

Metodyka pracy z klientami pomocy społecznej będącymi w trudnej sytuacji na rynku pracy

Materiał dydaktyczny

*Metodyka pracy z klientami pozostającymi bez pracy**

OSOBY POZOSTAJĄCE BEZ PRACY	
Typowe problemy bez pracy związane z funkcjonowaniem na rynku pracy	<ul style="list-style-type: none">- zdezaktualizowanie kwalifikacje, niski poziom wykształcenia lub wykształcenie nieadekwatne do potrzeb rynku pracy,- trudności w ponownej integracji zawodowej,- niski poziom motywacji do zmiany sytuacji życiowej,- brak skłonności do podejmowania elastycznych form zatrudnienia,- poczucie alienacji,- niskie kompetencje społeczne i interpersonalne spowodowane długością okresu pozostawania bez pracy i brakiem kontaktów w środowisku pracy,- brak kompetencji społecznych niezbędnych w poszukiwaniu zatrudnienia ,np. autoprezentacja, komunikacja interpersonalna jako wynik pozostawania w domu i ograniczenia relacji społecznych,- lęk przed uczeniem się nowych umiejętności,- lęk przed podjęciem nowych wyzwań,- zaniżona samoocena,- wykluczenie technologiczne i cyfrowe,- brak doświadczeń zawodowych,- brak umiejętności pełnienia roli pracownika,- niski poziom kreatywności (brak pomysłu na własne życie),- brak środków finansowych na inwestowanie w rozwój zawodowy,- niski poziom aktywności zawodowej,- negatywne postrzeganie przedstawicieli wielu instytucji publicznych i przedsiębiorców,- wyuczona bezradność,- trudności w obiektywnej ocenie własnych możliwości,- niski poziom kreatywności.
Sposoby budowania relacji z klientem, komunikacji, motywowania i towarzyszenia	
<p>Na etapie budowania relacji w pracy z klientem zwróć uwagę na istotne aspekty komunikacji:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Zapewnij klientowi odpowiednie warunki do przeprowadzenia szczerzej, rzeczowej rozmowy na temat przyczyn zaistniałej sytuacji. Rozmowa może być przeprowadzona w domu klienta, jeśli pozwalają na to warunki lub w pomieszczeniu biurowym pozostającym w dyspozycji pracowników socjalnych. Na czas rozmowy w pomieszczeniu powinien znajdować się jedynie pracownik socjalny oraz klient, dobrze jest zabezpieczyć pomieszczenie przed wizytami innych osób, uprzedzając, że będzie ono do Twojej dyspozycji na konkretnie wskazany czas (np. godzinę).2. Zadbaj o stworzenie klimatu zaufania, prezentuj postawę otwartości wobec klienta, postaraj się odrzucić stereotypy i uprzedzenia (lepiej poznanie problemów jakie ma klient pozwoli Ci zrozumieć i zaakceptować motyw, jakimi kieruje się klient postępując często nieracjonalnie).3. Zapewnij klienta o zachowaniu poufności, przekazując komunikat, że problemy poruszane w trakcie rozmowy zostają wyłącznie do Twojej wiadomości i będą przedmiotem dalszych działań po uzyskaniu aprobaty klienta. Jeśli w trakcie rozmowy okaże się, że pewien obszar problemowy klienta powinien zostać przedstawiony innym osobom np. kierownikowi OPS lub innym specjalistom, uprzedź o tym klienta, wyjaśniając czemu to będzie służyć i uzyskać zgodę na przekazanie tych informacji.4. Prowadź rozmowę prostym, zrozumiałym dla klienta językiem. Jeśli używasz pojęć obco brzmiących wytłumacz klientowi ich znaczenie oraz upewnij się czy zostały właściwie zrozumiane.5. Wykorzystaj narzędzia skutecznej komunikacji (aktywne słuchanie, wykorzystanie parafrazy, odzwierciedlanie, używanie pytań otwartych, używanie pytań stymulujących - zachęcających do rozwinięcia	

wątku).

6. Utrzymuj kontrolę nad przebiegiem i kierunkiem rozmowy za pomocą odpowiedniej struktury pytań, krótkich podsumowań i obserwacji zachowania się klienta.
7. Stosuj komunikaty dające klientowi szacunek oraz poczucie sprawczości i jednocześnie budujące Twój autorytet w oczach klienta („*chcę aby pan..*”; „*pozostaje panu podjęcie decyzji*”; „*mam taką propozycję...*”; „*czy pani się zgadza?*”; „*oczekuję, aby pan..*”; „*będę panią w tym wspierać*”, „*jak pani ocenia tę sytuację?*”),
8. Unikaj komunikatów oceniających, wartościujących klienta za jego raniące lub destrukcyjne zachowania (źródło takich zachowań tkwi w jego ograniczonych możliwościach nauczania się lepszych sposobów reagowania); Nie wini klienta za to, że komunikuje się z Tobą tylko tak, jak został nauczony.
9. Wyjaśnij klientowi pełnione przez Ciebie role w procesie pomagania (rola „pomagacza” i rola osoby mającej wpływ na pomoc finansową).
10. Wysłuchaj i precyzuj oczekiwania klienta, dopytuj o wszelkie niejasności zauważone w rozmowie z klientem, zachęcaj klienta do aktywności w rozmowie.
11. Przedstaw klientowi procedury związane z jego obecnością w Ośrodku, wyjaśnij etapy postępowania, pokaż klientowi druk wywiadu środowiskowego – wyjaśnij potrzebę przeprowadzenia wywiadu środowiskowego, poinformuj o istotnych etapach współpracy (diagnoza sytuacji, kontrakt socjalny, konieczność współdziałania);

