

**Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft.
„FoglalkoztaTárs - Társ a foglalkoztatásban” kiemelt projekt
(TÁMOP-1.4.7-12/1-2012-0001)**

Open Space konferencia

2013. június 25-27.

Beszámoló az első nap kiscsoportos megbeszéléseiről

Tartalom

1	Külső kommunikáció, foglalkoztatás és helyi politika	2
2	Változások kezelése	4
3	Vállalkozások bevonása, aktivizálása	6
4	Fenntarthatóság, projektek egymásra épülése, folyamatos finanszírozás	9
5	Társadalmi hatások	11
6	Célcsoport kiválasztása, rendszerben tartása, motiválása	13

1 Külső kommunikáció, foglalkoztatás és helyi politika

Kiscsoportos téma címe:

- *Kommunikáció kifelé*
- *Foglalkoztatás és helyi politika*

Helyszín:

- Hunguest Grandhotel Galya, Galyatető
Biliárd szemináriumi terem

Kiscsoportos riportot készítette:

- Busch Beáta moderátor (ICG EX ANTE részről)
- Besenyi Sándor szakmai felelős (OFA részéről)

1.1 A felvetett témának, relevanciájának bemutatása

Altémák, amelyek a csoport résztvevőit érdeklik:

- 1 % -os kampány és célcsoport toborzás,
- Civilek megítélésének javítása,
- Érdekek felismerése, tárgyalástechnika elsősorban az üzleti és az állami szféra irányába,
- Hogyan lehet kommunikálni pénz nélkül?
- Kommunikáció az üzleti és önkormányzati szféra felé,
- A kommunikáció irányai - 01 célcsoport felé, 02 „társadalom” felé – kérdés egy és ugyan az?
- Egyedüli, önálló vagy közös kommunikációra van-e szükség,
- Túlzott szabályok az arculati elemek területén, túl merev szabályozás,
- Előítéletek és kezelésük, sok negatív tapasztalat a csoportban,
- Szervezetek által nyújtott szolgáltatások értékének megítélése,

1.2 Az Open Space során felmerült főbb megállapítások

Megállapítások:

- 1 % -os kampány - munkanélküliekről kialakult képet nehéz megváltoztatni, előítéletek
- minden résztvevőt érint az 1% kérdése, ötletek, kliens kör kitágult
- Lehetséges kommunikációs formák az 1 %-ra: Facebook kampány - kreatív ötletek, kampány arc, logó, szlogen, szervezet egységes arculatának kialakítása, a kommunikációs elemek együtthathatása,
- a nagyok (kkv-k) megkeresése, hogyan tegyük meg, mert napi 10 civil keresi meg őket kéréseikkel,
- Szükség lehet szakterületi szakértőkre, pl. marketing tanácsadó, (OFA)
- Személyes kapcsolatfelvétel szükséges, pl. önkéntesek, óriásplakát stb.

- 1 % os kampányba mennyit fektessenek be, mikor térül meg? Hogyan határozom meg a hatást?
- Kampánynak pozitív üzenete legyen, akár lehet provokatív.
- Kapcsolatok kialakítása, fontosabb személyek megkeresése, akik tovább viszik az üzenetet,
- Civilek és a politika kapcsolata, érdekeltté „kell” tenni a politikai oldalt,
- innovációval, kreativitással, szakmapolitikai támogatással és finanszírozással biztosítani a projektek folytonosságát és egymásra épülését, a cél, hogy politika keresse meg a szervezetet,
- Üzenet/szlogen: „Tedd magad nélkülözhetetlenné!”
- A jövő területalapú támogatása új kihívások elé állítja a civil szektor szereplőit - túlélési stratégiák kidolgozása – megújulási képesség.

