

ZAPŁAĆ I WYGRAJ

W klasyfikacjach chorób pojawiają się już „zaburzenia związane z grami”. A te są projektowane tak, byśmy grali jak najdłużej i wydali jak najwięcej. Zwłaszcza na smartfonie.

KRZYSZTOF STORY

DANE POKAZUJĄ JASNO: SFORMUŁOWANIE „gry komputerowe” powinno zniknąć z naszego słownika. Obraz gracza siedzącego przed ekranem pece-ta lub konsoli jako jedyny obowiązujący jest nieaktualny. Tym bardziej zniknąć powinno bagatelizujące ten biznes słowo „gierki”. Odpowiednią nazwa to „gry cyfrowe” – rynek warty dziś więcej od branży filmowej i muzycznej. Jego wartość w 2020 r. szacuje się na 175 mld dolarów (ok. 1,5 raza więcej niż roczny

budżet Polski). Gry mobilne są warte 86,3 mld dolarów – więcej niż komputerowe i konsolowe razem wzięte.

Eldorado powstało bardzo szybko. W 2020 r., ledwie 13 lat od pierwszego iPhone’a i 11 lat po premierze „Angry Birds”, pierwszej naprawdę kasowej gry smartfonowej, fundacja Dbam o Mój Za-sięg opublikowała wyniki badania „Granie na ekranie. Młodzież w świecie gier cyfrowych”. Przepytano ponad 35 tys. uczniów, głównie szkół podstawowych.

Najczęściej wykorzystywanym do grania urządzeniem okazał się smartfon. „Teraz większość graczy w skali świata to gracze mobilni, jest ok. 3,5 mld smartfonów, ok. 2,5 mld na świecie gra – ma ciągle przy sobie urządzenie do gry” – mówi cytowany w badaniu dyrektor studia gier.

Złów rybę

Polska branża gier nie przeszła jeszcze mobilnej rewolucji w takim stopniu. 84 proc. firm tworzy gry na komputery



stacjonarne. To prosty model biznesowy – klient kupuje grę w wersji pudełkowej lub cyfrowej (do ściągnięcia z platform takich jak Steam), instaluje i cieszy się rozgrywką. Największe i najbardziej znane superprodukcje mają budżety po kilkaset milionów dolarów. „Cyberpunk 2077” kosztował ponad 320 mln dolarów, a „Wiedźmin 3” ok. 80 mln. Ich twórca, CD Projekt, to jedna z największych polskich firm. Jej wartość na warszawskiej giełdzie to obecnie ok. 18 mld zł, a w szczytowym momencie przebiła PKO i Orlen.

Warto jednak zwrócić uwagę na drugie miejsce wśród polskiego gamedevu na giełdzie. To wrocławska firma Ten Square Games, założona w 2011 r. przez twórców Naszej Klasy, obecnie warta 4 mld zł. TSG zarabia wyłącznie na grach mobilnych. Ich najbardziej dochodowa produkcja to smartfonowy symulator łowienia ryb. W ciągu kilku sekund mogą go za darmo ściągnąć na telefon, podobnie jak znakomitą większość gier mobilnych.

Dojź do ściany

Jak zarobić miliony na darmowych grach? Tu obowiązuje zupełnie inny model biznesowy, a u jego podstaw leży utrzymanie uwagi użytkownika, inaczej mówiąc: uzależnienie go.

O tym, jak złożony jest to system, opowiada mi Tomasz. Pracuje jako *game designer*, jego zadaniem jest stworzenie mechaniki gry atrakcyjnej dla użytkowników i przynoszącej zyski.

Tomasz: – Jednym z najważniejszych parametrów gry jest retencja: jaki procent użytkowników wraca po określonym czasie. Retencja d1 – ile osób, które grały wczoraj, zagra dziś, d7 – ile mamy powrotów po tygodniu, d28 – po miesiącu. Oczywiście mierzymy też jakość każdej sesji: kiedy użytkownik gra, co robi w grze, jak długo w niej jest.