W pracy z klientem wykorzystaj następujące pozytywne wzorce sprzyjające **motywowaniu klienta** do działań:

1. Wskazuj klientowi zauważone zasoby, angażuj klienta w rozmowę o możliwości ich dalszego wykorzystania,
2. Wzbudzaj pozytywne oczekiwania (np.: ukazując klientowi rozwiązania alternatywne, niewykorzystane dotychczas możliwości). Nie obiecuj klientowi niczego, co wykracza poza Twoje kompetencje służbowe oraz możliwości organizacyjne i finansowe jednostki OPS.
3. Pozwól klientowi na samodzielne formułowanie oczekiwań, planów na przyszłość, zamierzeń itp.
4. Bazuj na pomysłach klienta. Dopytuj się o jego punkt widzenia (np. używając pytań: „*co chce Pan zmienić w swoim życiu zawodowym?*”, „*nad jakim problemem chce Pani teraz pracować?*”, „*co najbardziej Panu przeszkadza w obecnej sytuacji zawodowej?*”, „*jakie Pani ma pomysły na rozwiązanie tego problemu?*”).
5. Pomóż klientowi podczas rozmowy ukierunkować uwagę na przyszłość. Zadawaj pytania pozwalające skoncentrować się na celu (np.: *czego pani chce?, czego pani potrzebuje, żeby to osiągnąć?, skąd będzie pan wiedział, że to już ma?*).
6. Pomóż klientowi w rzetelnej ocenie jego własnych zasobów, możliwości i ograniczeń (bazuj na zasobach klienta – podkreślaj je).
7. Zminimalizuj znaczenie ograniczeń w świadomości klienta (np.: *w chwili obecnej nie może Pan/i zostać głównym księgowym, co nie znaczy, że nie może Pan/i w ogóle być księgowym po uzyskaniu odpowiednich kwalifikacji zawodowych*).
8. Zminimalizuj znaczenie ograniczających przekonań klienta, takich jak np.: „*wszyscy pracodawcy są nieuczciwi*”, „*za każdym razem pytają się o wiek*”, „*wszędzie już pytałem i nigdzie nie ma pracy*”). Domagaj się konkretnych przykładów, konfrontuj klienta z faktami, dopytuj się, czy klient naprawdę wierzy w to, że.. *wszyscy pracodawcy są nieuczciwi?*, odwołuj się do pozytywnych doświadczeń klienta.
9. Przekaż klientowi informacje o negatywnym wpływie stereotypów na motywację do działania (obawa przed kontaktem z pracodawcą, obawa przed porażką, brak energii do działania, niechęć do poszukiwania nowych rozwiązań). Stosuj pozytywne przeformułowanie stereotypów („*są pracodawcy nieuczciwi, ale są także porządni szefowie*”).
10. Ukazuj zapotrzebowanie rynku pracy na pracowników o każdym poziomie wykształcenia i kwalifikacji („*są pracodawcy, którzy nie przyjmą pana do pracy z takimi kwalifikacjami, ale są też tacy, którym te kwalifikacje lub umiejętności wystarczą*”).
11. Stosuj wzmocnienia dla cech i zachowań, z istnienia których klient nie zdaje sobie sprawy lub nie docenia ich w danym momencie, (np.: „*jest Pan zdrowy, sprawny, zdolny, zachowuje się Pan/i odpowiedzialnie, rozważnie i konsekwentnie*”, „*dotychczas doskonale wykonywała Pani obowiązki domowe, ma Pani w tym duże doświadczenie*”).
12. Wykorzystaj przykłady działań klientów, którym udało się osiągnąć zamierzone cele (bez wskazywania personaliów tych osób).

Towarzysząc klientowi w realizacji zadań wykorzystuj wzorce zwiększające skuteczność współpracy i wzajemne zrozumienie:

1. Pracując z klientem, słuchając jego problemu koncentruj uwagę klienta na celu, czyli stanie, jakiego pożąda klient (Cele powinny spełniać zasady SMART i jednocześnie powinny być zapisane na karcie kontraktu lub porozumienia).
2. Dostosowuj ustalenia, zadania do „tempa” klienta, indywidualnych uwarunkowań wynikających z jego sytuacji zawodowej, rodzinnej;
3. Ukazuj klientowi pozytywne skutki podjętych przez niego w chwili obecnej działań i pomagaj uwidocznić