1.3 Javaslato

A két témára kapott általános pontszám: 22

Részpontszámok összege:17

Összpontszám: **39**

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
1 %		
1.	1 %-os kampánnyal megszólítani azokat, akik már jártak hasonló cipőben	
2.	Folyamatos, folytonos kapcsolattartás a célcsoporttal	1
3.	Kreatív ötletekkel szükséges elérni a média érdeklődését	
4.	Potenciális partnereket azzal megkeresni, hogy mit tudunk adni és nem azzal, hogy mit kérünk	3
5.	X,Y, Z generációk megszólítása a saját értékrendszerük szerint pl. Facebook	
6.	A közoktatásban szabályozott önkéntes munkán keresztül megszólítani, más potenciális érdekelteket, célcsoportot, együttműködő partnereket (pl. szülők)	1
7.	Jó időzítés, egymásra épülő kommunikációs eszközök (pl. szórólap, frekvenciált helyeken történő személyes megjelenés, rendezvényeken történő megjelenés,	
8.	Üzleti szemléletű kampányolás, képzett marketing szakemberekkel, ez kerüljön be a szolgáltatási kosárba	1
9.	Mérlegeljük, hogy mennyire éri meg a befektetett munka az 1%-os kampányba – több irányú haszon (pl. társadalmiasulás, jelenlevés, szponzorok bevonása, ismertség biztosítása, jelenlevés) Nem a direkt bevétel az igazi haszon.	3
10.	A szervezet átgondolt, letisztult bemutatása fontos, (elevator speech)	1
Foglalkoztatás és helyi politika		
11.	Személyes kapcsolatok nélkül nem megy	
12.	Ne tartsuk távol magunkat a politikától	

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
13.	Reklámfilm rólunk, jó gyakorlatok – a szervezet által generált források bemutatása, amely közvetlen vagy közvetve érinti a helyi közösséget	
14.	Szakmailag meghatározónak lenni (a Vörös Keresztet nem lehet lecserélni)	3
15.	Legyen az a cél, hogy változások során a politika keressen meg minket ne nekünk kelljen alkalmazkodni 4 évente, legyünk munkánk, és szolgáltatásaink által nélkülözhetetlenek	4

2 Változások kezelése

Kiscsoportos téma címe:

- *Változások kezelése*

Helyszín:

- Hunguest Grandhotel Galya, Galyatető
- *Szonáta I.szemináriumi terem*

Kiscsoportos riportot készítette:

- Lebovits Ágnes moderátor (ICG EX ANTE részről)
- Zsédényi Tímea szakmai felelős (OFA részéről)

2.1 A felvetett témának, relevanciájának bemutatása

A témát további altémákra bontottuk:

- tervezés és megvalósítás közötti idő alatt bekövetkező változások kezelése (pl. jogszabály, vagy személyügyi: mivel a két időpont között több hónap (akár évek) is eltelik, így számos változó körülménnyel kell a projektgazdának szembenéznie.
- projektvezetési módszertan és változások kezelése a projektben: a problémák időbeli azonosítása és kommunikációja, mind KSZ, mind kedvezményezett oldalról. A projektmenedzsment és az intézményrendszer sem minden esetben felkészült a folyamatos változáskezelésére, ezért ebből számos konfliktus, kommunikációs és szakmai probléma adódik.
- Pályázati rendszer logikája: kiket érdemes támogatni? Akiknek már van tapasztalatuk és biztosan hozzák az eredményeket, vagy az új szervezeteket?

2.2 Az Open Space során felmerült főbb megállapítások

- tervezés és megvalósítás közötti idő alatt bekövetkező változások kezelése
 - Jogszabályváltozásokkal kapcsolatos kérdések

