

WYKORZYSTANIE NIESTANDARDOWYCH METOD DOCIERANIA DO OSÓB MŁODYCH NA PRZYKŁADZIE OSÓB Z GRUPY NEET

Wstęp

W Polsce, podobnie jak w całej Unii Europejskiej, sytuacja młodzieży na rynku pracy jest zdecydowanie trudniejsza niż osób ze starszych grup wiekowych. Zazwyczaj przejawia się to niewielkim poziomem aktywności zawodowej, stosunkowo niskim poziomem zatrudnienia i wysokim bezrobociem wśród młodych.

Jedną z grup osób młodych, które znajdują się w najbardziej niekorzystnej sytuacji na rynku pracy są osoby z kategorii NEET, tj. osoby w wieku od 15 do 29 lat, które nie pracują, nie kształcą się (tj. nie uczestniczą w kształceniu formalnym w trybie stacjonarnym) i nie szkolą się (tj. nie uczestniczą w pozaszkolnych zajęciach mających na celu uzyskanie, uzupełnienie lub doskonalenie umiejętności i kwalifikacji zawodowych lub ogólnych, potrzebnych do wykonywania pracy).

Niniejszy materiał ma przede wszystkim charakter informacyjny i ma na celu wskazanie przykładów działań umożliwiających dotarcie do osób młodych, wymagających wsparcia. Dokument ten jest skierowany przede wszystkim do osób realizujących projekty adresowane do młodzieży w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacji Rozwój, tj. w szczególności pracowników agencji zatrudnienia, organizacji pozarządowych i innych podmiotów specjalizujących się w aktywizacji społeczno-zawodowej młodzieży.

W zależności od sytuacji społecznej i zawodowej, osoby młode potrzebują indywidualnego podejścia. Dlatego nie jest wystarczające zastosowanie standardowych (w szczególności „biernych”) form trafiania do nich. Poza działaniami stricte informacyjnymi o charakterze pasywnym (np. poprzez stronę internetową projektu, ulotki, etc.) konieczne jest poszukiwanie alternatywnych sposobów identyfikacji osób młodych, które wymagają wsparcia Europejskiego Funduszu Społecznego. Ważne jest przede wszystkim rzetelne rozeznanie sytuacji w danym

województwie i dobrane odpowiednich metod, które skutecznie przyczynią się do aktywizacji tej grupy osób.

Osoby młode, w szczególności należące do grupy NEET, mają różne potrzeby i bariery w podejmowaniu aktywności zawodowej i edukacyjnej. Nie jest to jednorodna grupa i wiedza na jej temat wciąż pozostaje ograniczona - kluczowe znaczenie ma zrozumienie sytuacji młodych osób i dostosowanie do nich usług w celu zaspokojenia ich zróżnicowanych potrzeb.

Niniejszy materiał został opracowany na podstawie dostępnych publikacji dotyczących sytuacji osób młodych oraz w oparciu o analizę rekomendacji w zakresie wspierania osób młodych znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, które zostały opracowane dla poszczególnych województw w ramach Działania 2.4 *Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia oraz lepsze dostosowanie ich do potrzeb rynku pracy* Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

I. Krótka charakterystyka osób NEET

Dla odpowiedniej identyfikacji potrzeb osób młodych i dobrane metod skutecznego docierania do nich, istotne jest wskazanie przyczyn bierności zawodowej oraz wczesnego opuszczania systemu edukacji. Wśród głównych czynników przyczyniających się do trudnej sytuacji osób młodych zaliczyć można między innymi:

- dziedziczenie mentalności i zachowań od najbliższych, czyli rodziców lub opiekunów prawnych. Jeśli osoba, u której w domu rodzic/rodzice albo opiekun/opiekunowie nie wykazywali we wczesnych latach życia chęci ukończenia dobrej szkoły, zdobycia zawodu, aby móc podjąć pracę, wówczas taka osoba dość często powielala ten sam schemat co jej najbliżsi krewni¹;
- obcowanie z przemocą lub używkami w domu lub w najbliższym otoczeniu;
- przedwczesne macierzyństwo - w sytuacji kiedy młoda kobieta, która została matką i nie ma zapewnionej pomocy rodziny i najbliższych, nie jest w stanie ukończyć szkoły, podjąć studia lub szkolenia umożliwiające jej zdobycie lepszych kompetencji / kwalifikacji na lokalnym rynku pracy, wówczas bardzo często jest podatna na stanie się NEET;
- brak doświadczenia zawodowego i niedopasowanie kwalifikacji i kompetencji do potrzeb rynku pracy. Jakiegokolwiek doświadczenia zawodowego nie ma co drugi bezrobotny do 25. roku życia, a co czwarty ma doświadczenie do 1

