrudnienia i innych instytucji rynku pracy bezpośrednio wpływają na jakość usług świadczonych przez te instytucje. Natomiast szkolenia kierowane np. do pracowników oświaty mają istotny wpływ na poziom poradnictwa zawodowego oferowanego poza instytucjami rynku pracy.

Działania metodyczno-szkoleniowe powinny obejmować szkolnych doradców zawodowych i nauczycieli zajmujących się problematyką poradnictwa zawodowego. Celowe jest kontynuowanie szkoleń wprowadzonych do oferty WUP w Katowicach skierowanych do tej grupy odbiorców. Za faktem tym przemawiają wyniki badań. Przykładowo z przeprowadzonych badań oraz z analizy dostępnych opracowań wynika, że młodzież kończąca gimnazjum podejmuje decyzje o dalszym

kierunku kształcenia przypadkowo albo pod wpływem rodziców, ale bardzo rzadko jest to wybór oparty o analizę własnych predyspozycji i celów. Dlatego szkolenia nauczycieli pracujących z taką młodzieżą są niezwykle cenne dla podejmowania świadomych wyborów edukacyjnych.

Istotne jest również rozwijanie oferty szkoleń skierowanej do przedstawicieli innych instytucji rynku pracy, w tym OHP i Akademickich Biur Karier.

2. Opracujmy i przeprowadźmy szkolenia w zakresie obsługi osób młodych i promujmy wdrażanie standardów obsługi takich klientów

W rekomendacji R.1.2.6 przedstawiliśmy założenia na temat warunków przygotowania i wdrożenia w instytucjach rynku pracy standardów obsługi klienta młodego. Przetawione tam zalecenie, które ma na celu poprawę skuteczności wsparcia kierowanego do osób młodych, wymaga stosunkowo długich działań, zaangażowania środków finansowych na wypracowanie standardu, przeszkolenia kadry, pokonania bariery małego zaufania do takich rozwiązań. Standardy powinny docelowo być wprowadzane w powiatowych urzędach pracy, ale celowe jest, by rolę koordynatora prac w tym zakresie objął Wojewódzki Urząd pracy w Katowicach.

Zanim jednak powiatowe urzędy pracy będą gotowe na wdrożenie standardów istotne jest opracowanie i przeprowadzenie szkolenia w zakresie obsługi osób młodych. Z całą pewnością zakres tego szkolenia mieści się w działaniach WUP mających na celu poprawę jakości usług świadczonych na rzecz osób młodych w województwie śląskim.

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.6.

3. Podejmujemy kompleksowe działania mające na celu określenie optymalnej ścieżki wsparcia dostosowanej do indywidualnych potrzeb klienta

Indywidualizacja wsparcia oferowanego osobom młodym jest jednym z warunków skutecznej aktywizacji, co zostało wskazane w rekomendacji R.1.2.4. Ważne, żeby w trakcie określania dla każdej osoby młodej optymalnej ścieżki wsparcia uwzględniającej potrzeby, oczekiwania i bariery brać pod uwagę szeroki wybór narzędzi standardowych oraz mieć możliwość stosowania działań niestandardowych. Ważne jest, aby Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach realizował i promował kompleksowe działania wspierające wyznaczenie takiej ścieżki dla każdego młodego klienta.

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach angażuje się w popularyzację działań bazujących na kompleksowym podejściu do klienta. Przykładem jest adaptacja i wdrażanie elementów metody case management w województwie śląskim. Metoda ta polega na doborze indywidualnej ścieżki wsparcia osobom znajdującym się w trudnej sytuacji życiowej. Koncentruje się na pracy

z klientami zmagającymi się jednocześnie z wieloma problemami (np. niepełnosprawność, długotrwałe pozostawanie bez pracy, izolacja społeczna, zła sytuacja materialna). Założenia metody kładą nacisk na podejmowanie wszechstronnych działań oraz współpracę instytucji działających w różnych obszarach (np. rynek pracy, pomoc społeczna, służba zdrowia, edukacja).

W okresie 01.10.2014-31.08.2015 WUP realizował projekt Wiedza i praktyka kluczem do skutecznej pomocy bezrobotnym osobom niepełnosprawnym współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Partnerem była Wyższa Szkoła Zawodowa Federalnej Agencji Pracy (Hochschule der Bundesagentur für Arbeit - HdBA) w Mannheim. W projekcie założono poprawę jakości usług publicznych służb zatrudnienia w województwie śląskim poprzez podniesienie kompetencji zawodowych pracowników oraz wdrożenie elementów metody case management w minimum 5 urzędach pracy województwa śląskiego. Pracownicy śląskich służb zatrudnienia poznali metodę CM podczas dwóch wizyt studyjnych w Mannheim (Niemcy). Na podstawie zdobytych doświadczeń opracowano procedurę pracy z klientem z niepełnosprawnością. Obejmowała ona opis ścieżki postępowania oraz wzory dokumentów. Ważny element procesu stanowiło zawarcie kontraktu pomiędzy doradcą klienta a klientem, co obligowało strony do intensywnej współpracy. Założono, że zadania w ramach procesu będą realizowane maksymalnie przez 24 miesiące, po 12 nastąpi ocena na ile zaplanowane cele zostały osiągnięte. Opis procedury oraz wzory dokumentów dostępne są w publikacji opracowanej w ramach projektu: Poradnik - Elementy metody Case Management w pracy z klientami z niepełnosprawnością w publicznych służbach zatrudnienia województwa śląskiego.

Od 01.09.2015 WUP Katowice prowadzi monitoring wdrażania elementów metody case management w pracy z bezrobotnymi osobami z niepełnosprawnością w publicznych służbach zatrudnienia województwa. Wdrażania podjęto się 6 PUP w: Chorzowie, Częstochowie, Gliwicach, Raciborzu, Tarnowskich Górach i Zabrze. Metoda case management została przedstawiona również w rekomendacji R.1.2.4 dotyczącej działań na rzecz zapewnienia indywidualizacji wsparcia udzielanego osobom młodym.

4. Rozsyłajmy newsletter prezentujący działania metodyczno-szkoleniowe realizowane przez WUP w Katowicach

Zapowiedzi działań Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach, szczególnie w zakresie informacji i szkoleń, powinny być zawarte w treści newslettera, który będzie adresowany do wszystkich zainteresowanych udziałem w organizowanych wydarzeniach. Informacja na stronie internetowej jest informacją ogólnodostępną. Jednak praktyka wskazuje, że docierają do niej albo osoby, które mają wiedzę, że mogą jej tam szukać, albo takie, które przypadkowo przeglądają stronę w związku z innymi pracami. W ten sposób część osób zainteresowanych udziałem w szkoleniu dowiaduje się o nim po jego zakończeniu lub po terminie rekrutacji. Dlatego celowe jest otwarcie listy mailingowej, na którą mogą wpisać się wszyscy zainteresowani otrzymaniem takich informacji, a następnie regularne wpisywanie planowanych działań do newslettera rozsyłanego według tej listy np. raz na miesiąc.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Niniejsza rekomendacja wpisuje się w obowiązujące uwarunkowania prawne.
- b) Sukces jej wdrożenia uzależniony jest od skali podjętych działań.
- c) Warunkiem powodzenia jest systematyczność i powtarzalność działań metodyczno-szkoleniowych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Bardziej świadome dokonywanie wyborów zawodowych i edukacyjnych.
- b) Lepszy wizerunek urzędów pracy wdrażających zasady zapewnienia jakości obsługi młodego klienta.
- c) Zwiększenie efektywności aktywizacji osób młodych poprzez wdrożenie optymalnej indywidualnej ścieżki wsparcia.
- d) Łatwiejszy dostęp do informacji o działaniach metodyczno-szkoleniowych i planowanych wydarzeniach informacyjnych organizowanych przez WUP w Katowicach.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba działań metodyczno-szkoleniowych z zakresu doradztwa zawodowego – 20 rocznie.
- b) Liczba osób objętych wsparciem metodyczno-szkoleniowym z zakresu doradztwa zawodowego oraz obsługi klienta młodego – 200 rocznie.
- c) Liczba prenumeratorów newslettera – 100 do końca 2018 roku.
- d) Poprawa jakości obsługi młodego klienta – wyższa ocena jakości o 0,5 p. w skali 1 – 10 mierzona na podst. corocznych badań młodych klientów IRP.

Terminy:

- a) Wdrożenie niniejszych zaleceń może następować na bieżąco.

Koszty:

- a) Zgodnie z Ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy jednym z zadań WUP jest prowadzenie szkoleń dla pracowników PSZ i instytucji rynku pracy w zakresie usług rynku pracy. Działania metodyczno-szkoleniowe skierowane do innych grup odbiorców wymagają określenia roli WUP w przedsięwzięciu, ponieważ mogą wiązać się z poniesieniem dodatkowych kosztów.
- b) Opracowanie standardów obsługi młodego klienta i zasad tworzenia optymalnej ścieżki wsparcia opartej o indywidualne potrzeby – może stanowić koszt około 40 tys. zł.
- c) Redakcja newslettera i wysyłka elektroniczna – bez dodatkowych kosztów (o ile jest podpisana umowa na funkcję newslettera).

Ryzyka:

- a) Brak zainteresowania działaniami metodyczno-szkoleniowymi ze strony instytucji działających na rzecz młodzieży.
- b) Małe zainteresowanie wdrożeniem standardów obsługi klienta.
- c) Brak chętnych do prenumerowania newslettera.
- d) Trudności z zapewnieniem cykliczności wydań newslettera.

Rekomendacja 2.2

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych
przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
- sformułowanie kryteriów konkursowych
dla konkursów ogłaszanych w ramach Osi I POWER

Czyli jakie warunki powinny być stawiane podmiotom realizującym projekty w ramach Osi I POWER:

- jak można zapewnić możliwość kontroli projektu na terenie województwa śląskiego i jednocześnie organizować wsparcie w sposób przyjazny dla młodych uczestników;
- jak budować stabilność i rozpoznawalność wsparcia projektowego w dłuższym okresie;
- jak sprawić, by realizatorzy projektów nie konkurowali o uczestników

Rekomendacja 2.2.1

Kryteria dostępu

Zalecamy dostosowanie kryteriów dostępu przede wszystkim do potrzeb, oczekiwań i możliwości grupy docelowej.

Adresaci rekomendacji:

1. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
2. Ministerstwo Rozwoju

Zgodnie z „Kryteriami wyboru projektów dla poszczególnych osi priorytetowych, działań i poddziałań” stanowiących załącznik nr 3 do Szczegółowego Opisu Osi Priorytetowych PO WER właściwe instytucje uczestniczące w realizacji, w tym Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, mogą w ramach Rocznych Planów Działania proponować

- kryteria dostępu,
- kryteria premijujące,
- kryteria strategiczne (jeżeli w ramach danego konkursu przewidziany jest etap oceny strategicznej),
- kryteria warunkujące (jeżeli w ramach danego konkursu przewidziany jest etap preselekcji).

Wszystkie propozycje Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach w zakresie powyższych kryteriów podlegają zatwierdzeniu przez Komitet Monitorujący PO WER.

W odniesieniu do kryteriów konkursowych dla konkursów ogłaszanych w ramach Osi I PO WER należy zaznaczyć, że 30 sierpnia 2016 roku Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach zakończył prace nad Rocznym Planem Działania PO WER na rok 2017. Zaproponowane kryteria zostały już przyjęte przez Komitet Monitorujący PO WER. Ewentualna zmiana kryteriów w związku z niniejszymi rekomendacjami może dotyczyć dopiero konkursów ogłaszanych w 2018 roku.

Co do zasady kryteria zostały podzielone przez Ministerstwo Rozwoju tj. Instytucję Zarządzającą PO WER, na trzy kategorie które należy każdorazowo uwzględnić podczas opracowywania kryteriów:

- Kryteria obligatoryjne wspólne – jednolity zestaw kryteriów dla wszystkich WUP-ów, których brzmienie nie może podlegać modyfikacji.
- Kryteria obligatoryjne indywidualne – obowiązkowe do określenia we wszystkich województwach, których zapisy powinny być zgodne z zaleceniami przekazywanymi przez Ministerstwo Rozwoju.
- Kryteria indywidualne – nieobowiązkowe, których brzmienie w przypadku decyzji o ich określeniu, powinno być zgodne z zaleceniami przekazywanymi przez Ministerstwo Rozwoju.

Powyższy sposób opracowywania kryteriów powoduje, iż wpływ WUP Katowice na opracowywanie kryteriów w ramach realizowanych Poddziałań POWER jest bardzo mocno ograniczony i sprowadza się de facto do decyzji, czy WUP wprowadzi kryteria nieobowiązkowe. Podkreślić jednak należy, iż nawet nieobowiązkowe kryteria indywidualne są określane przez Ministerstwo Rozwoju bez uprzedniego uzgodnienia z WUP Katowice.

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach w konkursach ogłaszanych w ramach Osi I PO WER w 2015 r. i 2016 r. nie wskazał kryteriów warunkujących i kryteriów strategicznych.

Konkurs ogłoszony w 2016 roku dotyczył wyboru projektów kierowanych do osób młodych, w tym osób z niepełnosprawnościami, w wieku 15 - 29 lat bez pracy, które nie uczestniczą w kształceniu i szkoleniu – tzw. młodzież NEET- niezarejestrowanych w powiatowych urzędach pracy, z wyłączeniem grupy określonej dla trybu konkursowego w poddziałaniu 1.3.1.

Z wyników pogłębionych wywiadów indywidualnych przeprowadzonych w ramach niniejszego Projektu wynika, że nie jest to grupa jednorodna ani pod względem poziomu wykształcenia, ani pod względem doświadczenia zawodowego. Jest to jednak grupa prawie jednomyślna pod względem niechęci do kontaktu z instytucjami rynku pracy, poszukiwania pomocy instytucjonalnej, korzystania z przygotowanych dla nich ofert aktywizacji. To bardzo ważny wniosek z punktu widzenia kryteriów wpisanych do dokumentacji konkursowej.

Wprowadzenie powyższej rekomendacji wymaga zmiany sposobu tworzenia kryteriów konkursowych.

1. Zrezygnujmy ze sformułowanego w obecnym brzmieniu wymogu prowadzenia biura projektu na terenie realizacji projektu i zastąpmy ten wymóg warunkiem prowadzenia biura na terenie województwa śląskiego oraz warunkiem zapewnienia uczestniczkom i uczestnikom projektu możliwości kontaktu z Beneficjentem w sposób i miejscu zgodnym ze zdiagnozowanymi oczekiwaniami tej grupy docelowej

W treści obecnie obowiązującego kryterium zapisano:

Projektodawca w okresie realizacji projektu prowadzi biuro projektu (lub posiada siedzibę, filię, delegaturę, oddział czy inną prawnie dozwoloną formę organizacyjną działalności podmiotu) na terenie realizacji projektu, wskazanym we wniosku o dofinansowanie, mieszczącym się na obszarze województwa śląskiego. Lokalizacja biura projektu powinna uwzględniać równy dostęp potencjalnych uczestników/uczestniczek projektu do osobistego kontaktu z Beneficjentem, w godzinach adekwatnych do specyfiki grupy docelowej. W biurze przechowywana jest pełna oryginalna dokumentacja wdrażanego projektu (z wyłączeniem dokumentów, których miejsce przechowywania uregulowano odpowiednimi przepisami).

W zdiagnozowanych warunkach:

- jawnej niechęci grupy docelowej do kontaktu z wszelkimi instytucjami,
- konieczności współpracy Beneficjentów z różnymi lokalnie działającymi organizacjami w celu dotarcia do grupy docelowej (co szczegółowo opisano w rekomendacji R.1.1) ,
- preferowania przez pokolenie Y kontaktu wirtualnego i silnej potrzeby otrzymania informacji „tu i teraz”, a nie w biurze, w wyznaczonych godzinach (co również zawarto w rekomendacji R.1.1)

zasadne jest takie planowanie wsparcia, by uczestnicy mieli zapewniony kontakt z zespołem projektowym w dogodnej dla nich formie, a wszelkie spotkania (indywidualne i grupowe) były

organizowane w miejscu przyjaznym dla młodego pokolenia, a nie w biurze projektu – np. w lokalnym domu kultury, bibliotece, siedzibie OSP itp.