- i. A felnőttképzési törvénnyel kapcsolatos változások: korábbi OKJ-s tartalmak és óraszámok változtak. Ez azt jelentheti, hogy az eredetileg tervezett OKJ-s képzéseket nem lehet az eredeti órászámmal megvalósítani, az új, emelt órászám viszont nem fér bele a projekt megvalósítás időszakába, és/vagy a költségvetésbe sem, és közbeszerzési eljárásokat is maga után húzza.
 - ii. De minimis szabályozással kapcsolatosan problémaként merült fel, hogy nincs egyértelmű iránymutatás konkrét esetekben, amikor a kedvezményezett nem tudja eldönteni, hogy adott tevékenységet a de minimis hatálya alá tartozik-e. jellemzően a megfelelő EK rendeletre való hivatkozással érkezik válasz a kedvezményezett részére, amely alapján nem tud tervezni. Így a kedvezményezett több szereplőt is megszólít (pl. ESZA, IH, munkaügyi központ, stb.), akiktől adott esetben ellentétes választ kapnak.
 - iii. Bevonható célcsoportok körével kapcsolatosan az merült fel, hogy a több éves várakozás következtében a tervezéskor bevonható, és felmért célcsoport a támogatás megítélésekor már nem volt jogosult a bevonásra. Ez a projektet alapjaiban rázhatja meg, hiszen ők erre a célcsoportra építették a projektet.
- b) projektvezetési módszertan és változások kezelése a projektben
- a. A projekt sikeres megvalósításához hiányzik a megfelelő projektvezetési szaktudás és kompetencia, mely sokszor azt eredményezheti, hogy a problémák azonosíthatatlanok maradnak, illetve nem megfelelően kezelik azokat. Nincsenek konkrét PM módszertani útmutatók/protokollok.
 - b. KSz részéről nem megfelelő kommunikáció: nincs válasz, vagy eltérő írásbeli és szóbeli válasz érkezik, mely bizonytalanságot eredményezhet.
- c) Pályázati rendszer logikája: kiket érdemes támogatni? Akiknek már van tapasztalatuk és biztosan hozzák az eredményeket, vagy az új szervezeteket? Részprobléma, hogy sok jól működő szervezet nem pályázik, mert túl sok az adminisztrációs teher és nagyok az elvárások (pl. árbevétel növekedés, de minimis, statisztikai létszám). A tapasztalt nagy civilek a de minimis keret betelése miatt nem pályázik.

2.3 Javaslato

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
a) tervezés és megvalósítás közötti idő alatt bekövetkező változások kezelése		
1.	Mentesség az új jogszabályoknak való megfelelés alól, az előző időszak követelményei szerint lehessen az OKJ-s képzéseket megvalósítani	9
2.	Türelmi idő: legyen lehetőség a projekt érdemi áttervezésére a hatályos jogszabályoknak való megfelelés érdekében	5
3.	Tartalék rugalmasabb felhasználás: pl. ne legyen büntetőpontszám a magas tartalékképzés az értékelés során.	5
4.	Nyertes pályázó, a támogató döntés időpontjában	12

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
	Kockázatelemzéssel alátámasztva utasítható vissza a támogatás és ennek ne legyen semmilyen negatív informális következménye sem.	
5.	De minimis: intézményrendszer felkészítése (OFA, ESZA) és felhatalmazása a kommunikációra	12
6.	De minimis: a pályázók felkészítése az állami támogatások, de minimis szabályozás értelmezésére és alkalmazására. A célcsoport vehessen igénybe állami támogatások szakterületi szakértőt	12
a) projektvezetési módszertan és változások kezelése a projektben		
7.	OFA legyen közvetítő, esetleg lobby a kedvezményezett és a támogató intézményrendszer között. gyűjtés össze a problémákat és válaszokat és rendszerezve bocsássa közre (pl. GYIK, internetes fórum)	8
8.	Legyen PM módszertan és protokoll és kapjanak személyre szabott tanácsadást	5
9.	Legyen belső monitoring minden projektben	2
10.	Projektindító meg beszélés a kockázatok felmérésére és kezelésére. PIK-ben legyen benne	
11.	Legyen külső monitoring is minden projektben	2
Pályázati rendszer logikája: kiket érdemes támogatni?		
12.	Jó gyakorlatok összegyűjtése és azt megvalósító szervezet jobb helyzetbe hozása	6
13.	Más szektorok (pl. kulturális) működési logikájának áttekintése: van ott is üzleti modellre épülő működés, állami támogatásra épülő működés, és van szociális alapon működő modell is.	4