Z tej perspektywy gry mobilne funkcjonują w zupełnie innym świecie niż stacjonarne superprodukcje. Ich bezpośrednią konkurencją są raczej aplikacje społecznościowe, walczące o ekrany naszych telefonów. Funkcjonuje już nawet określenie *attention business* – biznes, który zarabia na poświęcaniu mu uwagi. Firmy takie jak Facebook w zamian np. pokazują nam reklamy lub handlują naszymi danymi. Gry też to robią. Po kilku minutach zabawy wyświetla mi się 15-sekundowa reklama. Muszę ją obejrzeć, jeśli chcę grać dalej. Ale w przeciwieństwie do portali społecznościowych, tu reklamy wcale nie są najważniejsze.

– Części użytkowników zupełnie wyłączamy reklamy – mówi Tomek. – To

często zwiększa retencję, użytkownicy chętniej grają, jeśli nic ich nie rozprasza, a to z kolei przekłada się na pieniądze. To oczywiście zależy od konkretnego tytułu, ale reklamy to nie więcej niż dziesięć procent dochodu takiej gry.

Pozostała część gigantycznych przychodów pochodzi z zakupów w samej grze.

– Podstawowy termin to IAP, czyli *in-app purchase*, zakupy wewnątrz aplikacji – tłumaczy Tomek. – W skrócie: gracie za prawdziwe pieniądze kupują pieniądze wirtualne, które rozwijają ich postać, pomogą wbić następny poziom, pozwolą zdobyć lepszą broń.

W ten sposób w symulatorze wędkarstwa, by złowić większą rybę, trzeba mieć odpowiedni spławik, linkę, wędkę, przynętę – system jest rozbudowany.

– Topowe tytuły działają na zasadzie „zapłać, by grać” – mówi Tomek. – Tutaj mamy zasadę „zapłać, by wygrać” (ang. *pay-to-win*). Owszem, gra jest darmowa, ale projektuje się ją tak, by po pewnym czasie użytkownik doszedł do ściany, tzw. paywalla [moment, w którym progres bez płacenia staje się niemożliwy – red.]. Ten czas jest oczywiście obliczony, to może być pół roku, rok regularnej gry. Twój postęp zwalnia do tego stopnia, że nic już nie ugrasz. Chyba że zapłacisz.

→



→ Oczywiście w tym momencie większość graczy się zniechęca i odinstalowuje aplikację. Projektanci gier dobrze o tym wiedzą. Swoich odbiorców dzielą na cztery grupy.

Ci, którzy nigdy nie zapłacą ani złotówki, to freeloaderzy (ang. darmozjady). Każdy projektant wie, że to ok. 95 proc. odbiorców. Grę projektuje dla pozostałych 5 procent.

– Tutaj dzielimy w zależności od wydanej kwoty, slangowo przypisujemy im gatunki wodnych stworzeń – opowiada Tomek. – *Minnnows* (ang. strzebla, mała rybka z rodziny karpiowatych) wydają najmniej, jak mogą. Drugim progiem są delfiny – regularne, ale małe zakupy, i wreszcie *whales*, czyli wieloryby – ci, którzy grają i wydają najwięcej.

Na blogach dla game designerów powtarza się informacja, że wieloryby to ok. 10 proc. wszystkich płacących użytkowników, czyli 0,5 proc. wszystkich graczy. Ale najbardziej uzależnieni potrafią wydać na grę kilkadziesiąt tysięcy dolarów.

Ile zarabia dany tytuł? Szacunkowo można to sprawdzić na stronie sensortower.com. Wpisuję przywołany już symulator wędkarstwa. Miesięcznie – 6 mln dolarów (2 na androidzie i 4 na iPhone'ach).