Zgodnie z diagnozą postawioną na etapie przygotowania rekomendacji dotyczącej sposobów dotarcia do osób młodych oddalonych od rynku pracy oraz sposobów ich skutecznego wspierania wydaje się, że formułowanie warunku, by biuro projektu w określonych godzinach zapewniało uczestniczkom i uczestnikom możliwość osobistego kontaktu z Beneficjentem mija się z potrzebami i oczekiwaniami tej bardzo trudnej grupy docelowej.

Oczywiście, na terenie województwa śląskiego musi być zlokalizowane takie biuro, a w nim *przechowywana pełna oryginalna dokumentacja wdrażanego projektu (z wyłączeniem dokumentów, których miejsce przechowywania uregulowano odpowiednimi przepisami)*. To są jednak uwarunkowania wynikające z wykorzystania środków publicznych, warunków kontroli itp.

Wprowadzenie powyższej rekomendacji wymaga zmiany sposobu tworzenia kryteriów konkursowych.

2. Przedłużmy maksymalny okres trwania projektu, tak, by w środowisku lokalnym można było budować rozpoznawalną markę niepublicznej instytucji rynku pracy

Obecne brzmienie tego kryterium to:

Okres realizacji projektu nie przekracza 24 miesięcy

W uzasadnieniu tego kryterium zapisano, że *pozwoli beneficjentom precyzyjnie zaplanować zadania w ramach projektu, jak również wydatki co wpłynie pozytywnie na sposób jego realizacji i rozliczania*". Niestety, w uzasadnieniu nie ma żadnego powiązania z interesem osób uczestniczących w projekcie i tych, które chciałyby z takiego wsparcia skorzystać.

Jak wynika z przedstawionych powyżej potrzeb i oczekiwań grupy docelowej, zaufanie jej członków do instytucji i wsparcia systemowego należy budować od postaw. W ciągu 24 miesięcy w projekcie weźmie udział pewna grupa osób (każda z nich powinna uzyskać wsparcie w ciągu czterech miesięcy). Gdy po dwóch latach Beneficjent zdobędzie zaufanie lokalnej młodzieży i wypracuje dobrą markę, to kolejne osoby, które przyjdą po wsparcie zastaną informację, że projekt się zakończył. W przypadku tak trudnej do aktywizacji grupy i potrzeby wykonania bardzo złożonej i żmudnej pracy, by dotrzeć do młodych osób oddalonych od rynku pracy i zdobyć zaufanie lokalnej młodzieży, zakończenie działań po dwóch latach od rozpoczęcia projektu (czyli faktyczne prowadzenie rekrutacji przez około 18 miesięcy) jest niekorzystne z punktu widzenia grupy docelowej.

Oczywiście, dla zapewnienia racjonalnego wydatkowania środków finansowych i precyzyjnego planowania zadań, celowe jest wprowadzenie rozwiązań, które np. przed upływem 24 miesięcy

realizacji projektu pozwolą na ocenę rezultatów i zaplanowanych wskaźników oraz podjęcie negocjacji dotyczących np. zadań i wydatków na kolejny okres w ramach ustalonego na wstępie maksymalnego budżetu projektu. Takie rozwiązanie będzie korzystne dla odbiorców wsparcia również dlatego, że będzie motywować Beneficjentów do uzyskiwania zadowolenia uczestniczek i uczestników, bo projekty słabe i przeciętne nie będą miały szansy na dalszą realizację.

Wprowadzenie powyższej rekomendacji wymaga zmiany sposobu tworzenia kryteriów konkursowych.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wprowadzenie niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian w sposobie tworzenia kryteriów konkursowych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Większe zainteresowanie osób młodych ofertą Beneficjentów realizujących projekty w ramach Osi I PO WER.
- b) Lepszy dla uczestniczek i uczestników dostęp do zespołu projektowego, dostosowany do potrzeb i oczekiwań grupy docelowej.
- c) Zbudowanie zaufania grupy NEET do niepublicznych instytucji rynku pracy działających w lokalnym środowisku tych osób.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba młodych osób o niskich kwalifikacjach objęta wsparciem – 100 osób rocznie.
- b) Podniesienie poziomu kwalifikacji osób uczestniczących we wsparciu – 100 osób rocznie.
- c) Większe zainteresowanie grupy NEET udziałem w projektach kierowanych do tych osób – wzrost liczby młodych uczestników projektów o 3 pkt. proc. rocznie.

Terminy:

- a) Postulaty mogą być wdrożone w trakcie opracowania Roczego Planu Działania PO WER na 2018 rok.

Koszty:

- a) Wdrożenie niniejszych postulatów nie wiąże się z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów.

Ryzyka:

- a) Wdrożenie niniejszego postulatu nie łączy się z żadnym ryzykiem.

Rekomendacja 2.2.2

Kryteria premiujące

Zalecamy koordynowanie uruchamiania podobnych projektów kierowanych do grupy NEET na danym terenie.

Adresaci rekomendacji:

1. Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach
2. Ministerstwo Rozwoju

W dotychczasowych konkursach wnioskodawcy wskazywali na etapie składania wniosku o dofinansowanie okres realizacji projektu, który mógł być zmieniany na etapie negocjacji np. w związku z istotnym opóźnieniem rozstrzygnięcia konkursu.

Po rozstrzygnięciu konkursu na danym terenie rozpoczyna się rodzaj walki o uczestników. W przypadku grupy NEET, która nie jest szczególnie liczna i jednocześnie jest bardzo trudna do rekrutacji, taka walka prowadzi do rodzaju licytacji, której skutkiem zawsze jest obniżenie wymagań stawianych uczestnikom projektu, a w konsekwencji obniżenie jakości wsparcia.

1. Wprowadźmy kryterium premiujące dla Beneficjentów, którzy zadeklarują we wniosku o dofinansowanie, że dostosują termin rozpoczęcia projektu do propozycji IOK wynikającej z polityki organizacji wsparcia

Wojewódzki Urząd Pracy ma na etapie negocjacji wiedzę o terminach rozpoczęcia projektów, które mogą otrzymać dofinansowanie. W przypadku, gdy z posiadanych informacji wynika, że na pewnym terenie niemal jednocześnie rozpocznie się rekrutacja do podobnych projektów tej samej grupy NEET, wydaje się zasadne uporządkowanie tej sytuacji i zapobieganie negatywnym skutkom rywalizacji o uczestników projektu. Beneficjenci, którzy zadeklarują we wniosku, że dostosują się do oczekiwań IOK, powinni uzyskać za to premię punktową.

Takie działanie poprawi postrzeganie warunków wydatkowania środków na działania aktywizacyjne, przyczyni się do podniesienia jakości oferowanego wsparcia i zapewni, że również osoby, które później dowiedzą się o realizowanych projektach, będą mogły skorzystać z ich oferty.

Wprowadzenie powyższej rekomendacji wymaga zmiany sposobu tworzenia kryteriów konkursowych.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga zmiany sposobu tworzenia kryteriów konkursowych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Sprawniejsza realizacja projektów realizowanych w ramach Osi I PO WER.
- b) Lepszy dla uczestniczek i uczestników dostęp do oferty projektowej, dostępnej na danym terenie w dłuższym okresie.
- c) Poprawa postrzegania warunków wydatkowania środków na działania aktywizacyjne.
- d) Więcej młodych osób o niskich kwalifikacjach uczestniczących we wsparciu.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Wzrost liczby młodych osób uczestniczących w projektach w ramach Osi I PO WER – wzrost o 2 p. proc. rocznie.
- b) Większe zainteresowanie grupy NEET udziałem w projektach kierowanych do tych osób - wzrost liczby młodych uczestników projektów o 3 p. proc. rocznie.

Terminy:

- a) Postulaty mogą być wdrożone w trakcie opracowania Roczego Planu Działania PO WER na 2018 rok.

Koszty:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji nie wiąże się z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów.

Ryzyka:

- a) Brak zainteresowania Beneficjentów późniejszym uruchamianiem projektów.

Rekomendacja III

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej oraz KG OHP, w tym sformułowanie kryteriów konkursowych dla konkursów ogłaszanych przez MRPiPS w ramach Osi I POWER

Rekomendacja 3.1

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej oraz Komendę Główną OHP

Czyli jak Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej oraz Komenda Główna OHP mogą wspierać działania kierowane do osób młodych, w tym z grupy NEET:

- jak oferować doradztwo zawodowe dzieciom już na wczesnych etapach edukacji;
- jak realizować wsparcie kierowane do osób młodych przez podmioty inne niż publiczne służby zatrudnienia;
- jak zmieniać wizerunek PUP w świadomości pracodawców;
- jak wspierać PUP w budowaniu nowej marki.

Rekomendacja 3.1.1

Zalecamy prowadzenie doradztwa zawodowego na wszystkich poziomach kształcenia.

Adresaci rekomendacji:

1. Komenda Główna OHP

Śląska Wojewódzka Komenda OHP – wykorzystując opinie pracowników kilku jednostek OHP z terenu województwa śląskiego oraz diagnozę potrzeb młodzieży OHP w województwie – przedstawiła pozostałym członkom Partnerstwa najważniejsze uwarunkowania skutecznej aktywizacji młodzieży.

Partnerstwo postanowiło wpisać do niniejszych rekomendacji zalecenie dotyczące objęcia doradztwem zawodowym dzieci i młodzieży na wszystkich etapach edukacji. Zalecenie to oraz propozycja, by do obowiązującej siatki godzin Ministerstwo Edukacji Narodowej wpisało doradztwo zawodowe, jest w swej treści zbieżna z rekomendacją dodatkową R.5.1.

1. Oferujemy dzieciom i młodzieży szkolnej zajęcia zwiększające świadomość zawodową i organizujemy je w sposób systemowy, ciekawy i maksymalnie dopasowany do indywidualnych potrzeb

I etap: Działania na poziomie szkoły podstawowej

1. Wizyty w różnych zakładach pracy, tak aby zapoznać dzieci z różnymi stanowiskami dostępnymi na lokalnym rynku pracy.
2. Zapraszanie na spotkania przedstawicieli ciekawych zawodów dostępnych na lokalnym rynku pracy.

II etap: Działania kierowane do młodzieży w wieku 14 -16 lat

1. Prowadzenie obserwacji i przeprowadzanie ankiet przez doradcę zawodowego w celu określenia postawy młodego człowieka w obszarze zawodowym. Działania te powinna wykonywać wysoko wykwalifikowana kadra pracująca metodą coachingową.
2. Dokonanie podziału na dwie grupy wsparcia dla młodzieży według kryteriów odnoszących się do wniosków z obserwacji i ankiet:
 - Grupa „świadoma zawodowo”
 - ✓ Osoby należące do tej grupy powinny być objęte wsparciem warsztatowym, które ma za zadanie rozwijanie już posiadanych umiejętności.
 - Grupa „niezdecydowana zawodowo”

- ✓ W pracy z młodzieżą „niezorientowaną zawodowo” celowe jest prowadzenie warsztatów metodą coachingu, który w swojej istocie koncentruje się na rozwiązaniach problemu, a nie na diagnozie jego przyczyn. Zajęcia te powinny być zorganizowane poza szkołą i skupiać młodzież z całego powiatu.
- ✓ Osoby „szczególnie niezdecydowane” zaleca się objąć wsparciem w formie warsztatów wyjazdowych bądź dochodzących – np. pięciodniowych mających na celu motywowanie do rozwijania talentów. Celowe jest też odbycie wizyt studyjnych w minimum 3 zakładach pracy zbliżonych do indywidualnych predyspozycji zawodowych danej grupy (grupy tworzone spośród młodzieży z całego powiatu).

III etap: Zatrudnienie absolwenta szkoły ponadgimnazjalnej

(Przez absolwenta rozumie się osobę, która podejmie zatrudnienie do 6 miesięcy od ukończenia określonego cyklu kształcenia.).

Wśród narzędzi wspomagających zatrudnienie wyróżnić można dwa najbardziej skuteczne, przydatne i potrzebne z perspektywy OHP:

1. Wyposażenie naszych absolwentów w dodatkowe umiejętności i kwalifikacje (w ostatnim roku pobytu w hufcu lub bezpośrednio po jego zakończeniu), np. kurs spawacza, operatora wózków jezdniowych, ślusarza – kurs spawania lub kurs obrabiarek CNC, kurs w zawodzie murarz–tynkarz, monter zabudowy i robót wykończeniowych w budownictwie, kamieniarz, dekarz, elektryk (kurs dający uprawnienia SEP). Kursy nie powinny być długotrwałe (bez zajęć dodatkowych np. z doradcą zawodowym czy psychologiem), ale skupione tylko wokół dodatkowych kwalifikacji zawodowych.
2. Uruchomienie przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej programu „Staż w pracy”, którego celem będzie dofinansowanie stanowiska pracy pracodawcy przez 1 rok w przypadku zatrudnienia absolwenta. Zasadne jest organizowanie takich staży z pominięciem kosztownych szkoleń, by pracodawca sam przeszkolił absolwenta na danym stanowisku pracy.

2. Zapewnijmy kadrze OHP szkolenia niezbędne do skutecznej realizacji zadań realizowanych przez tę instytucję.

Zwiększenie kompetencji kadry OHP jest jednym z podstawowych warunków zwiększenia skuteczności działań przygotowujących młodzież do podjęcia zatrudnienia. Profesjonalne szkolenia powinny objąć m.in. najnowsze trendy w budowaniu motywacji i pracy metodą coachingu.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian ustawowych i może być powiązane z zapowiadaną reformą systemu oświaty.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Równy dostęp do doradztwa zawodowego dla uczniów z różnych środowisk.
- b) Bardziej świadome podejmowanie decyzji o dalszej ścieżce edukacyjnej, a co za tym idzie mniejszy odsetek niepowodzeń i rezygnacji z edukacji.
- c) Zwiększenie możliwości wyboru kształcenia zawodowego dzięki lepszej wiedzy o zawodach i możliwościach kształcenia w zawodach.
- d) Zwiększenie wyborów zawodów dających większą szansę na zatrudnienie.
- e) Większe umiejętności absolwentów z zakresu poruszania się po rynku pracy.
- f) Lepszy wizerunek OHP jako instytucji przygotowującej młodzież do wejścia na rynek pracy.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba osób z grona kadry OHP przeszkolonych w zakresie budowania motywacji i pracy metodą coachingu – 80 osób w 2017 roku.
- b) Zwiększenie wiedzy dzieci i młodzieży o zawodach i ich uwarunkowaniach – zwiększenie o 15% na podstawie porównywalnych badań przeprowadzonych na początku i końcu roku szkolnego 2017/2018.
- c) Zwiększenie umiejętności planowania własnej ścieżki edukacyjnej i kariery - zwiększenie o 15% na podstawie porównywalnych badań przeprowadzonych na początku i końcu roku szkolnego 2017/2018.
- d) Zwiększenie zainteresowania korzystaniem z oferty OHP – coroczny wzrost o 3 p. proc.

Terminy:

- a) Wdrożenie niniejszych zaleceń będzie możliwe na etapie reformy systemu oświaty.

Koszty:

- a) Oszacowanie kosztów dotyczących wdrożenia zalecenia nr 1 nie leży w kompetencji Partnerstwa.
- b) Koszty szkoleń dla kadry OHP wyniosą około 3 tys. zł na osobę.

Ryzyka:

- a) Brak zgody na wprowadzenie edukacji zawodowej na wszystkich etapach edukacji.
- b) Małe zainteresowanie dzieci i młodzieży zajęciami z doradztwa zawodowego.

