

Podsumowanie badania planów edukacyjnych i zawodowych młodzieży

Ogólna populacja badanych (tj. uczniowie ostatnich roczników szkół ponadpodstawowych w roku szkolnym 2019/2020) wynosiła 1051 osób. W raporcie prezentowane są rozkłady częstości odpowiedzi wszystkich respondentów biorących udział w badaniu: tj. 734 osoby.

Podsumowując charakterystykę grupy poddanej ankietyzacji należy stwierdzić, iż jej obraz jest zróżnicowany. W badaniach udział wzięły 734 osoby kończące edukację w szkołach ponadpodstawowych, w tym: 47 % badanej młodzieży to uczniowie uczęszczający do szkół średnich ogólnokształcących, 44 % uczniowie szkół technicznych i zawodowych oraz 9 % ankietowanych to osoby anonimowe niepodające informacji nt. szkoły.

W przeprowadzonym badaniu znaczna część młodzieży postrzega Łomżę jako dobre miejsce do życia i rozwoju przede wszystkim dla osób starszych, rodzin z dziećmi, mniej zaś jako odpowiednie miejsce dla młodzieży i studentów.

Według ankietowanych osób do życia w Łomży zachęcają przede wszystkim możliwości utrzymywania bliskich interakcji społecznych, m.in.: z przyjaciółmi, znajomymi i rodziną. Jako powód zniechęcający do mieszkania w Łomży uważają m.in.: niską atrakcyjność ofert lokalnego rynku pracy, wysokość zarobków oraz ograniczone możliwości kontynuowania nauki.

Ponad 64 % badanej młodzieży postrzega rodzime miasto, jako złe miejsce do życia dla nich samych, co może wskazywać na znaczące problemy miasta Łomża w obszarach wpływających na poczucie jakości życia młodych ludzi. Znaczna część badanych respondentów skazuje, że w mieście brakuje miejsc do spędzania wolnego czasu, rekreacji, miejsc rozrywki (19%). 15% badanych wskazuje, że życzy sobie, aby w Łomży nastąpił rozwój gospodarczy – chodzi tu głównie o miejsca pracy oraz szanse rozwojowe.

Rozwój gospodarczy miasta jako marzenie młodych osób oraz powody do opuszczenia Łomży tj. niskie zarobki, słaba kondycja lokalnego rynku pracy wskazują na istniejące problemy związane z ekonomicznym i gospodarczym rozwojem miasta.

Zdaniem łomżyńskiej młodzieży aspektami wyróżniającymi miasto na tle innych miast jest przede wszystkim rozpoznawalna w regionie i kraju kampania piwowa „Łomża” oraz walory środowiskowe takie jak: czyste powietrze, rzeka Narew nazywana „polską Amazonką” oraz bulwary.

Przy planowaniu dalszej edukacji i rozwoju zawodowego ankietowani, głównie polegają na wsparciu ze strony rodziny, bliskich oraz przyjaciół. Niemalą rolę w doradztwie dotyczącym planowania dalszej kariery odgrywają: media, w mniejszym stopniu nauczyciele i pracodawcy/potencjalni pracodawcy.

Młodzież wykazuje świadomość w zakresie braków we własnym wykształceniu w szczególności: w poziomie znajomości języków obcych, w zakresie praktycznych umiejętności zawodowych, braki w wiedzy specjalistycznej, ale także braki w efektywnym

poruszaniu się po rynku pracy, umiejętności przygotowania się do rozmowy kwalifikacyjnej oraz w przygotowywaniu dokumentów aplikacyjnych. Prawie 70% badanej młodzieży planuje kontynuować naukę, niezależnie czy planują dodatkowo podjąć pracę czy nie. Samo podjęcie pracy deklaruje jedynie 16,35% badanych, co świadczy o zainteresowaniu młodych mieszkańców Łomży poszerzaniem kompetencji oraz zdobywaniem wyższych kwalifikacji zawodowych/naukowych/językowych.