3 Vállalkozások bevonása, aktivizálása

Kiscsoportos téma címe:

- *Vállalkozások bevonása, aktivizálása*

Helyszín:

- Hunguest Grandhotel Galya, Galyatető
- *Vidróczky terem*

Kiscsoportos riportot készítette:

- Lökkös Attila moderátor (ICG EX ANTE részről)
- Zsoltánszki Renáta szakmai felelős (OFA részéről)

3.1 A felvetett témának, relevanciájának bemutatása

A vállalkozások mint munkáltatók bevonásának kudarcra az egyik legjellegzetesebb kockázati elem a foglalkoztatási projektek megvalósítása során. A keresleti (munkáltató) és kínálati (munkavállaló) oldalak közül elsősorban a keresleti oldal igényei felől kell közelíteni már a tervezés során. A vállalkozók sajátos igényei és érdekei mentén kell megfogalmazni a projektet, hogy partnerek legyenek.

Fontos a vállalkozók igényfelmérése. Ki végezze a vállalkozók munkaerőigényének a felmérését?

3.2 Az Open Space során felmerült főbb megállapítások

Fontos a helyi gazdaság fejlesztése. (6)

Problémák:

Nem ismerjük a vállalkozók szükségleteit.

A munkáltatók addig motiváltak, amíg a projektben támogatott a célcsoport bér és járuléka. (3)

Hazai kisvállalkozók sok problémával küszködnek: magas adók, járulékok, bonyolult adminisztrációs rendszer (2)

Az ingyenes szolgáltatás a munkáltató számára egyenlő azzal, hogy nem minőségi a szolgáltatás. Az EU-s projektnek pejoratív jelentése van a multik számára.

Nehéz a multik zárt rendszerét „feltörni”, bejutni hozzájuk, mert az operatív programokat nem tartják a saját rendszerükbe illeszthetőnek. (10)

A paktumoknál tervezési torzulás van: a jelenlegi elvárásokkal szemben a paktumoknak valójában nem a foglalkoztatás a célja, hanem hogy olyan tevékenységet végezzen, ami hatásában generál munkahelyet.

3.3 Javaslato

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
1.	A képzési OKJ-s rendszer valós szakmai igényekhez való igazítása	7
2.	A projektek nyújtsanak szolgáltatásokat a munkáltatóknak: (Isd alábbi felsorolás)	
3.	A KKV-k piaci lehetőségeinek segítése – piacgenerálással, a munkáltató termékeinek piacot szereznek, ezzel is biztosítva az elhelyezett munkavállaló munkahelyét.	2
4.	Információs szolgáltatás, tájékoztatás a munkáltatóknak a különböző állami támogatási lehetőségekről, pl. munkaügyi központtól.	
	A KKV-k HR felelőse vagyok: HR szolgáltatás nyújtása	1
5.	Folyamatos szakértői szolgáltatások biztosítása, nem csak a	4