Rekomendacja 3.1.2

Zalecamy opracowanie i przyjęcie Rządowego Programu na rzecz Aktywności Zawodowej Osób Młodych (AZOM).

Adresaci rekomendacji:

1. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Zaktualizowany Plan realizacji Gwarancji dla młodzieży w Polsce wskazuje, że sytuacja osób młodych na rynku pracy jest zdecydowanie trudniejsza niż osób z innych grup wiekowych.

Podmiotem wielu działań instytucji rynku pracy są osoby pozostające bez pracy, które nie uczą się i nie szkolą, czyli tzw. grupa NEET, o której wiadomo przede wszystkim to, że jest niejednorodna i do tego w dalszym ciągu właściwie nie jest zdiagnozowana. Nawet jej liczebność jest różnie określana.

Na sto młodych osób w wieku do 25 lat aktywne zawodowo są tylko 33 z nich. W pozostałej grupie 67 osób około 90%, tj. około 60 osób, kontynuuje naukę lub uzupełnia kwalifikacje. Tak duże zainteresowanie kształceniem jest w pewnym stopniu skutkiem dążenia do zwiększenia szans na znalezienie miejsca na rynku pracy.

Według BAEL, w grupie osób młodych 4 osoby na 100 pozostają nieaktywne w związku z obowiązkami rodzinnymi i domowymi. Kolejne 2 na 100 to osoby z niepełnosprawnościami i chore. Wynika z tego, że mniej niż 2 osoby w grupie stu młodych osób to osoby w wieku 15 -24 lata, które nie uczą się i nie pracują z innych przyczyn, np. są zniechęcone bezskutecznością poszukiwania pracy.

Czy młode osoby potrzebują pomocy w wejściu na rynek pracy? Czy dla skutecznej aktywizacji zawodowej potrzebne są specjalne, dedykowane tej grupie działania instytucji rynku pracy, czy może bardziej zmiany w systemie edukacji, doradztwie i przygotowaniu zawodowym absolwentów, w kierunkach kształcenia itp.?

Program realizacji Gwarancji dla młodzieży w Polsce określa działania kierowane do osób w wieku do 29. roku życia. W badaniach BAEL wskaźnik NEET podaje się dla osób w wieku 15 - 34 lata. Dlatego trudno określić liczebność grupy, do której kierowane jest wsparcie w ramach Gwarancji dla młodzieży.

Ważnym problemem jest też to, czy pozostawanie młodego człowieka bez pracy przez pewien czas po zakończeniu nauki jest problemem, który w każdym przypadku powinien być rodzajem alarmu dla instytucji rynku pracy. W krajach anglosaskich popularny jest wśród absolwentów szkół średnich tzw. gap year (rok przerwy) i nie podejmuje się działań w celu wyeliminowania tego zjawiska przez instytucje rynku pracy.

Wyniki wywiadów pogłębionych pokazują, że w grupie NEET w województwie śląskim

są osoby dobrze wykształcone, świadome tego, jaką pracę chcą podjąć i poszukujące odpowiadającej im oferty w ustalony sposób, z pominięciem instytucji rynku pracy. Są w tej grupie również młode osoby bez kwalifikacji, które nie korzystają z oferty powiatowych urzędów pracy, bo wizerunek tych instytucji w środowisku osób młodych jest nieprzyjazny i wynika z opinii innych osób.

Możliwości włączenia niepublicznych instytucji rynku pracy w działania skierowane do NEET i niekonkurujące w zakresie form z ofertą PUP są bardzo niewielkie.

W tej sytuacji uważamy za celowe opracowanie i przyjęcie Rządowego Programu na rzecz Aktywności Zawodowej Osób Młodych. Metody wypracowania takiego programu oraz jego zakres mogą powstać w oparciu o doświadczenia sprzed kilku lat, gdy powstawał Rządowy Program na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych.

1. Stwórzmy diagnozę krajową opartą na porównywalnych diagnozach wojewódzkich, które będą wskazywać na sytuację w poszczególnych tematach.

Celowe jest zapewnienie spójności działań diagnostycznych oraz uzyskiwanie danych statystycznych (np. z BAEL) uwzględniających te same grupy, które będą objęte działaniami Programu.

Uzasadnione jest także ustalenie zasad współpracy międzyresortowej na potrzeby opracowania diagnoz i planowania działań. W przypadku Programu Aktywizacji Społecznej Osób Starszych (ASOS) najbardziej ścisła współpraca dotyczy resortu zdrowia. W Programie Aktywizacji Zawodowej Osób Młodych (AZOM) naturalnym partnerem musi być resort edukacji oraz resort szkolnictwa wyższego.

Dobrze przygotowana diagnoza wskaże źródła sytuacji młodzieży i potrzeby działań ze strony instytucji rynku pracy. Wskaże również intensywność występowania problemów w skali województw i powiatów, co pozwoli na racjonalny podział środków finansowych.

Zaplanujmy systematyczną aktualizację wyników diagnozy, bo sytuacja na rynku pracy jest dynamiczna i działania nie mogą wynikać z nieaktualnych danych. Obecnie realizowany zaktualizowany Plan realizacji Gwarancji dla Młodzieży w Polsce opiera się na diagnozie wynikającej z danych dotyczących 2013 roku. Jest oczywiste, że tego typu dokumenty nie mogą być aktualizowane co rok, ale od 2013 roku istotnie zmieniła się sytuacja na rynku pracy. W związku z tym należy od takich Planów oczekiwać wskazania zasad aktualizacji diagnozy i sposobu elastycznego wdrażania poszczególnych działań w zależności od bieżących wyników badań.

2. Wyznaczymy cele, priorytety, sposoby działania i finansowania tych działań z uwzględnieniem ofert wszystkich instytucji rynku pracy

Dopiero na podstawie spójnej diagnozy, pokazującej zróżnicowanie sytuacji między województwami i wewnątrz województw, można zdefiniować cele działań rzecz aktywności zawodowej młodzieży, dobrać najlepsze metody tych działań, ich realizatorów i oszacować koszty.

Plan realizacji Gwarancji dla Młodzieży w Polsce pomija wiele aspektów kluczowych dla skutecznej aktywizacji osób młodych.

W diagnozie wskazano na trzy statystycznie zauważalne przyczyny pozostawania młodych osób w grupie NEET: obowiązki rodzinne, niepełnosprawność (i długotrwała choroba) oraz zniechęcenie niepowodzeniami w poszukiwaniu pracy. Do żadnej z tych przyczyn nie nawiązują bezpośrednio zapisy Programu, w szczególności nie wskazano sposobu wspierania osób niepełnosprawnych i młodych osób, które nie mają możliwości łączenia ról rodzinnych z udziałem w zatrudnieniu lub edukacji.

Plan zawiera zamkniętą listę instrumentów wsparcia, które są wpisane do znowelizowanej ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy. Nie uwzględniono, że niepubliczne instytucje rynku pracy mogłyby podejmować działania inne, wykraczające poza ustawę. W obecnej sytuacji, w ramach projektów konkursowych realizowanych w związku z Gwarancjami dla młodzieży, lokalne organizacje pozarządowe, agencje zatrudnienia i inne niepubliczne instytucje rynku pracy mogą jedynie konkurować ofertą z PUP o tę samą grupę docelową i przy wykorzystaniu tej samej oferty wsparcia. Co więcej, jest to oferta mniej atrakcyjna niż działania PUP wynikające z ustawy. W szczególności nie jest to zgodne z art. 21 ustawy, który stanowi m.in., że *Polityka rynku pracy realizowana przez władze publiczne opiera się na dialogu i współpracy z partnerami społecznymi, w szczególności w ramach (...) uzupełniania i rozszerzania oferty usług publicznych służb zatrudnienia przez partnerów społecznych i agencje zatrudnienia.*

Program AZOM powinien dostrzegać różnorodność instytucji rynku pracy i wyznaczać instytucjom niepublicznym taką rolę, by mogły uzupełniać i rozszerzać ofertę powiatowych urzędów pracy. Jest to szczególnie istotne w zestawieniu z diagnozą, że pewna część młodych osób nie chce korzystać z oferty PUP ze względów wizerunkowych.

Program AZOM powinien również wskazywać możliwość indywidualizacji wsparcia kierowanego do młodej osoby. Trudno uznać, że możliwość wyboru instrumentów z zamkniętej listy jest spełnieniem oczekiwań w zakresie indywidualizacji. Powinien również wskazywać na potrzeby, oczekiwania i bariery udziału tej grupy w aktywizacji. To umożliwi organizację wsparcia w sposób najbardziej przyjazny młodym osobom.

3. Promujmy oddolne inicjatywy współpracy na rzecz aktywności osób młodych

W Programie realizacji Gwarancji dla młodzieży dużo miejsca poświęcono partnerstwu,

ale nie wskazano w opisanych działaniach żadnej roli dla lokalnych podmiotów innych niż publiczne instytucje rynku pracy. Również Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy wskazuje na potrzebę tworzenia międzysektorowych partnerstw lokalnych, ale z faktu, że ich działania mogą być finansowane z Funduszu Pracy, wynika, że liderem takiego partnerstwa musi być jednostka samorządowa. Burzy to podstawową zasadę partnerstwa – równe prawa i obowiązki wszystkich partnerów, w tym prawo do bycia wybranym do pełnienia roli lidera.

Dlatego celowe jest włączenie do Programu AZOM zadania promocji partnerstw lokalnych działających na rzecz skutecznej aktywizacji zawodowej osób młodych, wypracowanie i upowszechnienie ich modelu, zaproponowanie systemu koordynacji na poziomie województwa, a może i kraju. Program AZOM powinien także wskazywać możliwości finansowania ich działania.

4. Postulujemy wyodrębnienie środków na finansowanie Programu AZOM, w tym na organizację konkursów inicjatyw lokalnych poprawiających skuteczność dotarcia do osób młodych najbardziej oddalonych od rynku pracy oraz oferowanego im wsparcia

Program ASOS ma zagwarantowany w perspektywie kilku lat budżet oraz wypracowane zasady organizacji konkursów. Istotnie przyczynił się w ostatnich latach do wzrostu aktywności środowisk lokalnych w zakresie rozwiązywania problemu, który został zdefiniowany w pierwotnej diagnozie sytuacji osób starszych.

W przypadku Programu AZOM organizacja konkursu dla organizacji lokalnych jest szczególnie uzasadniona, bo są to podmioty, które z powodu skali działania, wielkości przychodów i posiadanych zasobów kadrowych nie mogą sprostać wymaganiom konkursów PO WER. Jednocześnie to właśnie te działające lokalnie organizacje mają największe szanse dotrzeć z ofertą do osób młodych i nie budzą tyle emocji wizerunkowych, co kontakt z powiatowym urzędem pracy.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga przyjęcia Programu Rządowego.
- b) O sukcesie wdrażania zadecyduje sposób realizacji Programu, udział zainteresowanych podmiotów w jego tworzeniu, ustalenie priorytetów i zasad ubiegania się o dofinansowanie działań na rzecz osób młodych.
- c) Powodzenie wdrożenia jest związane również z wielkością budżetu Programu, która pośrednio przełoży się na jego popularność i zauważalność w środowisku osób młodych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez śląskie IRP do osób młodych – więcej inicjatyw oddolnych sprawi, że młodzi ludzie zainteresują się treścią oferty.
- b) Lepsze wykorzystanie środków przeznaczonych na wspieranie osób młodych – lepsza diagnoza, rozdzielanie środków finansowych zgodnie z lokalnymi potrzebami, wprowadzenie nowych form wsparcia i atrakcyjnych dla młodzieży zasad udzielania

tego wsparcia, więcej osób zainteresowanych ofertą, bardziej świadomie wybierających formy wsparcia.

- c) Lepsza diagnoza grupy osób młodych w kraju, województwie śląskim i poszczególnych powiatach.
- d) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba Programów wspierających na szczeblu krajowym aktywizację zawodową osób młodych – 1 Program AZOM.
- b) Liczba utworzonych partnerstw lokalnych – 10 rocznie na poziomie województwa.
- c) Liczba zrealizowanych w ramach Programu projektów – 10 rocznie na poziomie województwa.
- d) Poprawa oceny pracy instytucji rynku pracy w środowisku młodych klientów - ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1 - 10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród młodych klientów śląskich IRP).

Terminy:

- a) Wdrożenie niniejszych zaleceń wymaga wypracowania, przyjęcia i wdrożenia Rządowego Programu, co wiąże się z koniecznością podjęcia prac trwających około 1 roku, po przyjęciu Programu można rozpocząć działania pilotażowe.

Koszty:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji oznacza konieczność przeznaczenia określonej w programie puli środków finansowych na jego realizację. Nie musi to jednak oznaczać konieczności poniesienia dodatkowych wydatków, a jedynie lepsze wykorzystanie środków zaplanowanych już na wsparcie aktywizacji osób młodych.

Ryzyka:

- a) Brak chętnych do współpracy przy tworzeniu Programu.
- b) Krótkotrwały zapał do wdrażania zaplanowanych działań.
- c) Brak chęci współpracy ze strony lokalnych organizacji.

Rekomendacja 3.1.3

Zalecamy podjęcie kompleksowych działań narzeczmiany zasad funkcjonowania i wizerunku powiatowych urzędów pracy.

Adresaci rekomendacji:

1. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Wyniki wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z 30 osobami z grupy NEET w wieku do 25 lat wskazują, że respondenci nie mają praktycznie żadnej wiedzy o ofercie PUP i nie chcą jej mieć, bo wizerunek urzędów utrwalony w środowisku, do którego należą te osoby, jest mało przyjazny i zbudowany na opinii innych osób. Powtarzane jest przekonanie, że urzędy pracy nie mogą przedstawić żadnej ciekawej oferty pracy, bo takich ofert nie mają. Również pracodawcy w innych badaniach wskazują, że nie współpracują z powiatowymi urzędami pracy, bo kandydaci do pracy, których tam mogą znaleźć, nie odpowiadają ich oczekiwaniom.

Bywa, że osoby, które rejestrują się w powiatowych urzędach pracy nie są wcale zainteresowane podjęciem pracy. Zaś pracodawcy, którzy zgłaszają np. chęć przyjęcia stażysty, w pewnej części poszukują tylko bezpłatnego pracownika.

Z takiej sytuacji trudno znaleźć wyjście i celowe jest podjęcie kompleksowych działań dotyczących różnych aspektów pracy urzędów.

1. Podkreślamy potrzebę wyłączenia z zadań powiatowych urzędów pracy spraw dotyczących ubezpieczenia zdrowotnego

Ten temat pojawia się w dyskusji publicznej co jakiś czas. Istnieje bowiem świadomość, że osoby, które rejestrują się tylko w celu uzyskania prawa do ubezpieczenia zdrowotnego, istotnie wpływają na sposób postrzegania urzędów pracy. Przede wszystkim zwiększają liczbę klientów, których urząd obsługuje, a jednocześnie wcale nie są to osoby zainteresowane podjęciem pracy. Bardzo często pracują bez żadnej umowy. Z drugiej strony, skierowanie takich osób do pracodawców utwierdza tych drugich w przekonaniu, że urząd pracy nie jest instytucją, która może pracodawcy zapewnić pozyskanie wartościowych pracowników.

Dlatego celowe jest poszukanie wyjścia z tej sytuacji na szczeblu rządowym.

2. Wskazujemy potrzebę zbudowania standardu współpracy powiatowych urzędów pracy z pracodawcami

W obecnej strukturze urzędu doradca klienta obsługuje zarówno osobę, która chce podjąć zatrudnienie, jak i pracodawcę, który szuka pracownika. Urząd pracy jest łącznikiem

między potrzebami i oczekiwaniami tych dwóch grup podmiotów. Jednak w powszechnej dyskusji o klientach urzędów pracy mówi się tylko o osobach, które się rejestrują. Zasadne jest określenie standardu współpracy z pracodawcami.