– Nic dziwnego, że producenci gier coraz częściej inwestują w ten rynek – mówi Marek Szymaniak, dziennikarz portalu *Spider's Web*. – Stworzenie superprodukcji to olbrzymia inwestycja, trwa kilka lat i jest obciążone ogromnym ryzykiem. Wystarczy spojrzeć na losy „Cyberpunka 2077”. Smartfonowy *pay-to-win* może zrobić kilkuosobowy zespół, a zysk w porównaniu do wkładu jest ogromny.

Ognisko w Minecraftie

Pieniądże przeliczyć dużo łatwiej, niż oszacować konsekwencje. Stajemy się coraz bardziej uzależnieni – według badań firmy DScout przeciętny użytkownik dotyka ekranu smartfona 2617 razy i poświęca mu 2,5 godziny każdego dnia. Najnowsza wersja klasyfikacji chorób ICD po raz pierwszy uznaje „zaburzenia związane z grami” (*gaming disorder*) za mające związek z uzależnieniami. W wydawanej przez Amerykańskie Towarzystwo Psychiatryczne klasyfikacji DSM podobna pozycja występuje od kilku lat.

– Kluczowym objawem jest utrata kontroli – mówi Marta Wojtas z Fundacji Da-

Trzy objawy problemu: utrata kontroli, przedkładanie gier nad inne zainteresowania i obowiązki, granie dalej mimo negatywnych konsekwencji.

jemy Dzieciom Siłę, koordynatorka poradni Dziecko w Sieci. – Osoba przestaje panować nad tym czasem, zaczyna gorzej funkcjonować w realnym świecie, rezygnuje z relacji, z dotychczasowych hobby i pasji. Często zatracza różne umiejętności społeczne, a to wtórnie przyciąga przed ekran. Skala problemu nie jest ogromna, z badań wynika, że 12 proc. dzieci ma różne objawy nadużywania ekranów, ale cały zestaw to tylko 1 proc. [te liczby dość dobrze odpowiadają podziałowi płacących w grach mobilnych – red.].

Klasyfikacja ICD-11 podaje trzy objawy *gaming disorder*: utrata kontroli, przedkładanie gier nad inne zainteresowania i codzienne obowiązki, a także granie dalej pomimo negatywnych konsekwencji. Gry są tak uzależniające, bo wypełniają długą listę naszych potrzeb: rozrywki, rywalizacji, przynależności do grupy, informacji zwrotnej. Dają silne emocje, poczucie kontroli, często obsypują nagrodami za wykonanie tej czy innej misji. O tym, co zabierają (poza pieniędzmi), ich producenci raczej nie mówią.

Według Marty Wojtas na negatywne konsekwencje narażone są szczególnie dzieci: – Oczywiście straty są też finansowe, znam przypadek, w którym dziecko wydało 1500 zł na grę z podpiętej do telefonu karty rodzica, ale gorsze są skutki psychologiczne. Dzieci mają jeszcze niedojrzały układ nerwowy, są podatne na silne bodźce w grach. Rodzice często myślą, że skoro ich dwunastoletni syn dobrze funkcjonuje w realnym świecie, to online będzie w stanie się kontrolować. Oczekiwanie, że będzie odkładał telefon, bo tak jest dobrze, jest niespójne z tym, jak wygląda rzeczywistość. Wiele badań potwierdza, że nawet telefon bezczynnie leżący obok może przyciągnąć 30 proc. uwagi młodego człowieka.

Potwierdzają to badania fundacji Dbam o Mój Zasięg: „Jeden na pięciu badanych uczniów nie potrafi skoncentrować się

na jednej czynności z powodu rozproszenia uwagi telefonem komórkowym, odczuwa również niepokój, kiedy nie ma przy sobie smartfona. Prawie co czwarty badany nastolatek stwierdził, że towarzyszy mu poczucie niezadowolenia wówczas, kiedy nie może korzystać ze smartfona tak długo, jak chce”.