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
	projekt idejére, hanem a projektek között is. Állandóság, bizalomépítés, szakmaiság közvetítése érdekében. A cégek HR felelőseinek tehermentesítése	8
6.	Jó gyakorlatok: Részletes cégfelmérés, cég HR stratégiájának megismerése, üzleti hálózatokban való részvétel, bejutás (pl. kamarák, LIONS klub, Keresztény vállalkozók szövetsége stb.), helyszínbejárás, csoportos munkaadókat tájékoztató munkavállalóknak. Egyetlen egy munkáltatót nem engedek el üres kézzel: ha nem tudok megfelelő munkaerőt közvetíteni számára, akkor más szervezetnek közvetíti az igényt.	4
7.	Ismerni kell a HR szakma nyelvezetét, szakértői pozíció elérése a partnerségben, nem hátrányos helyzetű munkavállalót, hanem megfelelő, jó munkavállalót közvetítünk, ne a hátrányt kommunikáljuk!	1 3 3 5
8.	Szakmai képzés és a munkavállaló alkalmassá tétele a munkáltató elvárásainak megfelelően.	18
9.	A tiszta foglalkoztatás felé egyértelmű elmozdulása érdekében a tiszta foglalkoztatás hosszútávú előnyeinek hangsúlyozása, kommunikálása.	5
10.	Pszichoszociális jellegű tréningek a munkáltató részére: értékrendszer átkódolása a cégek és a potenciális dolgozók között. Érzékenyítő tréningek a munkáltatók részére.	4 1
11.	Jó gyakorlatok: munkakörelemzés, jogszabályok tisztázása – HR felelős részére eljuttatása, munkapróba biztosítása (pár óra, előre kommunikálni), visszajelzés a nyilvánosság előtt: munkáltatók díjazása.	5
12.	Komplex módszer kidolgozása a vállalkozások megszólítására, kapcsolattartásra, a módszer tanítása a megvalósítóknak.	12
13.	Széles körű, a jelenlegi foglalkoztatási paktum kereteinél szélesebb körű társadalmi-gazdasági paktum létrehozása.	1
14.	A támogatások széles körű programokra szóljanak: egy időben, egy programon belül több pályázatot írjanak ki egy földrajzi területre, amely érinti, felöleli a munkaerőpiac szereplőinek minden oldalát, pl. egészségfejlesztés, termelés, kereskedelem, oktatás, felnőttképzés, foglalkoztatás, piacra jutás stb.	2
15.	Fontos mindig új kapcsolatok, partnerek bevonása, mert a régiek amortizálódnak. Pl. egy-egy új szakértő bevonásával, megszólításával lehet építeni.	4
16.	Igényfelmérést a pályázat benyújtása, megírása előtt végezzük.	2
17.	Állásbörze szervezése.	
18.	Jó gyakorlat csomag Prospektus készítése: az álláskeresők előnyeinek, értékeinek felsorolásával. Munkáltatói igények pontos bemérése alapján a képzés átalakítása, illetve az elhelyezésre kerülők menedzselése. Extra szolgáltatások felajánlása, pl. előtoborzás, önkéntes munkaerő közvetítése.	1

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
	Személyes és informális kapcsolatok hosszútávú, kitartó építése referenciák alapján. Szakmai műhelyek szervezésével és hírlevél működtetésével az informális kapcsolatok és hálózatosodás segítése.	

4 Fenntarthatóság, projektek egymásra épülése, folyamatos finanszírozás

Kiscsoportos téma címe:

- *Fenntarthatóság, projektek egymásra épülése, folyamatos finanszírozás*

Helyszín:

- Hunguest Grandhotel Galya, Galyatető
- *Kodály terem*

Kiscsoportos riportot készítette:

- Janza Frigyes moderátor (ICG EX ANTE részről)
- Reményi Anita szakmai felelős (OFA részéről)

4.1 A felvetett témának, relevanciájának bemutatása

A felvetett téma során a TÁMOP keretében zajló foglalkoztatási projektek fenntarthatóságának problémái, az egymásra épülő projektek hiánya, valamint a folyamatos projektfinanszírozás hiánya, mint elsődleges problémák merültek fel.

Ezzel összefüggésben merült fel a kérdés, hogy hogyan lehet egy mindössze 1,5-2 éves projektidőszakban hatékony, tartós hatású projektet megvalósítani.

A túlságosan is projektszemléletű megközelítés miatt egy-egy fejlesztés csupán egy projektidőszakra korlátozódik, eredményei, hatásai elveszhetnek, a megvalósító szervezeti struktúra és humán erőforrás a projekt végén széthullik.

Mindez a projekteket megvalósító szervezetek, valamint a mindenkori (újratermelődő) célcsoport számára bizonytalanságot, kiszámíthatatlanságot jelent.

A pályázati kiírások túlzott sztenderdizáltsága korlátozottan ad lehetőséget a helyi, ill. célcsoportok szerint specializált igényekre való differenciált válaszokra, fejlesztésekre.

A szinte kizárólag az innovatív megoldások kidolgozását elváró pályázati kiírások pedig sok esetben a már létező, kifejlesztett és kipróbált jó gyakorlatok terjesztésére, beépülésére nem adnak lehetőséget.

