



## 5. DYWERSYFIKACJA KANAŁÓW INFORMACJI, STOSOWANYCH W PROCESIE REKRUTACJI I KOMUNIKACJI, DOSTOSOWANYCH DO ODBIORCÓW

Cel	Podniesienie skuteczności i efektywności wykorzystania kanałów komunikacyjnych w celu dotarcia i utrzymania kontaktu z jak najszerszą grupą odbiorców wśród osób młodych.
Obszar	Obszar 1: Rekomendacje dla Instytucji Rynku Pracy w zakresie sposobu dotarcie do jak najszerszej liczby osób młodych na rynku pracy, w tym z grupy NEET, uwzględniające najefektywniejsze sposoby rekrutacji oraz najskuteczniejsze metody wsparcia aktywizacyjnego.
Uzasadnienie	<p>Instytucje Rynku Pracy zwracają uwagę na nasilający się problem z trafnym dotarciem z ofertą do osób młodych. Z drugiej strony młodzież, generalnie ocenia negatywnie sposób funkcjonowania instytucji rynku pracy. Część osób młodych nie wie czym zajmują się instytucje rynku pracy, jak funkcjonują. Przeprowadzone badania wskazały, że szukając pracy korzystają z Internetu, w tym portali społecznościowych, szukają pracy wykorzystując sieć swoich kontaktów.</p> <p>Analizując sytuację na rynku pracy można postawić hipotezę, że brak inicjatyw zmierzających do wykorzystania nowych trafnych narzędzi komunikacji wpłynie na skuteczność funkcjonowania instytucji rynku pracy.</p> <p>Więcej informacji o problemach z rekrutacją można znaleźć w opracowaniu: Raport tematyczny z dnia 21.12.2015 Badanie efektów wsparcia zrealizowanego na rzecz osób młodych w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, Raport przygotowany przez konsorcjum IBS, IMAPP, IQS dla Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju.</p> <p>Problemy z rekrutacją osób młodych do projektów PO WER wiążą się m.in. z:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dużą formalizacją działań, procedur, dokumentów, języka ze strony instytucji np. konieczność przynoszenia przy każdorazowej rejestracji tych samych świadectw ukończenia szkół oraz świadectw pracy; kolejki które powodują że załatwienie spraw urzędowych jest czasochłonne i kosztochłonne (m.in.koszty dojazdu);</li> <li>2. Nieużywaniem kanałów komunikacyjnych z których głównie korzysta młodzież (np. spot ale społecznościowe w tym Facebook, czat, kontakt emailowy). W województwie podkarpackim na 21 urzędy pracy tylko 2 posiadają profile na Facebooku (PUP Kolbuszowa i PUP Strzyżów), profile posiadają także WUP Rzeszów oraz Podkarpacka Wojewódzka Komenda OHP; konieczność osobistego stawienie się w instytucji aby załatwić szereg spraw, możliwość kontaktów emailowych jest mocno ograniczona i należy do rzadkości.</li> <li>3. Niewielką ilością trafnych inicjatyw wychodzenia na zewnątrz, wyjścia z ofertą bezpośrednio do młodych co powoduje że tylko najbardziej aktywne osoby korzystają z oferowanego wsparcia (efekt creamingu). Pomoc nie dociera do osób najbardziej oddalonych od rynku pracy, zagrożonych wykluczeniem, biernych.</li> </ol> <p>Warto też zapoznać się z sprawdzonymi przykładami wykorzystania Internetu w pośrednictwie pracy i budowie kariery:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Tweetmyjobs.com czyli wyćwierkaj swoją pracę</li> <li>— Jobirn.com, czyli najpierw sieć, potem praca</li> <li>— MeTycoon, czyli zagraj w karierę</li> </ul>