¹ Instytutu Badań Strukturalnych, *Nie uczą się i nie pracują. Czy stanowią wyzwanie dla polityki publicznej?*, grudzień 2019

roku. Nawet w grupie 25-29 lat doświadczenia zawodowego brakuje co trzeciemu bezrobotnemu;²

- brak możliwości podjęcia jakiegokolwiek pracy w swoim najbliższym otoczeniu;
- opieka nad osobą wymagającą wsparcia w codziennym funkcjonowaniu (np. dzieckiem lub osobą starszą, schorowaną lub osobą z niepełnosprawnością);
- przewlekła choroba lub niepełnosprawność - wyzwaniem w dotarciu do osób niepełnosprawnych jest przede wszystkim zachęcenie ich do udziału w oferowanym wsparciu. Takie osoby bardzo często nie podejmują zatrudnienia lub ograniczają swoją pozycję na rynku pracy ze względu na obawę przed utratą świadczeń. Niski poziom aktywności zawodowej osób z niepełnosprawnościami ma źródła również w m.in. braku dostępu do odpowiednich usług (asystenckich, trenera pracy).

II. Dlaczego trudno jest dotrzeć do osób młodych w Polsce?

- większość osób z grupy NEET (ok. 70%) nie korzysta ze wsparcia urzędów pracy, ponieważ;
 - nie poszukują zatrudnienia - nie są zainteresowane ofertą PUP, ponieważ nie uzyskują tam kompleksowego wsparcia;
 - część osób może nie wiedzieć o zakresie możliwego do uzyskania wsparcia w urzędzie pracy;
 - mogą mieć trudności z dojazdami do PUP (w przypadku osób z mniejszych miejscowości i obszarów wiejskich, osób z niepełnosprawnościami) lub nie mieć własnych środków finansowych na ten cel³;
 - mogą mieć przekonanie o niskiej efektywności instytucji publicznych;
 - czują obawę przed stygmatyzacją ze względu na uzyskanie statusu bezrobotnego.
- zagadnienia techniczne i prawne ograniczają gromadzenie informacji o uczniach zagrożonych wypadnięciem z systemu oświaty i tych wcześniej kończących naukę (ochrona danych osobowych);

² Pracownia Badań Socjologicznych Humlard, Raport z wyników badania, Bariery i problemy utrudniające osobom bezrobotnym powrót na rynek pracy oraz zapotrzebowanie na kwalifikacje i umiejętności, Nysa 2016

³ Nie uczą się i nie pracują. Czy stanowią wyzwanie dla polityki publicznej?, Mateusz Smoter, IBS Policy Paper 03/2019

- niewystarczająca współpraca pomiędzy instytucjami sektora edukacji, zatrudnienia i służbami społecznymi.

III. Wsparcie osób młodych

Wsparcie skierowane do osób młodych w ramach PO WER realizowane jest ze środków *Europejskiego Funduszu Społecznego* oraz *Inicjatywy na rzecz zatrudnienia ludzi młodych*.

Wsparcie ukierunkowane jest na aktywizację edukacyjno-zawodową i jest dopasowane do potrzeb i możliwości danej osoby. Co do zasady dla każdego uczestnika projektu opracowywany jest Indywidualny Plan Działania, z którego wynikają formy pomocy niezbędne do aktywizacji zawodowej. Wsparcie oferowane osobom młodym w PO WER w ramach Działań 1.1-1.3 przewiduje między innymi:

- doradztwo zawodowe,
- pośrednictwo pracy,
- staże,
- szkolenia,
- zatrudnienie subsydiowane,
- dotacje na założenie działalności gospodarczej oraz bony na zasiedlenie.