- klientowi pozytywne skutki jego działań w dalszej przyszłości (np.: *kiedy już będzie Pani miała pracę, to gdzie wybierze się Pani na urlop?*).
4. Zachęcaj klienta do realizacji ustalonych działań. Nalegaj aby klient nie odkładał w czasie zaplanowanych działań, jak najszybciej je urzeczywistniał i doświadczał swojej sprawczości.
 5. Nie unikaj poruszania w rozmowie z klientem trudnych tematów (np.: dotyczących zniechęcenia klienta, braku działań),
 6. Na każdym z etapów współpracy dawaj klientowi możliwość wyrażenia własnego punktu widzenia, wpływu na przebieg współpracy.
 7. Odwołuj się do wspólnych ustaleń (przypominaj o zapisach zawartych w kontrakcie lub porozumieniu),
 8. Powstrzymaj się od oceny, odstęp od krytyki klienta za niewykonane zadania (ustal faktyczne przyczyny niewykonania zadania, przedstaw lub wypracuj z klientem nowe rozwiązania).
 9. Dziel się z klientem swoim entuzjazmem.

Sposób postępowania pracownika socjalnego i rola klienta oraz zakres ich współpracy

Etap pracy z klientem	ZAGADNIENIA SZCZEGÓŁOWE WSPÓŁPRACY
DIAGNOZA	<p>Diagnostując sytuację klienta pozostającego bez pracy zwróć uwagę na obszary funkcjonowania ujęte systemowo, jednak szczególnie istotne z punktu widzenia sytuacji zawodowej. Poddaj analizie 4 obszary funkcjonowania klienta:</p> <p>Obszar działań / aktywności klienta</p> <ul style="list-style-type: none"> • sytuacja klienta na rynku pracy (długość pozostawania bez pracy, sytuacja finansowa, obecna aktywność zarobkowa, aktywność <i>quazi</i> – zawodowa, źródła utrzymania, sytuacja zdrowotna - zdrowotne przeciwwskazania do pracy, wskazane przez klienta bariery natury prawnej, finansowej lub rodzinnej); • dotychczasowa organizacja działań klienta na rynku pracy (w jaki sposób klient dotychczas poszukiwał pracy?) – pomocny kwestionariusz: „aktywność na rynku pracy” • dotychczasowy przebieg zatrudnienia (sposób rozwiązywania umów o pracę, częstotliwość zmian pracy, adekwatność wyboru miejsc pracy); • aktywność społeczna; • plany, marzenia, ambicje zawodowe, niezrealizowane zamierzenia klienta. <p>Obszar kompetencji</p> <ul style="list-style-type: none"> • wykształcenie (ukończone i nieukończone szkoły, obecne nauczanie, plany edukacyjne); • kwalifikacje zawodowe (kursy, szkolenia, egzaminy i certyfikaty zawodowe, uprawnienia); • doświadczenie zawodowe (praca w konkretnych branżach, na konkretnych stanowiskach, zakres obowiązków, posiadane referencje); • wiedza i umiejętności nie potwierdzone dokumentami; • zainteresowania, pasje, hobby; • wiedza klienta o aktywnych formach poszukiwania pracy, umiejętność ich wykorzystania; • przygotowanie narzędzi poszukiwania pracy (dokumenty aplikacyjne, planowanie, dokumentowanie działań na rynku pracy); • wiedza z zakresu instytucjonalnych form wsparcia osób poszukujących pracy (wsparcie ofertowe, szkoleniowe i specjalistyczne); • znajomość rynku pracy (wiedza o oczekiwaniach pracodawców, stopie bezrobocia, zasobach lokalnego rynku zatrudnienia); • świadomość celu zawodowego (czy klient ma ustalony cel zawodowy?); • kompetencje z zakresu komunikacji interpersonalnej (autoprezentacja, rozmowa z pracodawcą). <p>Obszar funkcjonowania społecznego</p> <ul style="list-style-type: none"> • relacje rodzinne (wsparcie bliskich w realizacji działań, konflikty utrudniające poszukiwanie pracy, postawy najbliższych osób); • dziedziczone wzorce i postawy (poziom wykształcenia i stosunek do pracy rodziców i innych krewnych); • wpływ środowiska zamieszkania (stosunek otoczenia do osoby pozostającej bez pracy, wpływ sąsiedztwa, charakter dzielnicy, postawy grupy rówieśniczej);

- normy panujące w miejscu zamieszkania (niepisane zwyczaje, lokalne tradycje).

Obszar funkcjonowania psychologicznego

- psychologiczne koszty radzenia sobie klienta w sytuacji braku pracy (stan emocjonalny, problemy tożsamości, brak kontroli nad swoim życiem, kompensacja straty)
- formy kompensowania sobie braku pracy (jakie strategie zaradcze zastosował klient? Czynne – aktywne poszukiwanie pracy, szkolenia; bierne – zajęcia domowe, telewizja, nałogi);
- gotowość klienta do zmiany sytuacji - motywacja (postawa pro-zawodowa klienta, ambicje, marzenia, plany, wyznaczone cele);
- poziom lęku związanego z wyjściem na rynek pracy;
- poczucie własnej skuteczności (w działaniach na rynku pracy);
- kompetencje komunikacyjne klienta (umiejętność komunikowania swoich myśli, informacji, intencji, deklaracji w kontakcie z innymi osobami).