Problem nasilił się w trakcie pandemii. – Większość przypadków nadużywania ekranów dotyczy grania – mówi Wojtas. – W 2020 r. mieliśmy ok. trzystu konsultacji z rodzicami i czterystu z dziećmi. To dwu-, a nawet trzykrotny wzrost. Dzieci często zaczynały grać pozostawione bez opieki podczas zdalnej edukacji albo dlatego, że gry były jedyną szansą na spotkanie z rówieśnikami.

W badaniu „Granie na ekranie” jeden z uczniów odpowiedział: „Podczas korony gram więcej, bo to jeden z niewielu sposobów na spotkanie się ze znajomymi, żeby zrobić ognisko w Minecraftie”.

Faktem jest, że najpopularniejsze są wcale nie superprodukcje, tylko gry z silnym komponentem społecznościowym i mechaniką, która umożliwia tworzenie, budowanie świata. Choćby „Minecraft” czy „Fortnite”.

– Na tę społeczną funkcję można patrzeć pozytywnie – mówi Wojtas. – Pamiętajmy tylko, że relacje online są dużo płytsze. Oczywiście gramy razem, ale raczej nikt nie zapyta, jak się czujemy, nie wesprze w trudnej sytuacji.

Wybierz skrzynkę

Gry są projektowane tak, by użytkownik grał jak najdłużej i wydał jak najwięcej. To drugie jest ważniejsze. Priorytet, jak mówi dyrektor studia gier cytowany w badaniu fundacji Dbam o Mój Zasięg, „to niekoniecznie ilość czasu, tylko stopień zaangażowania emocjonalnego – na ile to podstawowa rzecz, wokół której kręci się życie”. By to osiągnąć, często wykorzystuje się luki w prawie.

Tomek, projektant gier: – Oczywiście obowiązuje nas ustawa o grach hazardowych, ale wiele sposobów na monetyzację bierzemy wprost z kasyna.

Najbardziej popularnym są lootboksy – występują w prawie każdej dochodowej grze. To skrzynki, które gracz może kupić i dopiero wtedy dowie się, co jest w środku. Zjawisko przebadła grupa naukowców z KUL: „Spośród graczy deklarujących otwieranie lootboksów w minionym roku aż 27,1 proc. zrobiło to po

raz pierwszy w okresie największych restrykcji”. Ale dużo ważniejszy wniosek jest inny. – Korzystanie z lootboksów może współwystępować z aktywnością hazardową online i offline – mówi dr Bernadeta Lelonek-Kuleta, współautorka badania. – Mechanizmy parahazardowe w grach mogą być bramą do prawdziwego hazardu.

Dodatkowym problemem z lootboksami jest brak skutecznej kontroli wiekowej, co oznacza, że z mechanizmów hazardowych w grach swobodnie korzystają dzieci (a to one najczęściej wybierają smartfon jako urządzenie do gier). Prawo tego nie reguluje.

– To nie jest hazard w myśl ustawy, bo lootboksy mają określoną zawartość – mówi Tomek. – Wiadomo np., że w środku będzie przedmiot z poziomu piętnastego, dwa z poziomu dziesiątego i 50 sztuk jakiegoś surowca. Ale co konkretnie, dowiemy się po otwarciu skrzynki.

Jest jeszcze jedna luka: prawie wszystkie transakcje związane z lootboksami odbywają się za pomocą wirtualnej waluty w grze. Ze względu na brak realnych pieniędzy nie może być to uznane za hazard. Ale wirtualną walutę kupujemy za prawdziwe pieniądze.

Przygody maga

– Każda gra ma co najmniej dwie waluty – wyjaśnia Tomek. – Pierwszą nazywamy miękką. To najczęściej takie podstawowe, plebejskie złoto, monety. Kupujesz za nie atrybuty, ulepszasz postać. Zrobimy przykładową grę RPG, „Wizard Adventures”. Wcielasz się w postać maga, chodzisz po świecie i coś tam czarujesz. Za miękką walutę mógłbyś ulepszyć czary ognia o jeden procent obrażeń. Albo o jeden procent długości trwania. I tak w nieskończoność. Miękkiej waluty masz po jakimś czasie tyle, że przestajesz na nią patrzeć.