Po pierwsze, urząd pracy powinien mieć możliwość szybkiego i sprawnego odpowiadania na zgłaszane przez nich potrzeby. Gdy w swoich rejestrach nie może znaleźć właściwego kandydata do zatrudnienia, to powinien mieć możliwość poszukania takiej osoby na otwartym rynku. Wówczas działałby jak agencja pracy i robił rekrutację, stawiając tylko wymóg chęci do pracy. Oferta pracodawcy ogłoszona poza urzędem może zainteresować osoby niezarejestrowane, a pracodawca zweryfikuje ich kompetencje jak podczas każdego naboru. Taka forma współpracy będzie dla pracodawców bardziej atrakcyjna i polepszy w ich środowisku opinię o PUP. Zadowoleni pracodawcy będą inwestować na tym terenie, szukać kolejnych pracowników, płacić podatki, a w konsekwencji przyczynią się do rozwoju regionu. Nie ma uzasadnienia dla lekceważenia tych skutków poprzez pozbawienie urzędów pracy możliwości rekrutacji osób spoza rejestrów.

Drugi aspekt współpracy urzędów pracy z pracodawcami, który wpisaliśmy do niniejszej rekomendacji, dotyczy działań na rzecz ograniczenia występującej patologii. Część pracodawców poszukuje w PUP jedynie darmowej siły roboczej. To z kolei psuje wizerunek urzędu w oczach osób poszukujących zatrudnienia. Celowe jest odejście od współpracy polegającej jedynie na skierowaniu osoby bezrobotnej w powiązaniu z przekazywanym pracodawcy dofinansowaniem. Takie rozwiązanie jest naturalnym źródłem nadużyć ze strony pracodawców. Można doprowadzić do znacznego ograniczenia skali niekorzystnych praktyk w tym zakresie poprzez zmianę filozofii współpracy. Wówczas jedynym obowiązkiem pracodawcy nie będzie przyjęcie dofinansowania. Zostanie również zobowiązany do odbywania spotkań np. z przedstawicielem organizacji pozarządowej współpracującej z PUP i informowania na temat pojawiających się problemów, podjętych działań związanych z zatrudnieniem konkretnej osoby, zauważonych potrzeb (np. w zakresie umiejętności, kompetencji) itp. Dodatkowy obowiązek, nawet minimalnie angażujący pracodawcę, ograniczy skalę sięgania po darmowych pracowników. Po drugie, proponowane rozwiązanie ma szansę zmniejszyć skalę zjawiska przerywania staży i porzucania pracy. Po trzecie, obie strony - pracodawca i pracownik - będą dostrzegać w PUP partnera wspierającego powodzenie ich współpracy, co przełoży się na wizerunek urzędu.

3. Apelujmy o rozważenie możliwości zmiany nazwy powiatowych urzędów pracy na inną, która nie będzie zawierała słowa „urząd”

Zdajemy sobie sprawę, że zmiana nazwy nie jest wystarczająca dla zmiany sposobu postrzegania PUP zarówno przez osoby poszukujące pracy, jak i przez pracodawców. Jednak w warunkach poszukiwania nowych rozwiązań prawnych, zmiany zasad funkcjonowania PUP, nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, uzasadnione będzie rozważenie możliwości zmiany nazwy urzędu.

W świadomości młodych ludzi wizerunek powiatowego urzędu pracy jest mało przyjazny, a zarejestrowanie się w urzędzie traktują oni jako osobistą porażkę. Jest to opinia dość powszechna i żadne działania poszczególnych urzędów, w tym lokalne akcje informacyjne, zmiana wystroju urzędu itp. nie mają szans powodzenia. Zmiana nazwy, pojawienie się nowego podmiotu, który byłby przygotowany do sprostania oczekiwaniom młodych ludzi oraz pracodawców, daje szansę na powodzenie kampanii wizerunkowej.

W Gdańsku uruchomiono Centrum Rozwoju Talentów, które jest formalnie oddziałem PUP i pracują w nim osoby zatrudnione w PUP. Znajduje się ono jednak w nowoczesnym biurowcu, ma dobrze wyposażone pomieszczenia itp. Jego pracownicy z klientami rozmawiają o pracy i rozwoju, ale nie w kontekście stażu pracy i kwalifikacji, tylko w ramach rozmowy doradczej, podczas której – wychodząc od zasobów każdej osoby – odkrywa się talenty. Centrum jest promowane przez miasto, uczelnie, związek pracodawców. Zostało sfinansowane z pieniędzy miasta i z budżetu. Okazało się, że nazwa czyni dużą różnicę.

Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM prowadziła w ramach projektu POKL w Warszawie „Stołeczne Centrum Kariery”. Projekt był realizowany w partnerstwie m.in. z Urzędem m.st. Warszawy reprezentowanym przez Urząd Pracy, a Centrum miało siedzibę w wydzielonym pomieszczeniu na terenie Urzędu Pracy. Efektywność zatrudnieniowa w tym projekcie była znacznie wyższa od planowanej, a osoby odwiedzające Centrum cieszyły się, że nie muszą korzystać z oferty urzędu. Wystarczyła zmiana tabliczki na drzwiach i sposobu podejścia do klienta, obsługi, oferowanych form wsparcia itp.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych.
- b) Powodzenie wdrożenia jest uzależnione od spójności wskazanych działań z innymi działaniami wizerunkowymi i informacyjnymi wskazanymi w opisie innych rekomendacji.
- c) Sukces rekomendacji zależy od sposobu pracy, zaangażowanych partnerów i zakresu standardu dotyczącego współpracy różnych instytucji rynku pracy z pracodawcami.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez IRP do osób młodych – lepszy wizerunek tych instytucji sprawi, że młodzi ludzie zainteresują się treścią oferty.
- b) Poprawa wizerunku PUP w oczach osób młodych i pracodawców.
- c) Mniej zerwanych staży i porzuceń pracy w pierwszym okresie zatrudnienia.
- d) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba organizacji współpracujących z PUP w zakresie kontaktów z pracodawcami w pierwszym okresie zatrudnienia – minimum 2 organizacje współpracujące z jednym PUP.
- b) Wzrost wskaźnika osób, które pozostały w zatrudnieniu po okresie 3, 6 i 12 miesięcy – wzrost corocznie o 2 pkt. proc. (na podstawie porównywalnych badań realizowanych w cyklu dwuletnim).
- c) Wyższa ocena pracy instytucji rynku pracy - ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1-10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów śląskich IRP)

Terminy:

- a) Wdrożenie zaleceń dotyczących ubezpieczenia zdrowotnego wymaga decyzji politycznych i nie można wskazać terminu.
- b) Wprowadzenie standardu współpracy z pracodawcami wymaga wypracowania i wdrożenia takiego rozwiązania, co będzie trwać około 1,5 roku.
- c) Zmiana nazwy PUP może być przeprowadzona w trakcie najbliższej nowelizacji ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

Koszty:

- a) Koszty zmiany instytucji, która będzie opłacać składki ubezpieczenia zdrowotnego związane są ze zmianami organizacyjnymi i są trudne do oszacowania. Wielkość środków potrzebnych na opłacenie tych składek pozostanie bez zmian.
- b) Wprowadzenie zmian nazwy PUP będzie generować koszty tablic, pieczętek itp. Partnerstwo nie ma kompetencji do oszacowania tych kosztów.
- c) Wprowadzenie standardu współpracy z pracodawcami nie musi generować nowych kosztów, a działania organizacji współpracujących z pracodawcą otrzymującym dofinansowanie w związku z zatrudnieniem osoby młodej mogą być ponoszone ze środków na zlecenie zadań i już zaplanowanych na wsparcie aktywizacji osób młodych.

Ryzyka:

- a) Małe zainteresowanie pracodawców przyjęciem na siebie dodatkowych obowiązków.
- b) Utrzymanie złej marki urzędu pracy nawet po zmianie nazwy (w środowisku lokalnym negatywny wizerunek jest połączony np. z konkretnym adresem, ludźmi itp.).

Rekomendacja 3.1.4

Zalecamy wprowadzenie zmian umożliwiających urzędom pracy sprawniejsze i skuteczniejsze działanie na rzecz aktywizacji osób młodych.

Adresaci rekomendacji:

1. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

W trakcie dyskusji prowadzonych podczas spotkań partnerskich na podstawie doświadczeń Partnerów oraz na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych i analizy dokumentów zostały zdiagnozowane bariery, które ograniczają skuteczność działań podejmowanych przez powiatowe urzędy pracy. Wprowadzenie zaproponowanych rozwiązań może mieć istotny wpływ na skuteczność aktywizacji osób młodych w województwie śląskim. Część z tych zaleceń została wpisana do rekomendacji i wskazana jako pożądane kierunki działania. Ze względu na to, że wymagają one wprowadzenia nowych rozwiązań przez MRPiPS, zostały ponownie zebrane również w niniejszej rekomendacji.

1. Dokonajmy przeglądu zasad realizacji projektów PO WER przez powiatowe urzędy pracy

Środki Funduszu Pracy będące w dyspozycji Samorządu Województwa Śląskiego są dzielone dla samorządów powiatowych na realizację zadania, o którym mowa w art. 150f ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, tj. na refundację pracodawcy części kosztów zatrudnienia osób młodych. Powiatowe urzędy pracy oferują również instrumenty rynku pracy wpisane do Planu realizacji Gwarancji dla młodzieży w Polsce oraz do znowelizowanej ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

Zadanie określone w art. 150f ustawy to bardzo trafiona z punktu widzenia pracodawców forma wsparcia. Zarówno pracodawcy jak i osoby bezrobotne zdecydowanie wolą korzystać z refundacji części kosztów zatrudnienia osoby młodej niż np. ze stażu. Problemem jest to, że w projektach PO WER urząd pracy nie może oferować tej jednej formy wsparcia, a może zaproponować wszystkie inne mniej chętnie wykorzystywane. Generuje to sytuację, że wsparcie oferowane w ramach projektów realizowanych przez PUP jest mniej atrakcyjne niż standardowe formy realizowane na podstawie ustawy.

Śląskie powiatowe urzędy pracy należące w ramach projektu do Partnerstwa uznają, że w takiej formie projekty PO WER są uszczęśliwianiem ich na siłę. Klienci są zainteresowani wsparciem przewidzianym ustawą i mogą w urzędzie takie wsparcie otrzymać. Realizacja projektu łączy się z dodatkowymi obowiązkami, a nie prowadzi do rozszerzenia oferty, nie wprowadza więcej możliwości jej indywidualizacji, nie sprawia, że oferta PUP jest ciekawsza i bardziej skuteczna, a jedynie powiela wybrane formy wsparcia i tak w urzędzie dostępne.

Dodatkowym utrudnieniem jest obowiązek rozliczania finansowego projektu w skali roku, co znacznie utrudnia realizację niektórych form wsparcia. Dlatego urzędy wskazują na celowość umożliwienia rozliczania projektów w okresie dwuletnim.

Nie jest korzystne również zjawisko różnicowania wysokości stypendium szkoleniowego i stażowego zależnie od tego, czy wypłaca je podmiot realizujący projekt wybrany w ramach konkursu, czy powiatowy urząd pracy.

2. Uporządkujemy procedury dotyczące przetwarzania danych, tak by lokalne instytucje mogły współpracować w aktywizacji osób najbardziej oddalonych od rynku pracy

Obecne rozwiązania prawne skutecznie utrudniają wymianę informacji o klientach np. instytucji rynku pracy i pomocy społecznej. Przykładem jest Program Aktywizacja i Integracja, w którym te dwa rodzaje podmiotów mają ze sobą współpracować, ale ośrodek pomocy społecznej ma ograniczony dostęp do systemu SAPI i nie może sprawdzić, jaki profil przypisano danemu klientowi w PUP.

3. Zauważmy systemowe problemy aktywizacji osób niepełnosprawnych

Osoby niepełnosprawne, które nie mogą podjąć zatrudnienia na otwartym rynku pracy są uzależnione od aktywności samorządu działającego na terenie miejsca ich zamieszkania. Zgodnie z przepisami samorząd powiatowy może utworzyć Warsztaty Terapii Zajęciowej i Zakład Aktywności Zawodowej, ale nie musi tego robić. Jeżeli jednak na terenie danego powiatu działa WTZ lub ZAZ i są w nich dostępne wolne miejsca, to nie może z nich skorzystać osoba zamieszkała na terenie innego powiatu. W województwie śląskim jest to problem szczególnie istotny, bo w bliskiej odległości w aglomeracji katowickiej znajduje się kilka miast na prawach powiatu, które bezpośrednio ze sobą graniczą. Dla wielu osób przejazd do innego miasta (często kilka ulic dalej), które jest już innym powiatem, nie byłby problemem, ale przepisy nie pozwalają na taką aktywizację.

Problemem jest również to, że w projektach PO WER realizowanych przez PUP są (i to coraz wyższe) wskaźniki dotyczące aktywizacji osób niepełnosprawnych, a takich osób nie ma wśród potencjalnych uczestników albo jest ich znacznie mniej niż wynika to z zapisów projektu.

Do osób niepełnosprawnych kierowana jest szeroka oferta projektów współfinansowanych przez PFRON i realizowanych przez organizacje pozarządowe oraz projektów współfinansowanych ze środków EFS, ale wyłonionych w konkursach i opracowanych przez organizacje, które mają bardzo rozbudowaną ofertę wsparcia i doskonałe kontakty w środowisku osób niepełnosprawnych (część z tych osób uczyniła już sobie z udziału w projektach pewien sposób na aktywizację społeczną). Takie osoby nie są zainteresowane projektami realizowanymi przez PUP i obejmującymi standardowe formy wsparcia.

PROPOZYCJE ZMIAN PRAWNYCH

4. Działajmy na rzecz możliwości łączenia finansowych form wsparcia przez powiatowe urzędy pracy

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.1 w związku z zapewnieniem lepszej skuteczności udzielanego wsparcia. Jego wdrożenie wymaga wprowadzenia zmian prawnych i dlatego zostało wskazane również w rekomendacji R.5.3.

5. Działajmy na rzecz wprowadzenia bonu opiekuńczego wspierającego aktywizację młodych ludzi sprawujących opiekę nad osobą zależną.

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma kluczowe znaczenie dla zwiększenia skuteczności oferowanego młodym osobom wsparcia aktywizacyjnego i zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.3. Jego wdrożenie wymaga wprowadzenia zmian prawnych i dlatego zostało wskazane również w rekomendacji R.5.3.

6. Dążmy do wypracowania rozwiązań umożliwiających powiatowym urządům pracy prowadzenie działań na otwartym rynku

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma znaczenie dla zwiększenia skuteczności wsparcia oferowanego młodym osobom oraz dla sposobu postrzegania powiatowych urzędów pracy przez pracodawców i zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.3 oraz R.3.1.3. Jego wdrożenie wymaga wprowadzenia zmian prawnych i dlatego zostało wskazane również w rekomendacji R.5.3.

7. Działajmy na rzecz wprowadzenia zmiany do ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w zakresie treści art. 66a pkt. 6 polegającej na zwiększeniu wskaźnika określającego maksymalną łączną kwotę wydatków poniesionych na specyficzne elementy wspierające zatrudnienie, związane z realizacją programu specjalnego.

Uwaga dodatkowa

Niniejsze zalecenie ma kluczowe znaczenie dla zwiększenia skuteczności wsparcia oferowanego młodym osobom i zostało szczegółowo omówione w R.1.2.4. Jego wdrożenie wymaga wprowadzenia zmian prawnych i dlatego zostało wskazane również w rekomendacji R.5.3.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia szeregu zmian prawnych.
- b) Sukces wdrożenia jest uwarunkowany kompleksowym i spójnym wprowadzeniem proponowanych rozwiązań, które łącznie mogą istotnie wpłynąć na skuteczność działań aktywizacyjnych kierowanych do osób młodych.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie zainteresowania ofertą kierowaną przez IRP do osób młodych.
- b) Poprawa wizerunku PUP w oczach pracodawców.
- c) Efektywniejsze gospodarowanie środkami PO WER przy braku lub obniżeniu wskaźników dotyczących aktywizacji osób niepełnosprawnych.
- d) Ułatwienie wejścia lub powrotu na rynek pracy osobom młodym (głównie kobietom) sprawującym opiekę nad osobą zależną.
- e) Zwiększenie atrakcyjności form wsparcia poprzez lepsze zaplanowanie projektów specjalnych.
- f) Zmniejszenie liczebności grupy NEET w województwie śląskim.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba osób korzystających z bonów opiekuńczych – 150 osób rocznie w skali województwa śląskiego.
- b) Większa liczba skutecznie aktywizowanych młodych kobiet – wzrost o 2 p. proc. rocznie.
- c) Lepsza ocena PUP przez pracodawców - ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1 - 10 (badanie przeprowadzane raz na dwa lata wśród pracodawców współpracujących z PUP).