W ocenie zapisanej na druku wywiadu środowiskowego powinieneś zawrzeć następujące elementy:

a/ opis sytuacji zawodowej klienta oraz zauważonych problemów

b/ stosunek do tych problemów :

klienta
jego rodziny,
pracownika socjalnego,

c/ zasoby ważne z punktu widzenia rozwiązywania tych problemów:

klienta
rodziny i środowiska,
instytucjonalne,

d/ ograniczenia i bariery w rozwiązywaniu problemów:

po stronie klienta,
po stronie rodziny i środowiska,
instytucjonalne, pracownika socjalnego,

ad a/ OPIS POSZCZEGÓLNYCH PROBLEMÓW I TRUDNOŚCI

Opis problemów powinien być wynikiem syntezy i analizy informacji zawartych w wywiadzie środowiskowym oraz potrzeb i oczekiwań klienta ustalonych wspólnie z nim w trakcie wywiadu.

ad b/ STOSUNEK DO POSZCZEGÓLNYCH PROBLEMÓW

Na etapie wstępnej oceny twoim zadaniem jest wyrobienie sobie swojego obrazu problemów klienta oraz uzyskanie informacji zwrotnej czy klient dostrzega je jako swoje problemy.

Konieczne jest także uzyskanie informacji o problemach dostrzeganych przez klienta.

Ustalenie zbioru problemów będących podstawą do określania celów i działań na etapie negocjowania zapisów kontraktu powinno być wynikiem negocjacji i porozumienia między tobą a klientem.

ad c i d/ ZASOBY / MOŻLIWOŚCI - wszystko, co sprzyja i ułatwia rozwiązywanie problemu

BARIERY / OGRANICZENIA – wszystko, co przeszkadza, opóźnia, uniemożliwia

rozwiązywanie problemu

Badając zasoby klienta możesz wykorzystać metodę analityczną **SWOT** lub kwestionariusz: **ocena sytuacji zawodowej – podsumowanie**. Analiza zasobów i barier zawarta w ocenie/diagnozie powinna zostać uzupełniona o punkt widzenia klienta - na etapie negocjowania z klientem zapisów kontraktu.

O czym powinnaś / powinieneś pamiętać podczas diagnozy?

- Ocena / diagnoza jest zawsze tymczasowa i musi być gotowa do aktualizacji czy uzupełnienia. W toku projektowania działań musisz tę diagnozę-ocenę modyfikować i uaktualniać.
- Uczestnictwo klienta w diagnozie oznacza, że ma on prawo do oceny swojego życia ze swojego punktu widzenia. Osobista ocena klienta swoich trudności jest najwartościowszym fragmentem oceny sytuacji niezależnie od poziomu umysłowego klienta i rodzaju dysfunkcji.

	<ul style="list-style-type: none"> - Uzyskiwany subiektywny obraz sytuacji klienta jest poddawany ocenie w powiązaniu z pojawiającymi się faktami, zdarzeniami, dokumentami w celu wywołania u klienta zmiany widzenia swoich trudności. - Dokonujesz interpretacji zdobytych informacji, wyciągasz wnioski odpowiednio do uzyskiwanego rozumienia faktów i swoich kontaktów z klientem, rodziną. Dokonując oceny, uwzględniasz wszystkie informacje, które następnie interpretujesz uzyskując w ten sposób obraz sytuacji. Wykorzystujesz przy tym swoją wiedzę, umiejętności, system wartości, doświadczenia zawodowe, osobiste. Na ocenę klienta mogą mieć znaczący wpływ Twoje nastawienia i stereotypy, na co należy zwracać uwagę dążąc do obiektywizacji, superwizji swojego obrazu.
<p>OPRACOWANIE PLANU DZIAŁANIA I BUDOWANIA INDYWIDUALNEGO PAKIETU USŁUG</p>	<p>Określanie celów w pracy z klientem pozostającym bez pracy</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sposób budowania celów powinien być odpowiedzią na zdiagnozowane przyczyny konkretnej sytuacji klienta. Cele formułuj w sposób zrozumiały dla klienta. Ich realizację określ w czasie – wskaż termin końcowy osiągnięcia konkretnych rezultatów, wskaż co powinno być rezultatem działania. <p>przykładowy cel główny Podniesienie kompetencji społecznych i zawodowych klienta cele szczegółowe i przewidywane efekty:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. sprecyzowane celów rozwoju zawodowego 2. nabycie przez klienta kompetencji społecznych przydatnych w poszukiwaniu pracy 3. uzyskanie przez klienta informacji o możliwościach wykorzystania aktywnych metod poszukiwania pracy 4. zniwelowanie braków w zakresie doświadczenia zawodowego <p>efekty:</p> <ul style="list-style-type: none"> - klient posiada cel zawodowy precyzyjnie określony zgodnie z zasadą SMART, klient ma określoną ścieżkę aktywizacji zawodowej, klient wie jakie działania może kolejno realizować. - klient ma świadomość swoich zasobów, wie jak radzić sobie ze stresem, potrafi planować działania na rynku pracy, wie jak ustalić plan obowiązków domowych po podjęciu pracy. - klient zna aktywne metody poszukiwania pracy i potrafi je skutecznie wykorzystać. - klient posiada udokumentowany przebieg pracy i zakres wykonywanych obowiązków. <p>Opracowany przez Ciebie plan działań powinien obejmować:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wspólne z klientem ułożenie według hierarchii ważności wszystkich problemów opisanych i nazwanych w ocenie / diagnozie. Ustalając hierarchię ważności musisz mieć na uwadze: <ul style="list-style-type: none"> - problemy, których rozwiązanie niezbędne jest w pierwszej kolejności i może uniemożliwiać skuteczne rozwiązanie innych problemów, - problemy realnie możliwe do rozwiązania. 2. Sformułowanie celów w odniesieniu do zdiagnozowanych i wybranych problemów oraz sformułowanie przewidywanych rezultatów. Na tym etapie możesz wykorzystać narzędzie pomocne w ustalaniu celów zawodowych klienta według zasad SMART. 3. Określenie i podział poszczególnych zadań prowadzących do osiągnięcia celu pomiędzy strony współdziałania: Ciebie, klienta, innych specjalistów lub inne podmioty mogące wesprzeć klienta. Aby lepiej wyjaśnić klientowi proces wychodzenia z sytuacji bezrobocia i osiągania celów możesz wykorzystać narzędzie pomocne w graficznej prezentacji: „diagram poszukiwania pracy”. 4. Wspólne ustalenie terminów wykonania i oceny poszczególnych działań/zadań, 5. Wspólne ustalenie sposobów komunikowania się w trakcie realizacji zadań, <ul style="list-style-type: none"> - Planowanie zmian nie może odbyć się bez udziału klienta i dlatego każdy krok musi być powiązany z jego osobistą gotowością do zmian i jego rozumieniem sytuacji. Oznacza to, że zawsze staraj się w pierwszej kolejności dokładnie poznać obraz sytuacji nakreślony przez klienta. - Indywidualny plan działania z klientem powinien mieć formę pisemną. Zaleca się aby był to kontrakt socjalny zawarty pomiędzy Tobą a klientem. - Uwzględniaj w planie nie tylko uzgodnione wspólnie z klientem kierunki działań, ale także