Az innovativitás és a kötelező szolgáltatások ellentéte, ezzel összefüggésben pedig az „étlap-szerű” és a normatív kiírások nem megfelelő alkalmazása továbbá azt eredményezi, hogy a projektek egy csúcsebességgel végrehajtott adminisztratív folyamattá válhatnak, sokszor pont az innovativitás kárára.

A for-profit és a non-profit szféra együttműködésének hiányosságai, valamint az ezt támogató szolgáltatások (szakmai támogatás, hálózatosodás támogatása, stb.) hiánya miatt

sokszor nem alakul ki valós együttműködés, a for-profit szféra motiváltsága alacsony marad.

4.2 Az Open Space során felmerült főbb megállapítások

- az energiák a 1,5-2 éves projektidőszakokra összpontosulnak, az ott szerzett tapasztalatok, kapcsolatok, eredmények elveszhetnek
- a jó ötletek – a támogatási rendszer sajátosságai miatt – sok esetben csak rövid távon valósulnak meg
- a megvalósító és projektmenedzsment tudás, tapasztalat, az infrastruktúra elveszik, a „csapat” szétesik, amennyiben a munkatársakat projektenként kell (újra) kiválasztani, ami komoly humán erőforrás veszteséget, személyi bizonytalanságot, valamint a folyamatosság hiányából fakadó egzisztenciális kiszámíthatatlanságot eredményez
- a projektszemlélet miatt az egy projektben már kidolgozott módszert, infrastruktúrát egy másik projekt keretében ismételtelen létrehozzák, kialakítják – a tervezés során nincs koherencia, nincs kontinuitás és egymásra épülés („nem érnek össze az ívek”)
- a fentiekből egyenesen következik, hogy a projektről projektre történő finanszírozás pazarló
- a Munkaügyi Központok olyan szolgáltatásokat vásárolhatnak, amelyek sztenderdjei nem feltétlenül illeszkednek a folyton változó/újratemelődő munkaerő-piaci igényekhez
- a kidolgozott sztenderdek követelményei sok esetben elavultak
- intézményrendszer: túlságosan központosított, a területi és célcsoport-specifikus, differenciált igényeket nem veszi figyelembe sem a tervezés, sem a megvalósítás, sem a mérés során
- projektkiválasztási és megvalósítási eljárásrend túlságosan kötött, kevésbé ad helyt a projektgazda rugalmasságának

4.3 Javaslato

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
1.	A szakmai megvalósítást támogató szervezetek munkájára egyre nagyobb szükség van	2
2.	Az egyes projektekben elért eredmények, jó gyakorlatok épüljenek be a szakpolitikába, az országos módszertanba, felváltva a projektről-projektre történő finanszírozást	39
3.	Hosszabb távú, akár teljes tervezési ciklust átívelő (3-6 év) finanszírozás szükségessége – állandó visszacsatolással (mérési pontok beépítésével) és a további finanszírozás eredményhez kötésével (kondicionalitás)	8
4.	„étlap-szerű” pályázati kiírások és a normatív típusú kiírások közötti középút megtalálása, illetve a differenciáltság szükségességének felismerése	
5.	szolgáltatások finanszírozásának rugalmassá tétele (pl. Munkaügyi Központ vásárolja – lehetőség az egyes	15

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
	kirendeltségeknek a rugalmasságra)	
6.	a szolgáltatások nyújtása ne vegye el az energiát az innovativitástól, egyes szolgáltatások napi rutin-szerűen álljanak rendelkezésre	2
7.	módszertani sztenderdek rugalmassá tétele (differenciálás)	7
8.	for-profit – non-profit szektor együttműködésének támogatása (már a tervezésnél ösztönözni az együttműködések létrejöttét)	2
9.	piacra jutás elősegítése, előkészítése (pl. védett termékek, szolgáltatások preferálása – pl. a megváltozott munkaképességűek által gyártott előnyben részesítése a közsféra beszerzéseinél)	2
10.	közvetett támogatási eljárásrend kidolgozása és bevezetése – a helyi igényeket és a szakma-specifikus sajátosságokat ismerő közvetítő szervezet beiktatása a pályázati folyamatba, rendszerbe	4
11.	biztosítani kell mind a projektmegvalósító szervezetek működésének, mind a célcsoport bevonásának és fejlesztésének, mind a humán erőforrás rendelkezésre állásának folyamatosságát és a létrehozott infrastruktúrák kihasználását	27