Inną rolę ma druga, twarda waluta: – W naszej grze to będą np. magiczne runy. Dostajesz ją w wyjątkowych okazjach: awans na nowy poziom, pokonanie bossa. Oczywiście możesz ją też kupić za monety z gry. Do wielu gier są poradniki, jak zebrać jej jak najwięcej bez płacenia, to pozwala przesuwać paywalla. Nasz mag mógłby się nauczyć zupełnie nowego zaklęcia albo zamiast dwunastu godzin czekać na nową misję, czekać tylko dwie.

Gry dają silne emocje,
poczucie przynależności,
rozrywki, rywalizacji,
obsypują nagrodami.

O tym, co zabierają,
producenci nie mówią.

Ale większość popularnych gier ma jeszcze trzecią walutę: – To waluta premium. Magiczne talizmany. W grze praktycznie nie do zdobycia, chyba że podczas specjalnych eventów. Za nią kupujesz rzeczy, które nie mają żadnego wpływu na rozgrywkę. Nową, inaczej wyglądającą różdżkę albo świecący kapelusz. Wszystko, co pozwala ci pokazać w grze swój własny styl. Najpopularniejsze gry polegają właśnie na niej. W „Fortnite” zasady są równe dla wszystkich, nie ma tak, że jak zapłacisz, to jesteś silniejszy. Ludzie chętniej w to grają, bo czują, że gra jest sprawiedliwa i wydają kasę, by być w niej „sobą”.

Rozwój wielu gier jest podporządkowany monetyzacji. Nowe zaklęcia, różdżki i szaty dla naszego maga są dodawane głównie po to, by je sprzedać.

– Świetnym sposobem jest zmuszenie użytkownika, żeby płacił za to, że nie musi tak dużo grać – mówi Tomek. – Wprowadzam do gry jakąś upierdliwą funkcję: magowi przepadają wszystkie punkty many [słowo pochodzące z religii polinezyjskich na określenie energii używanej do rzucania zaklęć – red.], jeśli nie zalogujesz się raz na cztery godziny. Chyba że kupisz kondensator many, który zatrzymuje ten efekt. Albo pokazujemy graczowi więcej reklam, chyba że zapłaci, by ich nie oglądać.

Największe gry mają miliony pobrań. Tomek mówi, że „duża gra” zaczyna się dla niego od 20 tysięcy użytkowników aktywnych każdego dnia. – Gra co jakiś czas przypomina ci o możliwości dokupienia magicznych run – tłumaczy. – Wyświetla ramki, pokazuje nowe przedmioty. Jeśli coś kupisz, znalazłeś się w pięciu procentach użytkowników, którzy mnie najbardziej interesują. Wtedy moim zadaniem jest pokazać ci najdroższą możliwą ofertę, którą łykniesz. Do tego systemu jest podpięta cała analityka. To, czy gra proponuje

ci lootboks za pięć czy pięćdziesiąt dolarów, zależy od kraju twojego pochodzenia, poziomu w grze, historii zakupów, a nawet modelu telefonu. Inną ofertę pokażę na tanim, inną na najnowszym. Mierzmy każde zachowanie gracza. Jeśli często wchodzisz i patrzysz na tablicę najwyższych wyników, to pewnie ci zależy – czyli wydasz więcej. Z drugiej strony, jeśli masz dziesięć procent baterii, gra nie będzie cię irytować reklamami, bo i tak na padającym telefonie nie wykonasz płatności.

Niektóre gry organizują wieczny festiwal promocji. – To toporny mechanizm, ale działa – mówi Tomek. – Specjalna oferta wyświetla się co kilka dni. Black Friday, Halloween, Boże Narodzenie, pełnia Księżycy, trzecia środa miesiąca. Projektujemy grafikę z dynią i przygotowujemy specjalną paczkę z monetami, a do chód rośnie.