ewentualny powrót do rozmowy o problemach z którymi klient się nie identyfikuje.

- Tworząc długofalowy plan pomocy sięgaj po pomoc specjalistów, np.: 1) możesz zaprosić do współpracy przy planowaniu działań w ramach doradcę zawodowego, który może być także pomocny w określeniu potencjału zawodowego, preferencji zawodowych klienta oraz uszczegółowieniu celu zawodowego; 2) w przypadku wątpliwości co do ograniczeń w zatrudnieniu wynikających ze stanu zdrowia klienta możesz skorzystać ze wsparcia psychologa lub lekarzy specjalistów.

Budowanie pakietu usług na rzecz klienta

Usługi pomocy i integracji społecznej to wszystkie formy pomocy i wsparcia klienta, które nie są związane z pomocą finansową zaś skorzystanie z nich może mieć wpływ na poprawę sytuacji naszego klienta

Dobór usług zawartych wymaga uczestnictwa i akceptacji klienta.

Podczas doboru usług wykorzystaj aktualną wiedzę o faktycznych potrzebach klienta i możliwościach zastosowania dostępnych instrumentów w ramach Twojej jednostki w celu optymalizacji pakietu usług dla konkretnej osoby. Proponując usługi uwzględnij także zasoby lokalne innych instytucji, w tym spoza obszaru pomocy społecznej.

Usługi z pakietu dobieraj tak, aby pomagały w realizacji ustalonych celów.

Usługi które możesz zaproponować klientowi w ramach pakietu usług to:

- poradnictwo specjalistyczne (socjalne, psychologiczne, zawodowe, prawne),
- informacje na temat wsparcia instytucji rynku pracy (Informator),
- udział w wolontariacie lub innej dostępnej aktywnej formie aktywizacji w ramach treningu pracy.

Ponadto:

- Trener pracy
- Akompaniator / Metoda towarzyszenia
- Zapewnienie opieki nad osobami zależnymi
- Asystent osoby niepełnosprawnej,
- Asystent rodziny,
- Trening budżetowy,
- Trening kompetencji społecznych,
- Zespół Interdyscyplinarny z udziałem klienta,
- Uczestnictwo w grupie wsparcia lub samopomocowej,
- Zapewnienie uczestnictwa w szkoleniu, mającym na celu podnoszenie lub zdobywanie kwalifikacji zawodowych,
- Klub Integracji Społecznej

Usługi dostępne na rynku pracy m.in. dzięki wsparciu instytucji rynku pracy to:

- Poradnictwo i doradztwo zawodowe,
- Doradztwo edukacyjne,
- Pośrednictwo pracy,
- Udostępnianie ofert pracy,
- Pośrednictwo pracy zagraniczne,
- Pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy / Klub pracy,
- Pomoc w dotarciu do pracodawców,
- Informacja zawodowa,
- Organizacja szkoleń,
- Informacja o szkoleniach i projektach na rzecz poszukujących zatrudnienia,
- Kształcenie ogólne i zdobycie kwalifikacji zawodowych,
- Aktywizacja zawodowa,
- Job coaching;
- oraz usługi z obszaru zdrowia:
- Edukacja zdrowotna,
- Terapia psychologiczna dla uzależnionych, programy korekcyjno edukacyjne,
- Turnusy rehabilitacyjne.