5 Társadalmi hatások

Kiscsoportos téma címe:

- *Társadalmi hatások*

Helyszín:

- Hunguest Grandhotel Galya, Galyatető
- *Háry terem*

Kiscsoportos riportot készítette:

- Zarándy Ágnes moderátor (ICG EX ANTE részről)
- Takácsné Pataki Erika szakmai felelős (OFA részéről)

5.1 A felvetett témának, relevanciájának bemutatása

A szóban forgó programoknak, projekteknek célja, hogy a résztvevők életére hosszú távú, pozitív hatással legyen, melyeknek viszont minőségbeli, kvalitatív mérése is szükségszerű. De kérdés, hogy hol legyen ezeknek a kvalitatív mérőeszközöknek a határa.

A kiscsoportos megbeszélés alapkérdései közé tartozott a társadalmi hatás fogalmának meghatározása. Egységes fogalom meghatározásra nem jutott a csoport, a kérdésre nincsen konkrét válasz, azonban rendkívül sokrétű megközelítés is bemutatásra került.

1. témafelelős: Gárdián Edit

Gárdián Edit felvetette, hogy mindig ugyanazok a célcsoportok kerülnek be a felhívásokba. Felvetül a kérdés, hogy mivel nincsen mérve, idővel hogyan változott a helyzetük, jogos-e, hogy pontosan ők a célcsoport továbbra is.

2. témafelelős: Varjú Tamás

Varjú Tamás témájában kifejtette, hogy Magyarországon jelenleg az EU megszüntette a társadalmi hatások mérésének kötelezettségét, mely akár jelezheti, hogy egy program adott esetben nem megfelelő. Ugyanakkor ezeket mérni kéne, de bizonytalan abban, hogy pontosan mit kellene mérni. Nemcsak a munkaerőpiaci hatásokat kellene mérni, hanem minden olyan negatív és pozitív hatást, ami túlmutat a munkaerőpiacon, de van társadalmi vonatkozása.

5.2 Az Open Space során felmerült főbb megállapítások

Problémák:

- Nincsenek megbízható mérőeszközök. Egymástól eltérő módszertannal készült adatbázisok vannak: népszámlálás, munkaerőmérleg, regisztrált álláskeresők (munkaügyi központok statisztika), stb. Ezeknek ugyan eltérő a módszertana, mégis ugyanazokat a fogalmakat használják.
- Regisztrált álláskeresők száma pl.: nem informatív indikátor.
- Vannak olyan projektek, melyek eredményességét kvantitatív mérőeszközzel nem lehet/ nem érdemes értékelni.
- A kvalitatív mérések nagyon drágák, időigényesek. Nehéz megállapítani, hogy az eredmény a költségével szembeállítva hatékonynak tekinthető-e.

Kérdések:

- Mi a valós célja a társadalmi hatásmérésnek?
- Mire terjedjen ki a kvalitatív mérés?
- Döntéshozói szintet érdeklik-e a kvalitatív mérések eredményei?
- Miből finanszírozzuk az utánkövetést?