Terminy:

- a) Wdrożenie niniejszych zaleceń wymaga zmian legislacyjnych, które częściowo wykraczają poza kompetencje MRPiPS (np. zasady przetwarzania danych osobowych). Dlatego termin wdrożenia niektórych rekomendacji może wynosić kilka miesięcy, a innych może być dużo dłuższy. Dobry momentem do wprowadzenia niektórych zmian może być nowelizacja ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

Koszty:

- a) Koszty wdrożenia tych zaleceń (np. projekty specjalne, łączenie form wsparcia, wskaźniki aktywizacji osób niepełnosprawnych w projektach POWER, uatrakcyjnienie form wsparcia w ramach PO WER, zmiany w zasadach przetwarzania danych osobowych, działanie PUP na otwartym rynku) nie musi oznaczać konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów.
- b) Wprowadzenie bonów opiekuńczych może być sfinansowane w ramach środków dostępnych na aktywizację osób młodych poprzez zmianę przeznaczenia części tych środków.

Ryzyka:

- a) Małe zainteresowanie ze strony Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wprowadzeniem sugerowanych zmian.

Rekomendacja 3.2

Rekomendacje w zakresie wspierania osób młodych
przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej
oraz Komendę Główną OHP
- sformułowanie kryteriów konkursowych
dla konkursów ogłaszanych przez MRPiPS w ramach Osi I POWER

Czyli jakie warunki powinny być stawiane podmiotom realizującym projekty w ramach Osi I POWER:

- jak włączyć do aktywizacji osób młodych organizacje działające lokalnie i mające najlepszy kontakt z osobami z grupy NEET.

Rekomendacja 3.2.1

Zalecamy zrezygnowanie z kryterium formalnego dotyczącego obrotów wnioskodawcy za ostatni rok obrotowy.

Adresaci rekomendacji:

1. Ministerstwo Rodziny, Pracy i polityki Społecznej

Zgodnie z „Kryteriami wyboru projektów dla poszczególnych osi priorytetowych, działań i poddziałań” stanowiących załącznik nr 3 do Szczegółowego Opisu Osi Priorytetowych PO WER centralnie określone są następujące kryteria:

- kryteria formalne
- kryteria merytoryczne
- kryteria horyzontalne

Z pogłębionych wywiadów indywidualnych przeprowadzonych w Projekcie wynika, że grupa NEET – przy dużej swej różnorodności ze względu na poziom wykształcenia, posiadane kwalifikacje i doświadczenie zawodowe – jest niemal jednorodna w twierdzeniu, że nie ma żadnego zaufania do instytucji i nie chce korzystać z dostępnego wsparcia (a jeżeli nie wie, jakie wsparcie jest oferowane, to deklaruje, że nie chce mieć takiej wiedzy). Takie osoby jest wyjątkowo trudno zrekrutować do udziału w projekcie.

W rekomendacji R.1.1 i R.1.2 wskazaliśmy działania, które należy podjąć dla zwiększenia skuteczności dotarcia i wspierania osób najbardziej oddalonych od rynku pracy. Z dokonanej diagnozy wynika, że należy dotrzeć do środowiska lokalnego tej młodzieży i współpracować z lokalnymi organizacjami i instytucjami (np. domami kultury, bibliotekami, OSP, klubami sportowymi), które budzą zaufanie lokalnej młodzieży.

Kryterium wysokości obrotów pozbawia wiele organizacji działających w środowisku lokalnym możliwości wspierania osób, do których – w sposób naturalny – mają największe szanse dotarcia.

1. Wyłączmy wymóg wykazania odpowiednio dużych obrotów z listy kryteriów formalnych

Obecne brzmienie tego kryterium to:

Wnioskodawca oraz partnerzy krajowi (o ile dotyczy), ponoszący wydatki w danym projekcie z EFS, posiadają łączny obrót za ostatni zatwierdzony rok obrotowy zgodnie z ustawą z dnia 29 września 1994 r. (Dz. U. 1994 nr 121 poz. 591 z późn. zm.) (jeśli dotyczy) lub za ostatni

zamknięty i zatwierdzony rok kalendarzowy równy lub wyższy od łącznych rocznych wydatków w ocenianym projekcie i innych projektach realizowanych w ramach EFS, których stroną umowy o dofinansowanie jest instytucja, w której dokonywana jest ocena formalna albo formalno-merytoryczna wniosku w roku kalendarzowym, w którym wydatki są najwyższe.

Kryterium to nie wynika bezpośrednio z przepisów prawa powszechnie obowiązującego. A jako kryterium formalne praktycznie pozbawia prawa aplikowania o dofinansowanie wiele podmiotów, które mają najlepsze możliwości dotarcia do grupy NEET.

Na etapie realizacji PIW EQUAL nie było takiego wymogu i nawet zupełnie młode i małe organizacje wywiązały się z przyjętych zadań i prawidłowo rozliczyły uzyskane dofinansowanie. Co więcej, należy zauważyć, że wymóg wykazania odpowiednio wysokich obrotów w okresie poprzednim w żaden sposób nie może gwarantować sprawnej realizacji nowego projektu. Po pierwsze, organizacje pozarządowe i wiele firm działa obecnie projektowo, w ubiegłym roku wnioskodawca realizował projekt i miał obroty, ale obecnie nie ma po tamtych pieniądzach żadnego śladu, bo zostały rozliczone – wydatkowane lub zwrócone. Nawet jeśli obecnie realizuje inny projekt, to też środki, które ma przyznane na ten cel, są ulokowane na wydzielonym koncie i nie może ich w żaden sposób przeznaczyć na zapewnienie płynności finansowej w nowym projekcie. Skoro informacja o obrotach w poprzednim roku nie ma żadnej wartości dla oceny zdolności do wyłożenia własnych środków w nowym projekcie, to jaki jest sens utrzymywania tego kryterium?

Wielkość obrotów nie jest też źródłem wiedzy o doświadczeniu wnioskodawcy, bo to doświadczenie jest obecnie szczegółowo opisywane w innej części wniosku.

Szczególnie w projektach realizowanych w ramach Osi I PO WER, które są kierowane do tak trudnej do rekrutacji i wspierania grupy, utrzymywanie tego kryterium nie ma uzasadnienia, bo w tym przypadku realizacja małych projektów, kierowanych do wąskiej grupy osób z danego środowiska lokalnego, ma największe szanse powodzenia.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych.
- b) Powodzenie wdrożenia niniejszej rekomendacji jest uwarunkowane przełamaniem nastawienia osób oceniających wnioski, które dotyczy oczekiwań odnośnie wielkości obrotów wnioskodawcy.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Sprawniejsza realizacja projektów realizowanych w ramach Osi I PO WER.
- b) Lepszy dla uczestniczek i uczestników dostęp do oferty projektowej, dostępnej na danym terenie
- c) Zwiększenie zainteresowania udziałem w projektach realizowanych w ramach Osi I PO WER ze strony grupy NEET.

- d) Zmniejszenie średniej wartości projektu realizowanego w ramach Osi I PO WER do kwoty poniżej 100 tys. euro.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Podniesienie efektywności udzielanego wsparcia poprzez oferowanie go przez podmioty mające najlepszą wiedzę o potrzebach i barierach grupy docelowej – wzrost efektywności zatrudnieniowej o 5 p. proc. ponad wartości wskazane w dokumentacji konkursowej.
- b) Wzrost liczby młodych osób z grupy NEET objętych wsparciem projektowym w ramach Osi I PO WER – średni roczny wzrost o 2 p. proc.

Terminy:

- a) Postulat może być wdrożony w trakcie wprowadzenia zmian do SzOOP PO WER.

Koszty:

- a) Wdrożenie niniejszych postulatów nie wiąże się z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów.

Ryzyka:

- a) Trudności w sprawnej realizacji projektów przez małe podmioty.

Rekomendacja IV

Działania na rzecz zapewnienia trwałości rezultatów, w tym sposób funkcjonowania Partnerstwa po zakończeniu Projektu

Rekomendacja 4.1.

Funkcjonowanie Partnerstwa po okresie realizacji Projektu

Adresaci

Wszystkie instytucje, organizacje i firmy, których działalność ma wpływ na skuteczność aktywizacji osób młodych w województwie śląskim. Dotyczy to m.in. wszystkich instytucji rynku pracy województwa śląskiego.

4.1.1 Działajmy na rzecz dalszego funkcjonowania Partnerstwa po okresie realizacji Projektu

Partnerzy odnotowują z zadowoleniem powołanie i funkcjonowanie Partnerstwa utworzonego w związku z realizacją projektu „Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim” w ramach działania 2.4 *Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia oraz lepsze dostosowanie ich do potrzeb rynku pracy*, Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

Członkowie Partnerstwa zawiązanego w ramach Projektu okazali bardzo duże zainteresowanie jego pracą oraz ogromne zaangażowanie w tworzenie i wypracowanie rekomendacji dla instytucji rynku pracy województwa śląskiego. Uznają za celowe podtrzymanie tego zaangażowania i dalsze działanie na rzecz wykorzystania potencjału Partnerstwa w okresie po zakończeniu Projektu.

Partnerstwo na rzecz aktywizacji osób młodych powstało z inicjatywy Fundacji Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM, która jest beneficjentem projektu „Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim”. Zgodnie z warunkami Projektu Fundacja POLPROM zapewniła, że w skład partnerstwa wchodzi:

- podmioty zajmujące się problematyką młodzieży,
- instytucje rynku pracy,
- instytucje pomocy i integracji społecznej,
- podmioty funkcjonujące w systemie edukacji,
- pracodawcy/organizacje pracodawców.

Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM skierowała zaproszenie do udziału w Partnerstwie do podmiotów wybranych zgodnie z zapisem wniosku o dofinansowanie projektu. W okresie realizacji Projektu z zaproszenia skorzystało i Partnerstwo tworzy dwadzieścia podmiotów.

| Członkowie Partnerstwa utworzonego w ramach Projektu „Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim” |
|---|
| Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach |
| Starosta Powiatu Cieszyńskiego / Powiatowy Urząd Pracy w Cieszynie |
| Powiatowy Urząd Pracy w Częstochowie |
| Powiatowy Urząd Pracy w Jastrzębiu-Zdroju |
| Powiatowy Urząd Pracy w Jaworznie |
| Powiatowy Urząd Pracy w Piekarach Śląskich |
| Powiatowy Urząd Pracy w Tarnowskich Górach |
| Powiatowy Urząd Pracy w Tychach |
| Powiatowy Urząd Pracy w Zabrze |
| Powiatowy Urząd Pracy w Żorach |
| Śląska Wojewódzka Komenda OHP |
| Personalne Doradztwo Biznesowe Małgorzata Jędrzejewska |
| Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Piekarach Śląskich |
| Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży Niepełnosprawnej – Zakład Aktywności Zawodowej Bytom |
| Towarzystwo Przyjaciół Dzieci Siemianowice Śląskie |
| Zespół Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych w Siemianowicach Śląskich |
| Rudzka Agencja Rozwoju „Inwestor” Sp. z o.o. |
| Centrum Konferencji i Rekreacji „Orle Gniazdo” Sp. z o.o. |
| Śląska Izba Budownictwa |
| Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM |

Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM jest koordynatorem pracy Partnerstwa i autorem treści Porozumienia Partnerskiego, które podpisali wszyscy Partnerzy.

Partnerstwo nie posiada osobowości prawnej, jest ciałem społecznym o charakterze non profit, opartym na dobrowolnym zaangażowaniu, jawności działań i dialogu Partnerów.

Celem Partnerstwa w okresie realizacji Projektu jest wypracowanie rekomendacji wspierających wzrost efektywności działań instytucji rynku pracy skierowanych do osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy w województwie śląskim.

Każdy z Partnerów zaakceptował cel Partnerstwa i zobowiązał się aktywnie wspierać jego osiągnięcie.

Podstawową zasadą funkcjonowania Partnerstwa jest równość wszystkich Partnerów, otwartość i wzajemne zaufanie. Współpraca w ramach Partnerstwa charakteryzuje się aktywnością, zaangażowaniem i rzetelnym wywiązywaniem się z przyjętych zobowiązań.

Każdy Partner ma wiedzę i doświadczenie w działaniach na rzecz wspierania osób młodych

i jest zainteresowany wdrożeniem i upowszechnieniem rekomendacji w zakresie aktywizacji osób młodych oraz utrzymaniem trwałości partnerstwa w województwie śląskim.

W związku z osiągnięciem celu Partnerstwa wyznaczonego na okres realizacji Projektu Partnerzy potwierdzają utrzymanie współpracy w kolejnym okresie.

Partnerzy ustalili, że 9 lutego 2017 roku, a więc już po zakończeniu okresu realizacji Projektu, odbędzie się kolejne spotkanie partnerskie, na którym zostaną podjęte ustalenia dotyczące organizacji pracy Partnerstwa, wyznaczenia nowych celów i przyjęcia planu pracy.

Zasady podejmowania decyzji na spotkaniu partnerskim 9 lutego 2017 roku będą zgodne z treścią zawartego przez Partnerów Porozumienia Partnerskiego. W treści § 2 pkt. 6 Porozumienia przyjęto, że Protokoły sporządzane przez Partnerstwo w związku z wypracowaniem rekomendacji są uznawane za skutecznie przyjęte, jeżeli zostały podpisane przez minimum 50% Partnerów. Wobec braku innych zapisów odnoszących się do sposobu podejmowania decyzji po okresie wypracowywania rekomendacji dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim, treść § 2 pkt. 6 Porozumienia będzie wiążąca dla Partnerów również na pierwszym spotkaniu po okresie realizacji Projektu.

Partnerstwo, które będzie działało po zakończeniu realizacji projektu, będzie składało się w pierwszym etapie z grupy założycielskiej utworzonej przez dotychczasowych Partnerów, którzy nawiązali współpracę w celu wypracowania rekomendacji dla zwiększenia zakresu i trafności aktywizacji zawodowej osób młodych w województwie śląskim.

Zgodnie z treścią Porozumienia Partnerskiego każdy z Partnerów może w dowolnej chwili zrezygnować z udziału w Partnerstwie wyrażając swą decyzję na piśmie i składając ją koordynatorowi Partnerstwa.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji mieści się w obowiązujących rozwiązaniach prawnych.
- b) Powodzenie wdrożenia niniejszej rekomendacji zależy od wypracowania atrakcyjnych zasad współpracy w kolejnym okresie.
- c) Sukces wdrożenia niniejszej rekomendacji zostanie osiągnięty, jeżeli formuła Partnerstwa przyciągnie do współpracy kolejne podmioty działające na rzecz wspierania osób młodych w województwie śląskim.

Skutki wdrożenia:

- a) Rozwój umiejętności współpracy partnerskiej podmiotów działających w obszarze edukacji, pomocy społecznej, rynku pracy oraz na rzecz młodzieży i pracodawców.
- b) Uzyskanie regionalnego znaczenia przez Partnerstwo jako ośrodka promocji i upowszechniania najlepszych rozwiązań z zakresu aktywizacji zawodowej osób młodych.
- c) Rozwój nowych inicjatyw na rzecz aktywizacji osób młodych w województwie śląskim.