	<p>Przykładowy sposób wykorzystania pakietu w odniesieniu do celów szczegółowych:</p> <p>Cele:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. sprecyzowane celów rozwoju zawodowego; 2. nabycie przez klienta kompetencji społecznych przydatnych w poszukiwaniu pracy; 3. uzyskanie przez klienta informacji o możliwościach wykorzystania aktywnych metod poszukiwania pracy; 4. zniwelowanie braków w zakresie doświadczenia zawodowego; <p>Usługi pakietu:</p> <p>ad. 1 i 3 skorzystanie ze wsparcia doradcy zawodowego (PUP, WUP lub OHP), doradztwo indywidualne w zakresie określenia potencjału zawodowego klienta i opracowania Indywidualnego Planu Działań, uzyskanie wskazówek (opinii) związanych z dalszą aktywizacją zawodową klienta (preferencje zawodowe, zasoby do wykorzystania). Uczestnictwo klienta w klubie pracy lub indywidualnym poradnictwie z zakresu aktywnych metod poszukiwania pracy;</p> <p>ad. 2 uczestnictwo klienta w indywidualnym poradnictwie psychologicznym lub grupowym (trening umiejętności społecznych);</p> <p>ad. 4 uczestnictwo klienta w wolontariacie lub innej formie aktywizacji (staże, przygotowanie zawodowe dorosłych)</p>
<p>REALIZACJA PLANU DZIAŁANIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Istotą skutecznego procesu pracy z osobami pozostającymi bez pracy jest, na etapie współdziałania w realizacji planu działania uwzględnienie gotowości klienta do podjęcia jakichkolwiek proponowanych działań. - Realizacja planu działania powinna odbywać się z zaangażowaniem obydwu stron. Ustalone w planie działania czynności powinny być realizowane we wskazanych terminach, zgodnie z ich treścią. Ustal wraz z klientem raz podmiotami działającymi na rzecz klienta by informować się wzajemnie o wszystkich okolicznościach mających wpływ na zakres i termin wykonywanych działań. - W ramach realizacji planu działania stosuj zasadę małych kroków. W praktyce polega to na wyznaczaniu (na przykład w ramach kontraktu socjalnego) łatwych do realizacji, krótkoterminowych celów, ustalaniu krótkich terminów realizacji, rozliczeniu z działań i planowaniu kolejnych. - Ukazuj niewykorzystanych jeszcze przez klienta możliwości. Wskaż instytucjonalne formy wsparcia przy wykorzystaniu <i>Informatora</i> (urzędy zatrudnienia, firmy doboru personalnego, agencje pracy tymczasowej, organizacje pozarządowe, instytucje kościelne, centra informacji, punkty pomocy koleżeńskiej, inkubatory), - Pomóż klientowi w ustaleniu listy potencjalnych pracodawców (w odniesieniu do celu zawodowego). - Wskaż klientowi pomysły na skuteczne dotarcie do pracodawców, np.: poprzez Internet, wykorzystanie sieci znajomości, prasę; wysłanie aplikacji do firm innymi źródłami, - Wskaż klientowi możliwości planowania działań na rynku pracy (ustalenie listy pracodawców, przygotowanie aplikacji do konkretnych firm, zapisywanie działań w kalendarzu, ustalanie terminów, dokumentowanie podjętych działań), - Umożliw klientowi dostęp do telefonu, komputera z dostępem do Internetu, drukarki; pomóż w zdobyciu materiałów biurowych, wesprzyj w obsłudze komputera, - Jeśli uznasz to za konieczne - bądź rzecznikiem klienta w kontakcie z instytucjami i pracodawcami.
<p>SYSTEMATYCZNA EWALUACJA DZIAŁAŃ</p>	<p>Zgodnie ze standardami ewaluacji, ocenę stopnia postępów i zmian w zachowaniach klienta, przeprowadzaj w trakcie całego okresu trwania pomocy zgodnie z zaplanowanym (np.: w ramach kontraktu) harmonogramem działań ewaluacyjnych.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozliczaj ustalone i zapisane zadania po zakończeniu każdego z etapów pracy z klientem (np.: uzyskanie od doradcy zawodowego za pośrednictwem klienta opinii doradczej określającej potencjał zawodowy klienta) - Ukazuj osiągnięte rezultaty w kontekście sukcesów. Ukazując klientowi kolejne zrealizowane etapy możesz wykorzystać diagram poszukiwania pracy