Możliwe jest również wsparcie uzupełniające związane z potrzebą aktywizacji społecznej (np. wsparcie psychologiczne), jeśli jest to niezbędne do skutecznej aktywizacji zawodowej.

Osoby z niepełnosprawnościami mogą dodatkowo skorzystać z zatrudnienia wspomaganego realizowanego przez trenera pracy i wsparcia asystenta osoby z niepełnosprawnościami.

Wsparcie oferowane w Działaniu 1.4 PO WER kształtuje natomiast postawy prospołeczne, w tym wspiera inicjatywy młodzieżowe poprzez działalność w organizacjach pozarządowych na rzecz wspólnot lokalnych, działalność w podmiotach reprezentujących młodzież, działalność młodzieży w centrach młodzieżowych funkcjonujących na bazie podmiotów będących beneficjentami konkursu czy wolontariat. Zachętę do wzięcia udziału w projektach może stanowić również fakt, iż uczestnicy otrzymują stypendia (głównie stażowe i szkoleniowe).

W Działaniu 2.4 PO WER, w ramach którego są realizowane działania systemowe ukierunkowane na modernizację instytucji działających na rynku pracy realizowane było 16 projektów (dla każdego województwa), które miały na celu wypracowanie rekomendacji zwiększających zakres i trafność oferty skierowanej do osób młodych

znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy. W każdym województwie zostało zawarte partnerstwo, którego celem było wypracowanie zaleceń i rekomendacji ułatwiających m.in. docieranie do osób młodych należących do kategorii NEET. Wybrane wnioski z realizacji tych projektów zostały ujęte w tym materiale.

IV. Sposoby dotarcia do osób młodych

Nie ma jednej idealnej metody, która najlepiej sprawdzi się w dotarciu do młodych ludzi, w szczególności zagrożonych zjawiskiem NEET. W zależności od konkretnej grupy docelowej należy wykorzystać różne kanały, które w pozytywny sposób przyczynią się do „dotarcia” do młodego człowieka.

Poniżej wymienione metody nie stanowią katalogu zamkniętego, są to jedynie przykłady metod docierania, które w zależności od danej grupy docelowej oraz sytuacji społecznej mogą i powinny być inne. Dobór kanałów docierania do młodzieży powinien wynikać z ich potrzeb, uwzględniać środowisko, w którym funkcjonują oraz problemy, z którymi się borykają.

Beneficjenci realizujący projekty powinni w zależności od potrzeb danej grupy docelowej, wskazać i opisać we wniosku o dofinansowanie te metody, które w ich przekonaniu będą najskuteczniejsze w procesie identyfikacji osób wymagających wsparcia i nawiązania z nimi kontaktu.

Opisane poniżej metody zostały podzielona na 2 grupy. Pierwsza grupa odnosi się do najczęściej stosowanych metod o charakterze najczęściej pasywnym i opiera się na przekazywaniu informacji głównie w formie papierowej lub elektronicznej. Druga grupa, która wymaga większej aktywności i zaangażowanie realizatorów projektów, polega na podejmowanie działań skierowanych bezpośrednio do młodzieży i współpracy z podmiotami, które znają ich potrzeby.

1. Standardowe (pasywne) metody docierania do osób młodych:

- informowanie o projekcie poprzez stronę internetową beneficjenta;
- zamieszczanie ogłoszeń w prasie i radio;
- zamieszczanie informacji pisemnych o projekcie w urzędach i placówkach publicznych;
- rozpowszechnianie materiałów drukowanych lub elektronicznych (np. na stronach internetowych urzędów i instytucji publicznych), takich jak ulotki, plakaty i broszury z informacjami z jakiego wsparcia można skorzystać, do jakiej grupy jest ono skierowane i kiedy odbywa się rekrutacja;

- zamieszczanie linka do strony projektu na portalach instytucji publicznych (m.in. strony wojewódzkich urzędów pracy, powiatowych urzędów pracy, ośrodków pomocy społecznej, powiatowych centrów pomocy rodzinie, ośrodków wychowawczych, ośrodków szkolno- wychowawczych/ młodzieżowych ośrodków wychowawczych, centrów rehabilitacji osób z niepełnosprawnościami, szkół, uczelni wyższych, biur karier etc.)
- zamieszczenie na stronach internetowych lub w budynkach urzędów i instytucji publicznych informacji o najważniejszych efektach projektu (przedstawienie statystyk może przyczynić się do zachęcenia innych osób do wzięcia udziału);