- d) Zwiększenie skuteczności działań podejmowanych przez śląskie instytucje rynku pracy w celu aktywizacji osób młodych.

Wskaźniki ilościowe i jakościowe:

- a) Liczba śląskich partnerstw o zasięgu wojewódzkim działających w obszarze rynku pracy i realizujących współpracę międzysektorową – 1 Partnerstwo
- b) Liczba podmiotów uczestniczących w pracy Partnerstwa w okresie od 1.01.2017 do 9.02.2017 – 18 podmiotów
- c) Liczba podmiotów uczestniczących w pracy Partnerstwa po 9.02.2017 roku – 30 podmiotów do końca 2017 roku.
- d) Poprawa oceny pracy śląskich instytucji rynku pracy – ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1 - 10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród klientów IRP).

Termin:

- a) Partnerstwo działa w ramach Projektu do 31 grudnia 2016 roku.
- b) Od 1 stycznia 2017 roku Partnerstwo rozpocznie swoją działalność poza Projektem.
- c) Od 9 lutego 2017 roku Partnerstwo rozpocznie działalność w oparciu o zasady ustalone i przyjęte przez Partnerów na kolejnym spotkaniu partnerskim.

Koszty:

- a) Podejmowane działania będą uzależnione od możliwości sfinansowania, a skala tych działań jest dzisiaj niemożliwa do oszacowania i zależna w dużym stopniu od ustaleń przyjętych na spotkaniu 9 lutego 2016 roku.

Ryzyka:

- a) Brak chętnych do przystąpienia do Partnerstwa.
- b) Wycofywanie się z udziału w Partnerstwie dotychczasowych członków.

Rekomendacja V

Rekomendacje dodatkowe
dotyczące wspierania osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji
na rynku pracy w województwie śląskim

Rekomendacja 5.1

Rekomendacje dla instytucji rynku pracy w zakresie działania na rzecz zmian w systemie edukacji, które pozwolą lepiej przygotować młode osoby do wejścia na rynek pracy

W opinii Partnerstwa, fakt, że instytucje rynku pracy nie mogą zrealizować pewnych zaleceń prowadzących bezpośrednio do poprawy sytuacji osób młodych na rynku pracy, bo działania takie wykraczają poza obszar ich działalności, nie zwalnia tych instytucji z obowiązku dokładania wszelkich starań, by rozwiązania ważne dla wspierania aktywności zawodowej osób młodych były wdrażane przez inne podmioty.

Dostrzegamy niezwykle ważne braki przygotowania młodych ludzi do wyboru zawodu i wejścia na rynek pracy, które powinny zostać usunięte poprzez wprowadzenie pewnych rozwiązań w systemie edukacji. Niniejszą rekomendację dodatkową dedykujemy propozycji działań związanych z rolą szkoły w zakresie przygotowania absolwenta do świadomych wyborów i poruszania się po rynku pracy.

Poszczególne zalecenia kierujemy do wszystkich instytucji rynku pracy, ale rola tych instytucji w tym wypadku ogranicza się do podejmowania działań, by odpowiednie instytucje systemu edukacji i samorządu wdrożyły rekomendowane rozwiązania.

Rekomendacja 5.1.1

Zalecamy wdrożenie dobrze funkcjonującego doradztwa zawodowego już od wczesnych etapów edukacji.

Adresaci rekomendacji:

1. Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim
2. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Poradnictwo zawodowe jest prowadzone zarówno w resorcie edukacji (szkoły, poradnie psychologiczno-pedagogiczne, akademickie biura karier), jak i resorcie pracy (powiatowe urzędy pracy, Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej, Mobilne Centra Informacji Zawodowej OHP, Kluby Pracy OHP, Młodzieżowe Centra Kariery OHP, organizacje pozarządowe). Mimo to, wiele osób, zwłaszcza młodych, rzadko z niego korzysta i nie ma świadomości, że w podejmowaniu ważnych decyzji życiowych o wyborze szkoły, profilu zawodu czy w określeniu swoich predyspozycji, mocnych i słabych stron oraz planowaniu kariery może im pomóc doradca zawodowy.

Zgodnie z raportem Fundacji Forum Obywatelskiego Rozwoju z 2013 roku wyspecjalizowani doradcy zawodowi zatrudnieni są jedynie w 9 proc. polskich gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych. Aż dwie trzecie gimnazjalistów podejmujących decyzję o wyborze dalszego kształcenia nigdy nie spotkało się z doradcą zawodowym, a jedynie 28,2 proc. z tych, którzy z niego korzystali, miało z nim kontakt w szkole (wliczając Szkolne Ośrodki Kariery i doradztwo udzielone przez pedagoga szkolnego). Warto zaznaczyć, że połowa z tych uczniów tylko jeden raz korzystała z doradztwa zawodowego. Wśród uczniów liceów ogólnokształcących oraz szkół zawodowych na Górnym Śląsku (dane: B. Pactwa, *Plany życiowe oraz aspiracje edukacyjne i zawodowe uczniów szkół ponadgimnazjalnych na obszarze Górnośląskiego Związku Metropolitalnego*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Nauk Społecznych im. ks. Emila Szramka, Tychy 2011) tylko 1,3 proc. młodzieży oceniło, że doradca miał wpływ na wybór przez nich zawodu.

Przedstawione dane świadczą zarówno o braku powszechnego dostępu do zajęć tego typu, jak i o niskiej jakości i częstotliwości zajęć, jeżeli już są one przeprowadzane. Ponadto, młodzież nie ma dostępu do informacji, gdzie mogłaby szukać pomocy doradcy i gubi się w mnogości różnych ośrodków, nie wiedząc, które z nich są dla niej odpowiednie. Bardzo często rodzice są równie nieświadomi jak ich dzieci. W polskim systemie edukacji decyzję o wyborze ścieżki zawodowej podejmuje się w wieku 16 lat, a przy planowanej reformie wiek ten obniży się do lat 15. Brak świadomości swoich predyspozycji, mocnych i słabych stron oraz zainteresowań, a także brak wiedzy o zawodach, ich specyfice, uwarunkowaniach oraz możliwościach kształcenia i doskonalenia zawodowego utrudnia podjęcie dobrej decyzji o wyborze zawodu. Dlatego też jest ona często odwlekana przez podjęcie nauki w

liceum ogólnokształcącym lub podejmowane są decyzje o wyborze kierunku kształcenia zawodowego, który okazuje się w perspektywie niezgodny z wcześniejszymi wyobrażeniami o nim lub prowadzący do bezrobocia.

1. Działajmy na rzecz wprowadzenia doradztwa zawodowego do siatki godzin w szkołach wszystkich typów i poziomów

Inicjatywy dotyczące tego zalecenia muszą być głośno formułowane w debacie publicznej przez instytucje rynku pracy i wszystkie podmioty, które wspierają aktywność zawodową młodych ludzi. Adresatami tego postulatu będzie MEN oraz organy prowadzące. Tylko w ten sposób można ustrzec kolejne roczniki przed nietrafionymi wyborami zawodowymi, a w konsekwencji, ograniczyć skalę wpadania do grupy NEET.

Planowana reforma oświaty zakłada „pokrycie kosztów doradztwa zawodowego dla dzieci klas VII i VIII szkół podstawowych w wymiarze po 10 godzin rocznie na każdy oddział klasowy w klasie VII i VIII oraz po 10 godzin w całym cyklu nauczania dla każdego oddziału liceum ogólnokształcącego, technikum i branżowej szkoły I stopnia.” Oznacza to, że dzieci 13 – 14-letnie w dwóch ostatnich latach szkoły podstawowej będą miały zapewnioną 1 godzinę doradztwa zawodowego miesięcznie, a młodzież w szkołach średnich już tylko średnio 2,5 godziny rocznie. Są to wielkości zbyt małe do tego, aby zapewnić sensowny program doradztwa, uwzględniający zarówno diagnozę predyspozycji i możliwości ucznia, jak i przekazanie informacji o możliwościach dalszej edukacji, o zawodach, o rynku pracy itp.

Postulujemy zwiększenie wymiaru doradztwa zawodowego do minimum 20 godzin ROCZNIE na każdy oddział klasowy w klasie VII i VIII i liceum ogólnokształcącym oraz po 10 godzin ROCZNIE na każdy oddział klasowy w technikum i branżowej szkole I stopnia i szkole policealnej.

Wdrożenie tego postulatu będzie oznaczać średnio jeden semestr rocznie zajęć z doradztwa zawodowego w ostatnich klasach szkoły podstawowej w wymiarze 1 godzina tygodniowo. W przypadku liceum ogólnokształcącego, gdzie od 2 klasy następuje silniejsze sprofilowanie edukacji (np. wprowadzane są rozszerzenia niektórych przedmiotów), warto byłoby skoncentrować działania doradcze w klasie pierwszej. Wybór odpowiedniego profilu czy rozszerzeń uwarunkowany jest wyborem dalszej ścieżki kształcenia - w rekrutacji na wyższe uczelnie w zależności od kierunku premiowane są rozszerzenia konkretnych przedmiotów. Dlatego ważne jest, aby już w pierwszej klasie LO uczniowie dostali wsparcie przy podejmowaniu decyzji o wyborze dalszej edukacji.

Ponadto, we wszystkich typach szkół obowiązkowe godziny doradztwa mogłyby być rozszerzone o dodatkowe 10 godzin rocznie, gdyby ustawowo 1 godzina wychowawcza w miesiącu poświęcona była na doradztwo zawodowe.

2. Inicjujemy i wspieramy działania prowadzące do zapewnienia młodzieży stałego dostępu do indywidualnego doradztwa zawodowego, np. poprzez odbudowanie sieci Szkolnych lub Międzyszkolnych Ośrodków Kariery

Wdrożenie tego zalecenia nie leży w gestii instytucji rynku pracy, ale leży, niewątpliwie, w interesie wszystkich podmiotów, które działają na rzecz rynku pracy i wspierania aktywności zawodowej osób młodych, dlatego zalecamy podejmowanie przez śląskie IRP, samorządy oraz MRPiPS działań, które będą wspierać wdrażanie postulowanego rozwiązania.

Szkolne Ośrodki Kariery (SzOK-i) były tworzone w szkołach gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w latach 2003-2005 w ramach Programu Aktywizacji Zawodowej Absolwentów Pierwsza Praca finansowanego przez Ministerstwo Gospodarki i Pracy. Powstało wtedy 360 takich ośrodków wyposażonych w sprzęt komputerowy, elektroniczny oraz pomoce metodyczne dla doradców zawodowych. W I edycji konkursu ze środków ministerialnych utworzono w województwie śląskim 12 SzOK-ów w szkołach: w Pietrowicach Wielkich, Tychach, Wojkowicach Śląskich, Łaziskach Górnych, Bytomiu, Siemianowicach Śląskich, Turzy Śląskiej, Pszczynie, Dąbrowie Górniczej, Koszarawie, Zawierciu i Częstochowie. W II edycji - w 6 placówkach: w Rybniku, Gliwicach, Jastrzębiu Zdroju, Świętochłowicach, Woli i Szczyrku, a w III edycji - w 11 szkołach: w Gliwicach, Dąbrowie Górniczej, Toszku, Siemianowicach Śląskich, Zabrze, Bytomiu, Myszkowie i Mikołowie. Niestety, po ustaniu finansowania liczba SzOK-ów zaczęła się stopniowo zmniejszać. W 2013 r w Częstochowie władze miasta w ramach dwóch projektów unijnych: "Koniec języka za przewodnika" (gimnazja) oraz "Zaplanuj swoją karierę" (dla szkół ponadgimnazjalnych) utworzyły 6 SzOK-ów w 3 gimnazjach i 3 liceach.

Okazało się, że nie jest problemem utworzenie placówki w ramach projektu, wyposażenie jej i utrzymanie przez rok. Dużym problemem natomiast jest zapewnienie jej stałego działania. Władze powiatowe odpowiedzialne za szkoły ponadgimnazjalne oraz władze gminne odpowiedzialne za gimnazja i szkoły podstawowe powinny współdziałać w tej kwestii i przeznaczyć fundusze na utrzymanie istniejących SzOK-ów oraz pozyskiwać fundusze na tworzenie nowych, tak aby wszyscy uczniowie mieli do nich łatwy dostęp. W miejscowościach o małej liczbie szkół mogłyby funkcjonować Międzyszkolne Ośrodki Kariery świadczące usługi uczniom szkół różnego poziomu. Dobrze by było, gdyby SzOK-i objęły swoim działaniem również słuchaczy szkół policealnych, gdzie doradztwo nie funkcjonuje zupełnie. SzOK-i powinny stać się stałym elementem systemu doradztwa i poradnictwa zawodowo-edukacyjnego i wspierać szkoły w realizowaniu zadań z tego zakresu, szczególnie poprzez oferowanie indywidualnego doradztwa, na które w szkołach nie starcza czasu. Dlatego punkt ciężkości działań SzOK powinien być przesunięty z organizacji warsztatów, zajęć grupowych i targów na doradztwo indywidualne. W tym zakresie SzOK-i powinny współpracować z

doradcami poradni psychologiczno-pedagogicznych, OHP i Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej. Ważne, aby doradca był dostępny nie tylko w godzinach, kiedy młodzież jest na lekcjach, ale w takich, żeby mogła przyjść na indywidualną poradę przed lekcjami lub po lekcjach. Niestety, większość istniejących jeszcze SzOK-ów jest dostępna w godzinach 9 - 13 lub 10 - 14. Jest to dobry przedział czasowy aby organizować w szkole zajęcia grupowe np. na godzinach wychowawczych czy zastępstwach, ale nie jest dobry do tego by umożliwić uczniowi bezstresowe i nieśpieszne skorzystanie z usług doradcy czy z dostępnych w SzOK materiałów.

3. Zwiększamy świadomość rodziców na temat znaczenia udziału dzieci w doradztwie zawodowym

Fakt, że uczniowie nie korzystają w pełni z istniejącej już w systemie edukacji czy w instytucjach rynku pracy oferty doradztwa zawodowego, wynika zarówno z niewiedzy samych uczniów jak i ich rodziców. W większości przypadków rodzice nie mają świadomości, że doradztwo jest potrzebne i może pomóc im i ich dzieciom w podjęciu racjonalnej decyzji o wyborze ścieżki kształcenia czy planowaniu kariery opartej na rzeczywistych możliwościach, uzdolnieniach i preferencjach młodego człowieka z jednej strony, a na realiach rynku pracy z drugiej. Wprawdzie coraz więcej rodziców, szczególnie tych wykształconych, podchodzi świadomie do wychowania dziecka, jednak wiedza o doradztwie zawodowym nie jest powszechna. Rodzice to grupa, do której nie jest łatwo dotrzeć. Wydawałoby się, że szkoła organizująca zebrania i spotkania dla rodziców jest najlepszym miejscem, w którym można dotrzeć z informacją do rodziców, jednak nie wszyscy rodzice przychodzą na zebrania i trzeba szukać dodatkowych kanałów komunikacji z tą grupą.

Celowe jest przeprowadzenie regionalnej kampanii informacyjnej dla rodziców pod hasłem np. „Doradztwo zawodowe szansą udanej kariery Twojego dziecka“. Kampania informacyjna powinna zawierać działania, w które zaangażowane byłyby różne podmioty - zarówno po stronie edukacji (szkoły, poradnie psychologiczno-pedagogiczne), jak i po stronie rynku pracy (WUP, PUP, OHP).