	<ul style="list-style-type: none"> – Wskazuj klientowi proces zmiany, podkreślaj rolę klienta w osiągnięciu celów, wskazuj dobre praktyki realizowane przez klienta (zestaw osiągnięte rezultaty z planowanymi efektami). – Oceny cząstkowe dokonywane powinny być na podstawie informacji uzyskanych z monitoringu, tzn. analizy ankiet, testów, wywiadów przeprowadzanych przez poszczególne osoby pracujące z klientem. Możesz ponownie wykorzystać kwestionariusz: aktywność na rynku pracy, aby dowiedzieć się jak w chwili obecnej klient realizuje swoje działania na rynku pracy. – Ważne jest aby dokonać tzw. ocenę wyjściową, tu można podjąć współpracę ze specjalistą w zakresie przeprowadzenia testów. – Bądź systematycznie w kontakcie z poszczególnymi specjalistami w celu wymiany informacji o postępach klienta.
<p style="text-align: center;">OCENA KOŃCOWA / EWALUA CJA</p>	<p>W przypadku, gdy zaplanowane działania zostały zrealizowane poinformuj klienta o zakończeniu interwencji socjalnej lub zaproponuj nowe kierunki działań w zależności od potrzeb klienta.</p> <ul style="list-style-type: none"> – rozliczaj ustalone i zapisane zadania po zakończeniu każdego z etapów pracy z klientem (odpowiednim do tego narzędziem jest kontrakt socjalny) – ukazuj osiągnięte rezultaty w kontekście sukcesów, – Ukaz klientowi proces zmiany, osiągnięte efekty, podkreśl rolę klienta w osiągnięciu celów, wskazanie dobrych praktyk realizowanych przez klienta, powstrzymanie się od oceny, odstąpienie od krytyki klienta za niewykonane zadania (ustalenie faktycznych przyczyn niewykonania zadania, przedstawienie lub wypracowanie z klientem nowych rozwiązań). – Analizując zasoby klienta po realizacji działań możesz ponownie wykorzystać metodę analityczną SWOT lub kwestionariusz: ocena sytuacji zawodowej – podsumowanie oraz porównać aktualną sytuację klienta z sytuacją poprzedzającą proces wsparcia. – Jeśli wspólne działania nie przyniosły oczekiwanych rezultatów, strony obowiązane są dokonać analizy przyczyn nieefektywnego przebiegu współpracy. Powstrzymaj się od oceny, odstęp od krytyki klienta za niewykonane zadania. Ustal faktyczne przyczyny niewykonania zadania, przedstaw lub wypracuj z klientem nowe rozwiązania.
Sposób wykorzystania zasobów środowiska na rzecz osób pozostających bez pracy	
<p>Skuteczna pomoc osobom pozostającym bez pracy polega przede wszystkim na wspomaganiu ich w odzyskiwaniu możliwości pełnienia ról społecznych. To w głównej mierze przeciwdziałanie umacnianiu klienta w społecznej roli bezrobotnego i adaptacji do tej roli, gdyż jest to prosta droga do wykluczenia społecznego, które bardzo często polega na niepodjęciu zwyczajowej i społecznie akceptowanej drogi życiowej. We wsparciu osób bezrobotnych, poza pomocą indywidualną, uwzględnij zatem tzw. wsparcie środowiskowe. W ten sposób możliwe jest przełamywanie izolacji, budowanie sieci kontaktów międzyludzkich i przedmiotowych oraz więzi emocjonalnych.</p> <p>Metoda pracy środowiskowej daje szereg możliwości. Głównym zadaniem będzie budowanie oparcia społecznego oraz kontekstu dla podejmowania przez klienta aktywności społecznej na rzecz lokalnej społeczności.</p> <p>Twoim strategicznym partnerem w realizacji procesu wsparcia klienta w wychodzeniu z roli bezrobotnego jest Powiatowy Urząd Pracy i pozostałe instytucje rynku pracy przewidziane w ustawie „o promocji zatrudnienia (...)” Współpraca z tymi instytucjami została usankcjonowana formalnie. (50 ust. 3 w zw. z art. 50 ust. 2 pkt 2 ustawy o p.z.). Ośrodki Pomocy Społecznej w celu skuteczniejszego rozwiązywania problemów wynikających z bezrobocia mogą podpisać porozumienie z PUP, które powinno przyczynić się do usprawnienia przepływu informacji i efektywniejszego wykorzystania instrumentów pomocowych, jakimi dysponują instytucje rynku pracy, np.: pośrednictwo pracy, doradztwo zawodowe, informacja zawodowa, szkolenia, pożyczki i dotacje na rozpoczęcie działalności gospodarczej, roboty publiczne, prace interwencyjne, prace społecznie użyteczne, czy dofinansowanie kosztów dojazdu czy zakwaterowania. Instytucje związane bezpośrednio z rynkiem pracy nie są jedynym partnerem OPS w kreowaniu możliwości przygotowania klientów do zatrudnienia. Powinniśmy spojrzeć na otaczające nas zasoby instytucjonalne, jak na potencjalną bazę różnego rodzaju instrumentów aktywizacyjnych, gdzie możemy zorganizować staż, wolontariat, skorzystać z konkretnych umiejętności zatrudnionych tam specjalistów, skorzystać z pomieszczeń dla realizacji programu grup samopomocowych itp. Każda praktycznie organizacja może być dla nas partnerem w realizacji celów pracy socjalnej z klientem. Dlatego budując oparcie środowiskowe dokonaj rozpoznania istniejących zasobów instytucjonalnych.</p> <p>Choć nie we wszystkich gminach działają Centra czy Kluby Integracji Społecznej – to tam, gdzie zostały utworzone zapewniają kompleksową ofertę pomocy dla osoby pozostającej bez pracy – od pomocy psychologicznej poprzez trening umiejętności społecznych po naukę przydatnych umiejętności zawodowych.</p> <p>Głównymi działaniami w ramach wsparcia środowiskowego jest:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budowanie lokalnych partnerstw „dla zatrudnienia” co zdecydowanie podnosi skuteczność oddziaływań, 	