2. Niestandardowe (aktywne) sposoby docierania do osób młodych:

- prowadzenie stoisk informacyjnych na targach pracy, festiwalach kulturalnych, wydarzeniach sportowych oraz przedstawianie pozytywnych stron udziału w projekcie. Na zorganizowanych imprezach powinno znajdować się stanowisko, z którego można wziąć ulotkę / broszurę informacyjną oraz porozmawiać z przedstawicielem beneficjenta. Informacje zawarte w materiałach drukowanych powinny być przekazane w sposób prosty i nie budzący wątpliwości. Niezbędne jest by przy takim stanowisku znajdowała się osoba, która będzie mogła sprawnie i w sposób zachęcający przekonać daną osobę do wzięcia udziału w projekcie i udzielić podstawowych informacji;
- działania realizowane poprzez „ambasadorów” projektów podczas eventów lub praca „street workerów” widoczne są w innych krajach europejskich, które mogłyby znaleźć odzwierciedlenie również w Polsce. Ambasadorzy lub street workerzy podczas imprez oraz eventów (ale również w codziennej współpracy z instytucjami publicznymi, parafiami, domami kultury, klubami zainteresowań – np. klubami kibica, etc.) powinni wyjść do młodych osób oraz podjąć z nimi próbę rozmowy. Powinna być to inna forma niż prowadzenie stoisk informacyjnych, ponieważ nie każda osoba jest na tyle odważna, żeby rozpocząć dialog z nieznaną mu osobą. Ambasador powinien być najczęściej osobą inicjującą rozmowę . Podczas takiej interakcji ambasador może zachęcić młodą osobę do skorzystania z udziału w projekcie, a jednocześnie wytłumaczyć przykładowe efekty jakich można spodziewać się po zakończeniu udziału w projekcie np. uzyskanie nowych kwalifikacji, a tym samym zwiększenie szans na rynku pracy. Dla zwiększenia wiarygodności, ambasador powinien być również osobą młodą, która była sama wcześniej uczestnikiem projektu o podobnym zakresie. Osoba taka powinna być jednocześnie lokalnym liderem, który potrafi rozmawiać z osobami młodymi i cieszy się ich uznaniem.

- młodzi ambasadorzy w ramach swoich działań powinni zachęcać osoby z grupy NEET do „otworzenia się na świat”, poprzez podejmowanie kontaktów z innymi osobami z najbliższego otoczenia, wymienianie się doświadczeniami, wzajemne motywowanie się uczestników np. w ramach spotkań w ośrodkach kultury. Aby było to możliwe do zrealizowania, należałoby skorzystać najpierw z tradycyjnej formy kontaktu jaką są ogłoszenia w radiu, ulotki, banery oraz plakaty, które poinformują o spotkaniu informacyjnym w danym miejscu;
- zaangażowanie beneficjentów w kontakty z mediami m.in. poprzez prowadzenie kampanii informacyjnych w Internecie, w tym mediach społecznościowych (Facebook, You Tube, Instagram, Snapchat – np. kilku sekundowe spoty reklamowe, webinaria, krótkie nagrania osób, które ukończyły udział w projekcie, stworzenie zabawnych i przyciągających uwagę spotów radiowych);
- wykorzystanie historii sukcesu osób młodych, którym udało się „wyjść” z kategorii NEET do pełnienia roli rzeczników wsparcia dla młodych – np. poprzez uruchomienie kontaktów z osobami, które zakończyły udział w projekcie i zaoferowanie im wystąpienia przed niewielką grupą osób (przedstawienie jak zmieniło się życie po projekcie np. w formie krótkich filmów w mediach społecznościowych, You Tube)⁴;
- wykorzystanie mediów społecznościowych, np. stworzenie przy udziale serwisu Facebook wydarzenia w okolicy i zaproszenie na nie osób w konkretnym przedziale wiekowym (15-25 lub 25-29 lat), dodatkowo w ramach aplikacji Messenger można stworzyć profile ambasadorów młodzieżowych, którzy w krótkim czasie odpowiedzą na zapytania młodych osób zainteresowanych otrzymaniem wsparcia;
- aktywne działania w miejscach, w których gromadzi się młodzież (kluby sportowe, siłownie, baseny, pub-y, dyskoteki, galerie handlowe, ale również zakłady poprawcze, placówki dla bezdomnych, ośrodki terapii uzależnień, domy samotnej matki) oraz w miejscach, gdzie gromadzą się rodzice osób młodych (urzędy, ośrodki zdrowia, instytucje kultury, ośrodki pomocy społecznej, centra handlowe);
- podjęcie współpracy ze znanymi osobami, np. popularnymi youtuberami, vlogerami (w celu zwiększenia zainteresowanie wśród NEET i mediów) Dodatkowo w ramach tej metody można rozszerzyć ją o promocję przedsiębiorczości w ramach zajęć prowadzonych w szkołach poprzez organizowanie spotkań z osobami, które uruchomiły własny biznes;