Kampania może obejmować stworzenie wirtualnego informatora o doradztwie przeznaczonego dla rodziców, skonstruowanego na wzór platformy KOWEZIU o doradztwie zawodowo-edukacyjnym dla młodzieży - www.doradztwozawodowe.koweziu.edu.pl. Informator taki zawierałby wiadomości, w jaki sposób uczeń może skorzystać z doradztwa zawodowego i dlaczego jest ono potrzebne, a także - gdzie rodzic może wraz z dzieckiem szukać pomocy w przypadku problemów z nauką lub trudności z wyborem szkoły. Informator mógłby wskazywać, jak samodzielnie pomóc dziecku, co brać pod uwagę przy wyborze zawodu itp. Dlatego też ważne, aby informator zawierał aktualne informacje o regionalnym rynku pracy. W informatorze należy stosować prosty język, zrozumiały dla wszystkich, pozbawiony

urzędniczego czy prawnego żargonu, oparty o krótkie zdania i najczęściej używane słownictwo (tzw. plain language), a także tzw. język korzyści. Warto wykorzystywać infografiki.

Warto przygotować ulotkę informacyjną dla rodziców. Na ulotce powinien znaleźć się link do informatora . Ulotka mogłaby być dystrybuowana w szkołach podstawowych (co najmniej 2 ostatnie klasy), gimnazjach i szkołach ponadgimnazjalnych na zebraniach z rodzicami bądź przekazywana przez wychowawców uczniom dla rodziców. Dodatkowo ulotka może być dystrybuowana w miejscach, gdzie rodzice przychodzą załatwiać różne sprawy, np. w urzędach, przychodniach itp. Można wykorzystać organizowane w regionie targi pracy czy targi edukacyjne do promowania doradztwa zawodowego, zaplanowania warsztatów dla rodziców na temat doradztwa zawodowego, dystrybucji ulotki i organizacji spotkań z doradcami. W takich miejscach można zbadać predyspozycje dziecka, młodzi ludzie mogliby zagrać na komputerze w jedną z gier diagnozujących predyspozycje i preferencje np. Tajemnice Aeropolis czy gry z platformy Deep Green. Warto byłoby pomyśleć o cyklicznym, np. corocznym wydarzeniu tego typu.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji wymaga wprowadzenia zmian prawnych, które są przewidziane w zapowiadanej reformie oświaty.
- b) Sukces wdrożenia zależy od opracowania podstawy programowej uwzględniającej różne potrzeby młodych ludzi związane z rodzajem i zakresem doradztwa na różnych poziomach edukacji.
- c) Dla powodzenia wdrożenia niniejszej rekomendacji konieczne jest przeprowadzenie audytu sytuacji SzOK-ów.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Równy dostęp do doradztwa zawodowego dla uczniów z różnych środowisk.
- b) Bardziej świadome podejmowanie decyzji o dalszej ścieżce edukacyjnej, a co za tym idzie mniejszy odsetek niepowodzeń i rezygnacji z edukacji.
- c) Zwiększenie możliwości wyboru kształcenia zawodowego dzięki lepszej wiedzy o zawodach i możliwościach kształcenia w zawodach.
- d) Większe umiejętności absolwentów z zakresu poruszania się po rynku pracy.
- e) Efektywne wykorzystanie środków wydanych na utworzenie SzOK-ów.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba godzin doradztwa grupowego na oddział klasowy – 70 godzin.
- b) Liczba nowopowstałych SzOK-ów – w skali województwa śląskiego – 50 ośrodków.
- c) Zwiększenie wiedzy dzieci i młodzieży o zawodach i ich uwarunkowaniach – zwiększenie o 15% na podstawie porównywalnych badań przeprowadzonych na początku i końcu roku szkolnego 2017/2018.
- d) Zwiększenie umiejętności planowania własnej ścieżki edukacyjnej i kariery - zwiększenie o 15% na podstawie porównywalnych badań przeprowadzonych na początku i końcu roku szkolnego 2017/2018.

Terminy:

- a) Planowane wprowadzenie reformy.
- b) Audyt 3 - 4 miesiące, planowanie 1 - 2 miesiące, tworzenie i wyposażanie SzOKów i

- zatrudnianie doradców – 3 - 4 miesiące - całość operacji 8 - 10 miesięcy.
c) Zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjnej – około 1 roku.

Koszty:

- a) Oszacowanie kosztów dotyczących wdrożenia zalecenia nr 1 nie leży w kompetencji Partnerstwa.
- b) Oszacowanie kosztów wdrożenia zalecenia nr 2 zależy od wyników przeprowadzonego audytu. Koszt wyposażenia 1 SzOK-u może się wahać od 10 - 40 tys. zł. Wynagrodzenie doradcy przez 1 rok 30 - 40 tys. zł, bieżące utrzymanie placówki przez 12 m-cy – ok. 10 - 15 tys.
- c) Koszt przeprowadzenia kampanii informacyjnej zależy od wyboru narzędzi i skali podjętych działań – na tym etapie nie jest możliwy do oszacowania.

Ryzyka:

- a) Brak wykwalifikowanej kadry do prowadzenia regularnego doradztwa w szkołach i placówkach SzOK.
- b) Brak środków na wyposażenie SzOK.
- c) Brak zainteresowania instytucji systemu edukacji i rynku pracy współpracą w upowszechnianiu doradztwa zawodowego wśród młodzieży i rodziców.

Rekomendacja 5.1.2

Zalecamy stworzenie młodzieży uczącej się możliwości zdobywania dodatkowych uprawnień.

Adresaci rekomendacji:

1. Wszystkie instytucje rynku pracy w województwie śląskim oraz MRPiPS jako podmioty wspierające działania na rzecz wdrożenia wskazanych rozwiązań
2. Ministerstwo Rozwoju jako instytucja, która może wdrożyć te rozwiązania

Śląscy pracodawcy w badaniu fokusowym przeprowadzonym na potrzeby stworzenia Programu rozwoju szkolnictwa zawodowego w województwie śląskim na lata 2014-2020 stwierdzili, że zdobycie dodatkowych uprawnień, np. kursów SEP, AUTOCAD, kursów hotelarskich, pilotów ruchu turystycznego, specjalistycznych kursów informatycznych, ma duże znaczenie dla podniesienia kompetencji zawodowych. Aż 63,6% respondentów badania wskazało, że chociaż takich uprawnień oczekują od kandydatów, to jednak absolwenci szkół zawodowych rzadko mogą się nimi pochwalić. Wprawdzie są szkoły, które nawiązują współpracę z różnymi instytucjami i oferują swoim uczniom możliwość zdobycia dodatkowych uprawnień, jednak nie jest to stała praktyka i zależy w dużej mierze od przezorności i przedsiębiorczości dyrekcji szkoły. Z drugiej strony, w przypadku wielu zawodów szerokoprofilowych (np. technik elektryk, technik informatyk) do wykonywania zawodu potrzebne są dodatkowe kursy specjalistyczne bądź branżowe uprawnienia. Koszt takich kursów waha się od kilkuset złotych do kilku tysięcy złotych i nie zawsze jest w zakresie możliwości finansowych ucznia i jego rodziców. Bariera finansowa jest też często najważniejsza w przypadku pozyskiwania takich kursów przez szkoły, czasem problematyczna jest również kwestia znalezienia czasu na zorganizowanie i przeprowadzenie kursu.

1. Działajmy na rzecz organizowania w ramach PO WER konkursów dla szkół zawodowych różnego typu i poziomu na dofinansowanie zdobywania dodatkowych kwalifikacji i uprawnień zawodowych

Jednym z obszarów wsparcia oferowanego przez PO WER jest lepsze przygotowanie uczniów do przyszłego zatrudnienia. W ramach II Osi Priorytetowej PO WER *Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji* przewidziane jest Działanie 2.15 *Kształcenie i szkolenie zawodowe dostosowane do potrzeb zmieniającej się gospodarki*. Celowe jest wprowadzenie w tym działaniu kolejnego typu projektów dla szkół zawodowych polegającego na organizowaniu dla uczniów szkół zawodowych kursów pozwalających zdobyć dodatkowe specjalistyczne kwalifikacje lub uprawnienia (tam gdzie jest to konieczne). Działanie takie byłoby zgodne z obszarem wsparcia PO WER, ponieważ jego rezultat to lepsze przygotowanie uczniów do przyszłego zatrudnienia. Takie rozwiązanie mieści się również w ramach działania 2.15, gdyż stanowi sposób na dostosowanie kształcenia zawodowego do potrzeb gospodarki,

a dokładnie pracodawców. Byłoby to jednocześnie działanie profilaktyczne, zmniejszające ryzyko dołączenia absolwentów do rejestrów osób bezrobotnych.

2. Promujemy współpracę szkół z partnerami społecznymi w zakresie wprowadzania do programu nauczania efektów kształcenia związanych ze zdobywaniem dodatkowych uprawnień

W ramach PO WER Działanie 2.15 *Kształcenie i szkolenie zawodowe dostosowane do potrzeb zmieniającej się gospodarki* jednym z możliwych typów projektów jest:

Wdrożenie mechanizmów strategicznej współpracy z przedstawicielami partnerów społecznych na rzecz dostosowywania kształcenia zawodowego do potrzeb rynku pracy, w tym przegląd i aktualizacja we współpracy z partnerami społecznymi podstaw programowych kształcenia w zawodach oraz innych treści kształcenia i szkolenia zawodowego, pod względem uwzględnienia oczekiwań pracodawców w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, w tym:

- *modernizacja podstaw programowych kształcenia w zawodach we współpracy z partnerami społecznymi, w tym pracodawcami,*

- *modyfikacja programów nauczania, planów nauczania, suplementów do dyplomów i kwalifikacji, uwzględniająca zmiany w podstawach programowych wprowadzone we współpracy z pracodawcami (...)*”.

Celowe jest promowanie w ramach tego typu projektów (np. poprzez przyznanie dodatkowych 20 pkt.) takich, które dotyczą współpracy szkół z organizacjami branżowymi i przewidują wprowadzenie do programu nauczania efektów kształcenia związanych ze zdobywaniem dodatkowych uprawnień.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Konieczne jest wprowadzenie zmiany do SZOP PO WER, określenie szczegółowych kryteriów konkursowych, wskaźników, oszacowanie potrzebnej alokacji.
- b) Sukces wdrożenia niniejszej rekomendacji zależy od zainteresowania szkół i młodzieży.

Skutki wdrożenia rozwiązania:

- a) Absolwenci lepiej przygotowani do wejścia na rynek pracy, spełniający w większym stopniu oczekiwania pracodawców.
- b) Zmniejszenie luki kompetencyjnej.
- c) Dzięki temu, że wiele uprawnień ma charakter międzynarodowy, absolwenci będą mieli otwartą drogę do poszukiwania pracy nie tylko na lokalnym, ale i europejskim rynku pracy.
- d) Zwiększenie szans absolwentów na zatrudnienie.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba uczniów, którzy zdobyli dodatkowe uprawnienia zawodowe – 200 uczniów rocznie w skali województwa śląskiego

- b) Lepsza ocena przygotowania absolwentów wystawiana przez śląskich pracodawców – wzrost o 0,3 pkt. w skali 1 – 10 na podstawie badania przeprowadzanego w cyklu dwuletnim.

Terminy:

- a) Z uwagi na fakt, że wskaźniki i alokacje na konkursy w roku 2017 zostały już zatwierdzone przez Komitet Sterujący, możliwe jest wdrożenie zaleceń w 2018 roku.

Koszty:

- a) Wdrożenie niniejszych zaleceń nie oznacza konieczności poniesienia dodatkowych kosztów.

Ryzyka:

- a) Brak chętnych szkół do aplikowania o środki.

Rekomendacja 5.1.3

Zalecamy promowanie mentoringu i promowanie szkoleń dla opiekunów staży

Adresaci rekomendacji:

1. MRPiPS
2. Starostwa i powiatowe urzędy pracy województwa śląskiego
3. Inne instytucje rynku pracy województwa śląskiego

Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu określa wymagania kwalifikacyjne dla instruktorów praktycznej nauki zawodu, którzy są pracownikami pracodawcy organizującego we współpracy ze szkołą zajęcia praktyczne dla uczniów, praktyki zawodowe czy naukę zawodu u pracodawcy. Wymaga się od nich min. przygotowania pedagogicznego wymaganego od nauczycieli lub ukończonego kursu pedagogicznego, którego program został zatwierdzony przez kuratora oświaty i obejmował łącznie co najmniej 70 godzin zajęć z psychologii, pedagogiki i metodyki oraz 10 godzin praktyki metodycznej, albo ukończonego przed dniem 6 stycznia 1993 r. kursu pedagogicznego uprawniającego do pełnienia funkcji instruktora praktycznej nauki zawodu.

Natomiast jeśli chodzi o opiekunów staży np. dla bezrobotnych czy dla absolwentów, takie wymagania nie są określone. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 20 sierpnia 2009 r. w sprawie szczegółowych warunków odbywania stażu przez bezrobotnych ogranicza się jedynie do wymogu, żeby opiekun stażu miał pod swoją pieczęć nie więcej niż 3 osoby odbywające staż. Nie określa jednak ani kwalifikacji, ani kompetencji koniecznych do tego, aby skutecznie udzielał bezrobotnemu wskazówek i pomocy w wypełnianiu powierzonych zadań. Jednocześnie, staże mają za zadanie wyrównanie braków w przygotowaniu stażysty do wykonywania pracy w określonym zawodzie zgodnie z oczekiwaniami pracodawcy, tj. m.in. zdobycie umiejętności praktycznych oraz etosu pracy - zaangażowania, dyscypliny, umiejętności pracy w zespole.

1. Organizujemy szkolenia z mentoringu dla pracodawców oferujących staż

Szkolenia takie mogą wykorzystać model opracowany w ramach projektu „PI-PWP Mentoring – innowacyjna metoda aktywizacji” realizowanego jest przez Fundację na rzecz Collegium Polonicum w trójsektorowym partnerstwie z Organizacją Pracodawców Ziemi Lubuskiej, Przedsiębiorstwem Produkcyjno-Handlowym „Irmek” z Gorzowa Wlkp., Powiatowym Urzędem Pracy w Krośnie Odrzańskim oraz niemiecką firmą Deutsche Angestellten Akademie.

Mentoring to forma wspierania ludzi w trudnych dla nich sytuacjach życiowych. Bazuje na partnerskiej relacji mentora z podopiecznym umożliwiającą odkrywanie i rozwój potencjału

osoby mentorowanej. Mentor jest pewnego rodzaju przewodnikiem, doradcą, konsultantem wspierającym swojego podopiecznego w kształtowaniu kompetencji zarówno merytorycznych, jak i związanych z rozwojem osobistym. Szkolenia przygotowałyby opiekunów stażu do lepszego, bardziej efektywnego pełnienia swojej roli. Szkolenia mogłyby być zlecane organizacjom pozarządowym i firmom szkoleniowym wpisanym do rejestru. Jednocześnie, osoby odbywające staż korzystałyby na nim w większym stopniu, zdobywając nie tylko praktyczne umiejętności związane z pracą na danym stanowisku, ale też ucząc się odpowiednich postaw, dzięki czemu zwiększałyby poczucie własnej wartości istotne z punktu widzenia ich aktywizacji.

2. Wprowadźmy mentoring do stałego zestawu metod aktywizacji osób młodych

Model mentoringu został opracowany i przetestowany w ramach projektu POKL „PI-PWP Mentoring – innowacyjna metoda aktywizacji” realizowanego jest przez Fundację na rzecz Collegium Polonicum na grupie osób młodych do 25 roku życia. Jest to więc gotowa metoda, o której wiadomo, że jest skuteczna i możliwa do wdrożenia.