Równowaga ekranowa

Największe grupy ryzyka to kobiety (63 proc. graczy mobilnych na świecie) oraz dzieci. Martę Wojtas pytam o rady, jak grać bezpiecznie.

– Najważniejsze: potrzeba regulacji dotyczących hazardu w grach dla dzieci – mówi psycholożka. – Po drugie: zakaz ekranów jako kara nie jest dobrym pomysłem. Jeśli wprowadzi się to w system kar i nagród, napięcie tylko wzrasta, często staje się zarzewiem konfliktów międzypokoleniowych. Po trzecie: jeśli rodzic oczekuje od dziecka równowagi online/offline, sam musi ją zachowywać. Chyba ta równowaga, która dotyczy całej rodziny, jest podstawą. Niekorzystanie z ekranów przed snem, wydzielenie przestrzeni bez urządzeń elektronicznych w domu, skupienie się na zajęciach offline.

Zdaniem Wojtas limity czasowe są potrzebne głównie młodszym dzieciom: – To uczy ich nawyku odkładania urządzenia. Dla dzieci do szóstego roku życia zalecanym limitem jest godzina dziennie przed ekranem. Od 6 do 12 lat – dwie godziny. Telewizor też musimy w to wliczyć.

Spojrzenie smoka

Po co w ogóle powstają gry mobilne dla dzieci? – Pozornie to bez sensu – przyznaje Tomek. – Dzieci to tani ruch najgorszego sortu z perspektywy monetyzacji. Ale są firmy, które robią kilka gier dla

→ kolejnych grup wiekowych i przeliczając graczy z jednej do drugiej przez reklamy. Na pierwszej nie zarobią prawie nic, ale na trzeciej – miliony. To skomplikowany system. Są firmy, które zajmują się tylko monetizacją w grze. To nie jest tak, że podpinasz reklamę i samo się kręci.

– Twoim zdaniem cały ten mechanizm jest uczciwy?

– Tak, oferta jest jasna, nikogo się nie zmusza. Zresztą to odpowiedź na potrzeby rynku. Tego wcale nie wymyślili twórcy gier. Gdy pojawiły się pierwsze masowe gry online, ludzie w internecie zaczęli masowo handlować postaciami, można było zapłacić, żeby ktoś wbił ci wyższy poziom, albo dokupić złota. Dopiero później przejęły to same gry.

– Lubisz to, co robisz? – pytam Tomka.

– Widzisz, że mechanizmy są ciekawe. Ale tak naprawdę wolę tworzyć same gry. Wymyślać zadania, fabułę, tworzyć opowieść, a nie kolejne systemy monetizacyjne.

– Jak kończą się gry oparte na mikropłatnościach? O co w nich tak naprawdę chodzi?

– Różnie. W części możesz osiągnąć maksymalny poziom i wtedy dopiero zaczyna się zabawa. To głównie gry oparte na społecznościach. Możesz wtedy wspólnie chodzić na misje, nie boisz się, że twoja postać umrze, jak smok tylko na nią popatrzy.

– A w innych?

– O to, żebyś nie miał życia. Żebyś siedział i grał i bardzo chciał wyprzedzić kolesia, który jest pierwszy w rankingu i pewnie wydał na tę grę kilkanaście tysięcy dolarów.

– Wydałeś kiedyś pieniądze w grze?

– Nigdy bym za to nie zapłacił. Wybacz, ale naprawdę czasami mam poczucie, że moi użytkownicy to debile. © KRZYSZTOF STORY

Reportaż powstał we współpracy z Fundacją Inspiratornia w ramach projektu dofinansowanego z Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych.
Telefon zaufania dla osób zmagających się z uzależnieniem od gier: 801 889 880

Pracownik w ciemnym zaułku

PIOTR WÓJCIK

Pomimo rekordowo niskiego bezrobocia i rosnących pensji polski rynek pracy dalej przypomina bardziej Rosję niż Niemcy.