⁴ NASK Instytut Badawczy, *Nastolatki 3.0*, Instytutu Badań Strukturalnych, Warszawa 2017

- współpraca ze szkołami (w szczególności ponadpodstawowymi) w celu identyfikacji osób młodych zagrożonych wykluczeniem (niskie wyniki edukacyjne, absencja), nawiązanie współpracy ze szkołami poprzez organizację spotkań z doradcą zawodowym zatrudnionym u beneficjenta; zwiększenie pomocy w szkołach w zakresie wczesnego doradztwa oraz określenia przyszłej ścieżki zawodowej (wskazanie kierunku rozwoju ścieżki zawodowej), organizowanie sesji informacyjnych dla młodzieży, jak również dostarczenie informacji o możliwościach kierowania ich przyszłej kariery na rynku pracy;
- Spotkania z potencjalnymi uczestnikami w miejscu zamieszkania lub najczęstszego przebywania (zwłaszcza w przypadku osób z niepełnosprawnościami),
- Uruchomienie mobilnych punktów informacyjnych (np. w formie busów), w których przedstawiciele beneficjenta i doradcy zawodowi mogą dotrzeć do osób z małych miejscowości i obszarów wiejskich lub organizacja punktów stacjonarnych w postaci wyznaczonych dyżurów przedstawicieli beneficjenta w wybranych miejscach (np. urzędy gminy)⁵,
- Podjęcie bezpośredniej współpracy z podmiotami takimi jak: organizacje pozarządowe zrzeszające osoby młode, OHP, OPS, PCPR, poradnie psychologiczno-pedagogiczne, organizacje harcerskie, zgromadzenia działające przy kościołach, parafiach i związkach wyznaniowych, organizacje charytatywne, w tym PCK, banki żywności, fundacje i inne organizacje zajmujące się wsparciem osób z niepełnosprawnościami w celu:
 - identyfikacji osób, które mogą potrzebować wsparcia
 - promowania oferty przewidzianej w projekcie
 - wspólnej realizacji działań na rzecz osób młodych (finansowanej z różnych źródeł)

W tym kontekście przydatne mogą okazać się informacje zawarte na poniższych stronach internetowych:

- lista organizacji pożytku publicznego

<https://www.niw.gov.pl/opp/wykaz-opp/>

- lista przedsiębiorstw społecznych

<http://www.bazaps.ekonomiaspoleczna.gov.pl/>

⁵ *Nie uczą się i nie pracują. Czy stanowią wyzwanie dla polityki publicznej?, Mateusz Smoter, IBS Policy Paper 03/2019*

- banki żywności

<https://bankizywnosci.pl/kontakt/banki-zywnosci/>

- lista projektów realizowanych w Działaniu 1.4 PO WER *Młodzież solidarna w działaniu*

<https://efs.mrpips.gov.pl/dowiedz-sie-wiecej/poznaj-projekty/lista-beneficjentow#Dzia%C5%82anie%201.4>

Dodatkowo, w zależności od województwa, w którym jest realizowany projekt, możliwe jest skorzystanie z wyszukiwarki projektów realizowanych w danym regionalnym programie operacyjnym w ramach priorytetu 9i, które są skierowane do osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, np. <http://rpo.dolnyslask.pl/o-projekcie/poznaj-projekty/>. Może to ułatwić identyfikację podmiotów, które udzielają lub wcześniej udzielały wsparcia osobom młodym zagrożonym wykluczeniem społecznym.