dostarczając równocześnie pracownikom socjalnym profesjonalnym narzędzi do realizacji procesu rehabilitacji zawodowej swoich klientów, sytuując ich samych w sieci instytucji działających na rynku pracy.

Zakres współpracy pomiędzy partnerami powinien obejmować:

- wspólne diagnozowanie problemów
 - uzgadnianie sposobów rozwiązywania problemów
 - korzystanie ze wspólnych zasobów
 - uzupełnianie oferty pomocy adresowanej do osób pozostających bez pracy
 - wymiana doświadczeń w zakresie sprawdzonych skutecznych metod pracy z bezrobotnymi
 - wymiana informacji
 - dostosowywanie oferty szkoleniowej na potrzeby pracodawców i zmieniającego się rynku pracy
2. Organizowanie społeczności lokalnej w celu zwiększenia mobilności osób pozostających bez pracy: np. system usług sąsiedzkich, „wzajemnościowych” tzw. banki czasu, pozwalających zorganizować opiekę nad osobami zależnymi, zorganizowanie transportu na dojazdy do pracy czy aktywności wspierające wychodzenie z bezrobocia;
 3. Wspomaganie rozwoju w odniesieniu zarówno do osób pozostających bez pracy, jak też warunków, w jakich te osoby żyją, np. pozyskiwanie pracodawców dla organizacji staży i praktyk zawodowych, robót publicznych czy prac społecznie użytecznych;
 4. Integrowanie członków społeczności lokalnych poprzez organizacje różnego rodzaju wydarzeń czy uroczystości a tym samym budowanie wzajemnego zaufania co mogłoby zaowocować utworzeniem przedsięwzięć gospodarczych, takich jak spółdzielnie socjalne czy działalności gospodarczej w ramach organizacji pozarządowych

Biorąc pod uwagę powyższe aspekty aktywizuj klienta pozostającego bez pracy przy wykorzystaniu zasobów lokalnych poprzez:

- zaproponowanie wsparcia Powiatowego lub Wojewódzkiego Urzędu Pracy, Ochotniczych Hufców Pracy lub organizacji pozarządowych w zakresie poradnictwa i doradztwa zawodowego, skorzystania z aktywnych form wsparcia, uzyskania ofert pracy, uzyskania informacji o możliwości uzyskania legalnego zatrudnienia w kraju i za granicą,
- pomoc w skorzystaniu z bezpłatnych porad prawnych (w ramach stowarzyszeń, poradni uniwersyteckich, rzeczników praw obywatelskich, biur informacji obywatelskich),
- wskazanie dostępu do lekarza orzecznika, lekarza medycyny pracy, laboratorium medycznego (opłacenie niezbędnych badań lekarskich – w tym dopuszczających do pracy),
- pomoc w pisaniu pism do archiwów państwowych celem uzyskania świadectw pracy,
- kontakt z miejscowymi organizacjami i grupami samopomocowymi działającymi na rzecz osób pozostających bez pracy,
- kontakt z organizacjami pracodawców i związkami zawodowymi,
- zaproponowanie uczestnictwa w doradztwie zawodowym, grupowych formach wsparcia, projektach i programach readaptacyjnych (w ramach KIS, CIS,) a także projektach finansowanych z EFS, nakierowanych na powrót do aktywności zawodowej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym
- zaproponowanie uczestnictwa w Treningu Pracy (wolontariat osób bezrobotnych, prace społecznie użyteczne, przygotowanie zawodowe dorosłych, staże, prace interwencyjne, roboty publiczne, warsztaty readaptacyjne, zatrudnienie wspierane),
- wskazanie instytucjonalnych form wsparcia (urzędy zatrudnienia, firmy doboru personalnego, agencje pracy tymczasowej, organizacje pozarządowe, instytucje kościelne, centra informacji, punkty pomocy koleżeńskiej, inkubatory).

* Wzorce zaczerpnięte z materiału opracowanego przez zespół ekspercki w składzie J. Pauli, A. Kłos, T. Musielski, S. Lipke, M. Sosnowski pod tytułem: *Standardy pracy socjalnej osobami pozostającymi bez pracy*, przygotowanego w ramach projektu 1.18 „Tworzenie i rozwijanie standardów usług pomocy i integracji społecznej” współfinansowanego ze środków UE i EFS. Warszawa 2011.