W pytaniach dotyczących walorów szkoły do której uczęszczają badani respondenci wskazali nauczanie w kierunkach ścisłych, dalej praktyki, staże, warsztaty, aktywności pokazujące jak wykorzystać wiedzę w praktyce, współpraca z przedsiębiorcami, oraz sport. W podziale tych atutów na rodzaj szkoły nasuwa się wniosek, że najmocniejszą stroną Liceów Ogólnokształcących jest nauczanie przedmiotów ścisłych, odwrotnie zaś w Zespołach Szkół, gdzie zdecydowanie najmocniejszą stroną są praktyki, staże, warsztaty, aktywności pokazujące jak wykorzystać wiedzę w praktyce, współpraca z przedsiębiorcami, oraz stypendia i wyjazdy zagraniczne dla uczniów.

Młodzież dość krytycznie podchodzi do sytuacji panującej na lokalnym rynku pracy. Ponad 20% badanych chciałoby mieszkać i pracować w innym regionie niż województwo podlaskie. Najczęściej wskazują na chęć przeprowadzenia się i podjęcia pracy w dużych aglomeracjach tj. Warszawa, Trójmiasto, inne duże miasta w kraju oraz za granicą. Nieco ponad 25% badanych wskazuje Łomżę oraz woj. podlaskie jako miejsce, w którym chcą pracować i mieszkać. Około 30 % ankietowanych wskazuje, że w przypadku problemów ze znalezieniem pracy w kraju byłiby gotowi przeprowadzić się za granicę. Nieco ponad 20 % zdecydowałoby się na podwyższenie kompetencji zawodowych poprzez udział w kursach, szkoleniach itp.

Młodzież uważa, iż w Łomży o posiadaniu dobrej pracy decydują przede wszystkim powiązania rodzinne i znajomości. Ankietowani rozwój swojej dalszej kariery zawodowej wiążą z międzynarodowymi firmami oraz własną działalnością gospodarczą. Około 40% ankietowanych na pytanie czy rozważa prowadzenie własnej działalności gospodarczej odpowiedziało „zdecydowanie tak” lub „raczej tak”. Wg badanych formami, które zachęciłyby ich do zakładania własnej działalności gospodarczej byłoby: posiadanie środków finansowych na ten cel, dobry pomysł na biznes, zmniejszenie podatków oraz dotacje dla przedsiębiorców. Mało atrakcyjne w postrzeganiu młodzieży jest prowadzenie gospodarstwa domowego oraz etat w administracji publicznej. Stwierdzili również, iż są w stanie poświęcić do 30 min. dziennie na dojazd do wymarzonej pracy. Młodzież uważa, że przyszli pracodawcy będą oczekiwać od nich głównie zaangażowania, dyspozycyjności oraz umiejętności praktycznych i wykształcenia.

Badani mimo młodego wieku w większości podejmowali się już pierwszej pracy zarobkowej. Były to głównie prace dorywcze w okresie wakacyjnym.

Najważniejszymi życiowymi aspektami dla łomżyńskiej młodzieży są: rodzina, małżeństwo, dzieci oraz dobrobyt, stabilność finansowa i niezależność ekonomiczna. Wynika to z faktu, iż największym zaufaniem badani darzą własną rodzinę. Ograniczonym zaufaniem darzą przede wszystkim osoby z którymi się uczą oraz nauczycieli. Najmniejszym zaufaniem ankietowana młodzież darzy lokalnych społeczników, parafialnych kapłanów, lokalnych przedsiębiorców oraz pracowników instytucji publicznych.

Ankietowani czas wolny najchętniej spędzają w kinach, pubach, restauracjach oraz na zakupach w galeriach handlowych. Część z nich stawia na aktywność fizyczną oraz uczestnictwo w wydarzeniach sportowych i kulturalnych. Ogólną sytuację dotyczącą czasu wolnego potwierdzają również odpowiedzi na pytanie „jak spędziłeś ostatnie ostatni wolny weekend?” gdzie z odpowiedzi ankietowanych wyszło, iż większość z nich spędziła go w domu, na nauce lub na spotkaniach z przyjaciółmi.