Metoda ta zawiera kilka elementów:

- rekrutacja kandydatów na mentorów i podopiecznych;
- proces dopasowania ich w pary (zebranie i analiza formularzy od podopiecznych i mentorów określających preferencje co do drugiej osoby, omówienie wyników z obiema stronami podczas warsztatów wstępnych, pierwsze spotkanie tandemów pod koniec drugiego dnia warsztatów wstępnych, integracja tandemów podczas kolejnego dnia warsztatów wstępnych);
- relacja mentoringowa trwająca od 6 do 12 miesięcy (spisanie kontraktu mentoringowego, wyznaczenie celów, spotkania minimum raz na miesiąc, warsztaty podsumowujące na zakończenie relacji);
- wsparcie uzupełniające:
 - warsztaty dla par mentoringowych (wsparcie tandemów w rozpoczęciu relacji, wyznaczeniu celów i rozwiązywaniu problemów),
 - warsztaty dla podopiecznych (realizowane po rozpoczęciu relacji mentoringowej, a przed rozpoczęciem stażu, mają na celu wyrównywanie deficytów w zakresie wiedzy dotyczącej funkcjonowania na rynku pracy i umiejętności społecznych, pracy w grupie, komunikacji, umiejętności planowania i kształtowania swojej kariery zawodowej oraz autoprezentacji, radzenia sobie ze stresem czy asertywności – w zależności od potrzeb uczestników),
 - superwizja dla mentorów - stworzenie możliwości konsultacji ze specjalistą, np. psychologiem, w trudnych sytuacjach pojawiających się w relacji; spotkania organizowane w zależności od potrzeb, nie rzadziej niż raz na 1,5 miesiąca,

- staże zawodowe dla podopiecznych trwające minimum 6 miesięcy, które zapewniają wysoki wskaźnik efektywności zatrudnieniowej oraz rozwiązują problem braku środków do życia podopiecznych; staż ma stanowić jedynie element wspierający proces, a nie cel nadrzędny,
- monitoring i ewaluacja.

Uwarunkowania wdrożenia rozwiązania:

- a) Mentoring jako instrument aktywizacji osób młodych może być wykorzystany w ramach zlecenia zadań aktywizacyjnych organizacjom pozarządowym.
- b) Dodatkowym warunkiem wdrożenia może być wprowadzenie instrumentu mentoringu do otwartych konkursów w ramach Osi I PO WER.
- c) Powodzenie wdrażania niniejszej rekomendacji wynika z wymagań, jakie będą stawiane opiekunom stażu, np. w zakresie doświadczenia i ukończenia kursu mentora.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Lepsze przygotowanie opiekunów stażu do pełnienia swojej roli.
- b) Zwiększenie efektywności stażu jako środka aktywizacji.
- c) Lepsze przygotowanie stażysty do podjęcia pracy.
- d) Zwiększenie efektywności działań aktywizacyjnych kierowanych do osób młodych.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba przeszkolonych mentorów – 150 osób do końca 2018 roku.
- b) Odsetek osób, które znalazły zatrudnienie w trakcie projektu lub w ciągu 3 miesięcy po jego zakończeniu – 70%.
- c) Bardziej aktywne i świadome osoby wchodzące na rynek pracy po wsparciu uzyskanym podczas stażu - ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1 - 10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród osób, które odbyły staż).

Terminy:

- a) Rozpoczęcie realizacji szkoleń jest związane z wprowadzeniem zmian do rozporządzenia właściwego ministra.
- b) Rozpoczęcie działań dotyczących mentoringu może nastąpić po zleceniu tych zadań organizacjom pozarządowym.

Koszty:

- a) Szkolenia mogą być finansowane z KFS.

Ryzyka:

- a) Brak chętnych na szkolenia.

Rekomendacja 5.2

Rekomendacje w zakresie aktywizacji zawodowej młodych osób z niepełnosprawnościami

Czyli co zrobić, żeby młode osoby z niepełnosprawnością mogły być bardziej aktywne zawodowo:

- jak łączyć ich rehabilitację społeczną z zawodową
- jak koordynować w skali województwa działania na rzecz aktywności zawodowej młodych osób z niepełnosprawnością

Rekomendacja 5.2.1

Zalecamy działania na rzecz aktywizacji zawodowej w zakresie aktywizacji zawodowej młodych osób z niepełnosprawnościami.

Wskaźnik zatrudnienia osób niepełnosprawnych, w tym młodych osób niepełnosprawnych, jest w województwie śląskim niski i celowe jest wzmocnienie działań na rzecz aktywizacji tej grupy osób, szczególnie w sytuacji, gdy w z badania BAEL wynika, że niepełnosprawność jest jednym z powodów pozostawania w grupie NEET.

1. Promujmy śląskie wzorce wspierania rynku pracy chronionej i wypracujmy rozwiązania dedykowane młodym osobom z niepełnosprawnościami

W działaniach na rzecz aktywizacji osób młodych istotne jest dostrzeżenie osób, które mogą być zatrudnione tylko na rynku pracy chronionej i przygotowanie dedykowanego wsparcia, nowych narzędzi i finansowania dla tego typu zatrudnienia. Obecnie rynek pracy chronionej nie jest podzielony ze względu na wiek osób niepełnosprawnych i osoby młode, będące w gronie osób niepełnosprawnych w mniejszości, nie mogą liczyć na żadne działania kierowane tylko do nich.

Jednym z rozwiązań oferowanych przez rynek pracy chronionej są zakłady aktywności zawodowej. Jest to oferta zatrudnienia, która staje się coraz bardziej atrakcyjna dla osób niepełnosprawnych i systematycznie rozwija się w skali kraju. Ważne jest również to, że województwo śląskie jest krajowym liderem w zakresie zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zakładach aktywności zawodowej, a mimo to nadal jeszcze istnieją duże możliwości rozwoju tego segmentu rynku pracy.

Tylko w województwie podkarpackim działa więcej zakładów aktywności zawodowej (dokładnie o 1 więcej). Jednak ze względu na ogólną liczbę zatrudnionych w tych zakładach osób niepełnosprawnych, jak i na liczbę osób mających orzeczenie o niepełnosprawności w stopniu znacznym oraz w stopniu umiarkowanym – Śląsk jest niekwestionowanym liderem. Dla porównania: w województwie mazowieckim działa 8 ZAZ, a w śląskim 12, w mazowieckim zatrudnienie znajduje w nich około 250 osób, a w śląskim ponad 550 osób, a więc ponad dwa razy więcej. Można z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić, że bez oferty ZAZ te osoby pozostawałyby poza rynkiem pracy.

Niestety, dostępne dane statystyczne nie odnoszą się do wieku osób niepełnosprawnych zatrudnionych w ZAZ i nie można wskazać, jaka część tych pracowników jest w wieku do 30. roku życia. Jeśli jednak uwzględni się, że w powiatowych urzędach pracy na terenie województwa śląskiego jest zarejestrowanych około 8500 osób niepełnosprawnych, to

podana liczba osób zatrudnionych w zakładach aktywności zawodowej (około 550) nie jest bardzo duża. Jest jednak niezwykle istotna przede wszystkim ze względu na to, że są to osoby, które z racji rodzaju i stopnia niepełnosprawności nie mają praktycznie żadnej szansy na znalezienie zatrudnienia na otwartym rynku pracy.

Warto wypracować model ZAZ koncentrujący się na aktywizacji osób młodych. Dla wielu osób uczestniczących w działaniach ZAZ jest to nie tylko miejsce aktywności zawodowej, ale również szansa na aktywność społeczną, przynależność do grupy, wspólną realizację pasji itp. Ważne by młode osoby z niepełnosprawnością mogły realizować swoje cele integracyjne we własnym środowisku, w grupie ludzi mających podobne potrzeby i oczekiwania.

2. Stwórzmy platformę wymiany informacji między śląskimi instytucjami rynku pracy i pełnomocnikami do spraw osób niepełnosprawnych

Pełnomocnik działa w obszarze polityki społecznej związanej z problematyką osób niepełnosprawnych. Do zadań pełnomocnika należy prowadzenie działań dotyczących zapewnienia możliwie pełnego funkcjonowania osób niepełnosprawnych w społeczności lokalnej. W skład tych działań wchodzi analiza potrzeb osób niepełnosprawnych dotyczących między innymi możliwości uczestnictwa w życiu społecznym i zawodowym zgodnie z oczekiwaniami, kwalifikacjami, wykształceniem i możliwościami oraz opracowanie i koordynacja programów dotyczących rehabilitacji społecznej i zawodowej osób niepełnosprawnych.

W województwie śląskim powołano ponad 20 takich pełnomocników, co jest liczbą rekordową w skali kraju. Pełnomocnicy do spraw osób niepełnosprawnych realizują swoje zadania w Częstochowie, Katowicach, Chorzowie, Mysłowicach, Rudzie Śląskiej, Siemianowicach Śląskich, Zabrze, Kłobucku, Świętochłowicach, Bytomiu, Wodzisławiu, Jastrzębiu-Zdroju, Żorach, Cieszynie, Sosnowcu, Jaworznie, Rybniku, Raciborzu, Tychach i w powiecie Bieruńsko-Lędzińskim.

Pełnomocnicy spotykają się raz na kwartał a ich współpracę koordynuje Pełnomocnik Marszałka ds. Osób Niepełnosprawnych. Inicjatorem każdego spotkania jest pełnomocnik prezydenta miasta, które jest gospodarzem forum pełnomocników. To gospodarz odpowiada za propozycję poruszanych zagadnień oraz ustala listę zaproszonych prelegentów.

W przeszłości pełnomocnicy poruszali na swoich spotkaniach tematy dotyczące aktywizacji zawodowej osób młodych, a gośćmi byli eksperci w zakresie otwartego i chronionego rynku pracy.

Celowe jest wypracowanie zasad współpracy i wymiany informacji pomiędzy pełnomocnikami do spraw osób niepełnosprawnych i instytucjami rynku pracy. Warto również rozważyć możliwość nawiązania współpracy z działającym w województwie śląskim forum kierowników WTZ.

We wcześniejszych rekomendacjach problemy związane z aktywizacją osób niepełnosprawnych zostały już kilkakrotnie zasygnalizowane. Jako sprawy do załatwienia (np. problem braku możliwości kierowania do WTZ mieszkańców sąsiednich miast) lub jako dobra praktyka (np. model case management). Warto współpracować, by upowszechnić sprawdzone praktyki i wspólnie poszukiwać możliwości rozwiązywania problemów.

Uwarunkowania wdrożenia:

- a) Wdrożenie niniejszej rekomendacji jest możliwe w ramach obowiązujących rozwiązań prawnych.
- b) Sukces wdrożenia zależy od chęci współpracy IRP oraz pełnomocników do spraw osób niepełnosprawnych
- c) Powodzenie wdrożenia wiąże się z podjęciem działań dla wypracowania innowacyjnego modelu ZAZ adresowanego do młodych osób z niepełnosprawnościami.

Skutki wdrożenia proponowanego rozwiązania:

- a) Zwiększenie aktywności zawodowej młodych osób z niepełnosprawnościami.
- b) Lepsza koordynacja działań na rzecz aktywności zawodowej młodych osób z niepełnosprawnościami.

Wskaźniki jakościowe i ilościowe:

- a) Liczba ZAZ kierowanych do osób młodych – 2 w województwie śląskim do końca 2018 roku.
- b) Bardziej aktywne młode osoby z niepełnosprawnością - ocena wyższa corocznie o 0,5 w skali 1 - 10 (badanie przeprowadzane raz w roku wśród uczestników ZAZ).

Terminy:

- a) Nawiązanie współpracy IRP z pełnomocnikami do spraw osób niepełnosprawnych jest możliwe przy okazji najbliższego forum pełnomocników, tj. w ciągu trzech miesięcy. Dalej współpraca w trybie ciągłym.
- b) Wypracowanie modelu ZAZ adresowanego do młodych osób z niepełnosprawnościami – 6 - 9 miesięcy.

Koszty:

- a) Koszt utworzenia nowego ZAZ lub zmiana modelu działania jednego z obecnie funkcjonujących ZAZ.

Ryzyka:

- a) Opór przed tworzeniem ZAZ dla osób z określonej grupy wiekowej.
- b) Brak zainteresowania współpracą ze strony IRP lub pełnomocników do spraw osób niepełnosprawnych.

Rekomendacja 5.3

Rekomendacje dotyczące proponowanych zmian prawnych

Zdecydowana większość wypracowanych przez Partnerstwo rekomendacji dotyczy sposobu działania na rzecz aktywizacji osób młodych najbardziej oddalonych od rynku pracy i jest to działanie, które można podjąć w obecnych uwarunkowaniach prawnych.

Dostrzegliśmy jednak również takie bariery ograniczające skuteczność aktywizacji osób młodych, w tym z grupy NEET, których pokonanie wymaga wprowadzenia zmian prawnych. Dlatego na końcu całego zestawu „Rekomendacji dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim” postanowiliśmy zebrać jeszcze raz wszystkie informacje, które dotyczą postulatów wykraczających poza właściwość śląskich instytucji rynku pracy, a które są bardzo ważne dla zwiększenia skuteczności podejmowanych przez nas działań.

Rekomendacja 5.3.1

Rekomendacje dotyczące proponowanych zmian prawnych

Adresaci:

Zestaw rekomendacji kierowany jest do instytucji rynku pracy województwa śląskiego oraz do Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej a także do KG OHP.

Ta rekomendacja stanowi powtórzenie zaleceń, które zostały sformułowane we wcześniejszych częściach zestawu, a których wdrożenie musi być poprzedzone zmianami prawnymi. Kierujemy je do właściwych instytucji w przekonaniu, że skuteczność aktywizacji osób młodych jest celem, który powinien mobilizować do działania.

1. Działajmy na rzecz możliwości łączenia finansowych form wsparcia przez powiatowe urzędy pracy

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.1.

2. Działajmy na rzecz wprowadzenia bonu opiekuńczego wspierającego aktywizację młodych ludzi sprawujących opiekę nad osobą zależną.

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.3.

3. Dążmy do wypracowania rozwiązań umożliwiających powiatowym urzędом pracy prowadzenie działań na otwartym rynku

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.3.

4. Działajmy na rzecz wprowadzenia zmiany do ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy w zakresie treści art. 66a pkt. 6 polegającej na zwiększeniu wskaźnika określającego maksymalną łączną kwotę wydatków poniesionych na specyficzne elementy wspierające zatrudnienie związane z realizacją programu specjalnego.

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.1.2.3.

5. Wprowadźmy kryterium premiujące dla Beneficjentów, którzy zadeklarują we wniosku o dofinansowanie, że dostosują termin rozpoczęcia projektu do propozycji IOK wynikającej z polityki organizacji wsparcia

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.2.2.2.

6. Zrezygnujmy ze sformułowanego w obecnym brzmieniu wymogu prowadzenia biura projektu na terenie realizacji projektu i zastąpmy ten wymóg warunkiem prowadzenia biura na terenie województwa śląskiego oraz warunkiem zapewnienia uczestniczkom i uczestnikom

projektu możliwości kontaktu z Beneficjentem, którego sposób i miejsce będą zgodne ze zdiagnozowanymi oczekiwaniami tej grupy docelowej

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.2.2.1.

7. Przedłużmy maksymalny okres trwania projektu tak, by w środowisku lokalnym można było budować rozpoznawalną markę niepublicznej instytucji rynku pracy

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.2.2.1.

8. Działajmy na rzecz możliwości łączenia finansowych form wsparcia przez powiatowe urzędy pracy

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.3.1.4.

9. Działajmy na rzecz wprowadzenia bonu opiekuńczego wspierającego aktywizację młodych ludzi sprawujących opiekę nad osobą zależną.

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.3.1.4.

10. Dążmy do wypracowania rozwiązań umożliwiających powiatowym urządcom pracy prowadzenia działań na otwartym rynku

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.3.1.4.

11. Wyłączmy wymóg wykazania odpowiednio dużych obrotów z listy kryteriów formalnych

Niniejsze zalecenie zostało szczegółowo opisane w rekomendacji R.3.2.

Wydawca:

Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM
ul. Rogalskiego 12 lok. 64
03-982 Warszawa
www.polprom.org.pl
e-mail: biuro@polprom.org.pl

Autorzy:

Przedstawiciele instytucji partnerskich wypracowujących „Rekomendacje dla aktywizacji osób młodych w województwie śląskim” oraz eksperci wspierający pracę Partnerstwa

Redakcja:

Małgorzata Domagała

Korekta:

Anna Jankowska

ISBN 978-83-935753-1-2

Nakład

500 egzemplarzy

Publikacja bezpłatna

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Katowice, 2016



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