Zachęcamy jednocześnie do wykorzystania wspomnianych wcześniej rekomendacji opracowanych w ramach Działania 2.4 PO WER, które są dostępne pod:

<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/Strony/Wiadomosci/Rekomendacje-dla-instytucji-ryнку-pracy-dotyczace-wspierania-młodzieży-na-ryнку-pracy>

Zalecenia ogólne dla beneficjentów:

W trakcie podejmowania działań wobec osób młodych, warto pamiętać o podstawowych zasadach, które mogą przyczynić się do łatwiejszej identyfikacji osób wymagających wsparcia oraz ich potrzeb. Żeby można było rozpocząć „proces” wsparcia przy użyciu niestandardowych metod, kluczowe jest aby pamiętać o:

- rozpoznaniu potrzeb NEET, ich oczekiwań, ale też barier, które mają wpływ na podejmowanie przez nich decyzji dotyczących życia osobistego czy zawodowego oraz decyzji edukacyjnych. Takie rozpoznanie sytuacji powinno stanowić diagnozę dla ewentualnej interwencji publicznej skierowanej do tej kategorii osób (indywidualne podejście);
- konieczności zmiany języka komunikacji na prosty, nowoczesny i przyjazny młodzieży (powinno się to przejawiać zwłaszcza w uproszczeniu zapisów o możliwości otrzymania wsparcia m.in. na portalach urzędów i beneficjentów. Zamieszczona informacja powinna być prosta oraz nieskomplikowana dla młodego odbiorcy. Komunikat powinien mieć atrakcyjną formę i hasło (np. #zmieńswojeżycie #weźudziałwprojekcie #młodzipower). Warto jednocześnie skonsultować treść danej komunikacji z grupą docelową pod kątem zrozumienia danego komunikatu.

- beneficjenci podczas realizacji wsparcia powinni odpowiednio koordynować pomoc udzielaną danej młodej osoby przez różne podmioty – np. poprzez wyznaczenie jednego opiekuna (mentora) młodej osoby (pozwoli to na uniknięcie zagubienia się w procedurze wsparcia);
- beneficjent powinien podtrzymywać wśród młodych osób zainteresowanie udziałem w projekcie aż do faktycznej poprawy ich sytuacji edukacyjnej lub zawodowej;
- nie należy zmuszać osoby młodej do skorzystania z formy wsparcia, musi być to świadoma decyzja. Osoby młode powinny być traktowane w projekcie w sposób partnerski – powinny współdecydować o zakresie wsparcia i sposobie jego udzielania.
- Wsparcie realizowane w projekcie powinno być na tyle atrakcyjne i „perspektywiczne” dla danej osoby, żeby była ona zainteresowana udziałem w danym projekcie. Aby było to możliwe, projekty aktywizacyjne powinny być realizowane w ścisłej współpracy z pracodawcami lub organizacjami pracodawców.
- warto zastanowić się nad przeszkoleniem pracowników danej instytucji (beneficjenta) ze sposobów komunikacji z młodymi ludźmi. Młodzież uczestnicząca w projektach często skarży się na brak wyrozumiałości czy bezosobowe podejście do uczestników projektów, czy np. zbyt sformalizowanie stosowanego wobec młodzieży języka.
- W procesie rekrutacji warto skorzystać z pomocy psychologa, w szczególności w przypadku rekrutacji młodych osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, narażonych na przemoc, uzależnienie lub inne negatywne zjawiska społeczne.
- Wsparcie skierowane do osób młodych powinno być kompleksowe i zindywidualizowane, np. w przypadku młodych matek w pierwszej kolejności konieczne jest zapewnienie odpowiedniej opieki nad dzieckiem, wsparcie psychologiczne, stabilizacja sytuacji rodzinnej, następnie zapewnienie możliwości skończenia szkoły/ kształcenia, na koniec ew. stażu.