

8. DOTARCIE DO NEET-ÓW Z WYŻSZYM WYKSZTAŁCENIEM

<p>Cel</p>	<p>Cel główny: Zwiększenie zakresu współpracy Akademickich Biur Karier oraz Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości z instytucjami rynku pracy w celu zwiększenia świadomości możliwości „pracy na swoim”.</p> <p>Cel szczegółowy: Podniesienie świadomości możliwości pracy na własny rachunek, przez osoby studiujące (będące na ostatnim roku studiów) oraz tych, które ukończyły studia (absolwentów) poprzez działania edukacyjno-informacyjne.</p>
<p>Obszar</p>	<p>1. Rekomendacja 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</p>
<p>Uzasadnienie</p>	<p>Jedną z podstawowych idei dużej części programów wdrażanych w krajach europejskich jest założenie, że z wykluczeniem zawodowym można walczyć, pobudzając osoby do przedsiębiorczości (Polski rynek pracy – wyzwania i kierunki działań na podstawie badań Bilans Kapitału Ludzkiego 2010–2015, (red.) Jarosław Górniak, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa – Kraków 2015). Jak pokazują badania około 40% absolwentów ZSZ (Jelonek M., Szczucka A, Worek B., 2011, Rozwój Kapitału Ludzkiego w Polsce: główne wyzwania, [w:] J. Górniak (red.) Bilans Kapitału Ludzkiego w Polsce, PARP, Warszawa.) oraz ok. 30% studentów rozważa podjęcie takiej działalności, podczas gdy realnie ok. 4% młodych (do 30 r.ż.) jest właścicielem firmy (Jelonek M., Kasperek K., Magierowski M. (2015), Młodzi na rynku pracy: pracownicy, przedsiębiorcy, bezrobotni, PARP, Warszawa). Zwiększenie przez WUP oraz PUP zakresu współpracy z akademickimi biurami karier oraz akademickimi inkubatorami przedsiębiorczości przyczyni się do zwiększenia świadomości możliwości „pracy na swoim”. Podjęcie działań skierowanych do osób kończących edukację, przyczyni się do ograniczenia możliwości wejścia do grupy NEET.</p> <p>Z drugiej strony warto zwrócić uwagę na swoistą „walkę” uczelni wyższych o potencjalnych studentów. Jednym z elementów tej walki jest podkreślanie dobrego przygotowania przez daną uczelnię swoich absolwentów do wymogów rynku pracy. Pracujący absolwent to najlepsza wizytówka i reklama dla uczelni wyższej. W związku z tym uczelnie i działające przy nich Biura Karier oraz AIP są zainteresowane kreowaniem postaw prozatrudnieniowych (pracy na własny rachunek) u swoich studentów, absolwentów czy też klientów (osób z wykształceniem wyższym).</p> <p>Istotny jest też poziom wiedzy na temat wszelkich możliwości wsparcia młodych „przedsiębiorców” w szczególności dotyczy to instytucji rynku pracy, które w tym aspekcie posiadają tylko wybrane instrumenty. W tym kontekście niezbędna jest także, wspomniana w wielu innych rekomendacjach, poprawa wymiany informacji między podmiotami działającymi na rzecz szeroko rozumianej aktywizacji młodych.</p>