WCZERWCU STOPA BEZROBOCIA SPA-
dła do 3,6 proc., co było trzecim najlepszym wynikiem w UE. Polski świat pracy wyszedł z pandemii w zaskakująco dobrej formie, co potwierdza jeszcze szybki, sięgający nawet 10 proc. rocznie, wzrost płac. Ale spod świetnych statystyk wyłania się mniej przyjemny obraz. Rynek pracy przypomina atrakcyjne turystycznie miasto, w którym pięknie odnowione centrum otoczone jest brudnymi ulicami.

Bierni znad Wisły

Niski poziom bezrobocia nie informuje, jak wiele osób w danym kraju ma pracę. O tym mówi wskaźnik zatrudnienia, w którym tak dobrze już nie wypadamy. Według OECD na koniec pierwszego kwartału 2021 r. zatrudnienie miało 69,5 proc. Polek i Polaków w wieku produkcyjnym, a więc 2 pkt. proc. mniej niż w Austrii, w której stopa bezrobocia jest niemal dwukrotnie wyższa. W Szwecji wskaźnik zatrudnienia wynosi aż 74 proc., tymczasem oficjalne bezrobocie jest tam niemal trzykrotnie wyższe niż w Polsce. Wynika to z tego, że nad Wisłą mamy ogromną liczbę biernych zawodowo w wieku produkcyjnym, którzy pracy nie szukają lub nie zamierzają jej podjąć, więc w wykazach statystycznych nie są uznawani za bezrobotnych. Wśród nich jedynie mniej niż co dziesiąty jest na wcześniejszej emeryturze – pozostali wypadli z rynku z powodów, które w większości państw Europy nie eliminują z życia zawodowego. Np. z powodu niepełnosprawności (ponad jedna czwarta) lub obowiązków domowych (prawie jedna trzecia).

Specyficzną grupą, o kluczowym znaczeniu w kontekście przyszłości, są tzw. NEET-si – czyli osoby w wieku 15-29 lat,

które nie uczą się ani nie pracują. Według opublikowanego niedługo przed pandemią raportu Instytutu Badań Strukturalnych, w Polsce takich osób jest 750 tys.; to dziesiąty najwyższy wynik w UE. Stanowią oni 12 proc. swojej grupy wiekowej i jeśli nie zostaną szybko zaktywizowani, prawdopodobnie wypadną z rynku pracy już na dobre.

Aktywizacją biernych zawodowo powinny zajmować się urzędy pracy, niestety ich skuteczność na tym polu jest mizerna. Obecnie zajmują się głównie rejestracją bezrobotnych, a osoby biernie zawodowo są poza ich radarem. Polska właściwie nie prowadzi też tzw. aktywnej polityki rynku pracy, która jest znakiem rozpoznawczym nie tylko Skandynawii, ale też Beneluksu czy Niemiec. Na całą politykę rynku pracy wydajemy 0,5 proc. PKB, aż sześć razy mniej niż Dania, przy czym i tak zdecydowana większość tych środków przeznaczana jest na zasiłki dla bezrobotnych. Na same programy szkoleniowe wydajemy proporcjonalnie 40 razy mniej niż Dania, Austria czy Finlandia.

Młode matki na aucie

Bierność zawodową wśród młodych najczęściej powodują obowiązki opiekuńcze – aż 58 proc. Polek należących do grupy NEET-sów nie szuka pracy właśnie z tego powodu. A instytucjonalne wsparcie państwa w opiece nad najmłodszymi jest w powiatakach. Znalezienie miejsca w publicznym żłobku w większości gmin jest niemożliwe: zwyczajnie gminy ich nie prowadzą. Dla przykładu, 130-tysięczne Tychy mają jeden miejski żłobek. A żłobki prywatne pobierają czasem nawet kilkukrotnie wyższe opłaty niż publiczne, więc mniej wykwalifikowanym kobietom nie opłaca się iść do pracy, gdyż większość pensji może pochłonąć koszt żłobka.