Megjegyzések:

- Ugyan eltérő módszertani megközelítések vannak (népszámlálás, munkaügyi központ, stb.), de mindegyik önállóan megállja a helyét. Csak sok esetben a laikusok számára okoz ez konfúziót.
- Merjük kimondani, hogyha valaminek nincsen hatása, ha valami nem működik.
- A társadalmi hatás több, mint a munkaerőpiaci hatások.
- A szociális szakmát azért nem értékelik sokra, mert nem tartozik a gazdasági termelő ágazatok közé, mert nincsen gazdasági hasznossága. Ezért van szükség olyan mutató(k)ra, amely pl. bemutatja az adófizetők számának növekedését.
- Teljes körűen nem tudunk minden társadalmi hatást felmérni! Az innovatív foglalkoztatási projektek három dimenzió mentén lépnek be a munkaerőpiac „rugalmatlanságának” kérdéskörébe, amelyek mentén lehetne mérni a mutatókat: munkavállalók, munkáltatók, intézmények rugalmatlansága.

5.3 Javaslato

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
1.	Olyan mérési módszertan szükséges, ami a gazdasági aktivitási mutatókat képes legalább települési szintű bontásban megjeleníteni.	
2.	Kvalitatív mérőeszközökre van szükség, hosszú távú után követéssel (esettanulmány, mélyinterjúk), különösen pl. attitűd változás esetén.	
3.	A negatív eredmény is tapasztalat, ennek eredményét ne tussoljuk el. Emiatt ne torzítsuk a mutatókat, melyek rossz következtetéseket hozhatnak.	
4.	Hosszabb távú után követésre (akár több év) legyen lehetőség, melynek finanszírozását is biztosítani kell.	
5.	Projektek eredményei legyenek összesítve és dokumentálva, hogy felhasználhatóvá váljanak, akár költséghatékonysági vizsgálatokhoz (pl. fajlagos költség). Az ezek által bemutatott különbségek rávilágítanak a kvalitatív mutatók szükségességére.	
7.	Az innovatív projektekhez kapcsolódó mérőeszközök lehetséges csoportosítása, a munkaerőpiac rugalmatlanságának 3 dimenziója mentén: <ul style="list-style-type: none"> - munkaadók rugalmatlansága - munkavállalók rugalmatlansága - munkaerőpiaci szolgáltatások rugalmatlansága 	
8.	A szakmai monitoringnak ki kellene terjednie arra, hogy hogyan hatott a projekt a település, a munkáltatók, a település lakóinak életére.	

6 Célcsoport kiválasztása, rendszerben tartása, motiválása

Kiscsoportos téma címe:

- *Célcsoport kiválasztása, rendszerben tartása, motiválása*
 - *Altéma: Tankötelezettségből kilépő 16 év feletti, kudarcos fiatalok, alacsony iskolai végzettséggel, képzetlenül, milyen segítséget kaphatnak szakma- illetve munkaszerezéshez? (ld. 22. javaslat)*

Helyszín:

- Hunguest Grandhotel Galya, Galyatető
- Szonáta 2. terem

Kiscsoportos riportot készítette:

- Thury Mónika – moderátor (ICG EX ANTE részről)
- Dobó Gabriella – szakmai felelős (OFA részéről)

6.1 A felvetett témának, relevanciájának bemutatása

A kiválasztás és a motiválás a pályázati projektek sikerének alapvető tényezője. Azt is mondhatnánk, hogy szinte minden a kiválasztáson múlik, a gördülékeny megvalósítás szoros összefüggést mutat vele. A kiválasztáshoz kapcsolódó számtalan kérdés abból következik, hogy az optimális jelölt beazonosítására nincsenek pontos mérési eszközök. Az elterjedt szűrővizsgálatok tulajdonképpen nem alkalmasak az alacsony végzettségű, többszörösen hátrányos helyzetű célcsoport szűrésére. Ezért különböző komplex eljárásokra, eljárás-csomagokra van szükség ahhoz, hogy beazonosítsuk a jelentkezők közül azokat, akiknek valóban az a projekt használ, amibe belépnek. E helyett mindenféle laikus vagy éppen professzionális, de oda nem való eszközökkel próbálkoznak a program megvalósítói.

A motiválás és a projektben tartás szorosan kapcsolódik a kiválasztáshoz. A sikeres kiválasztás alapvető ismérve, hogy kevesebbet kell foglalkozni a programban résztvevők motiválásával. A projektekben túlságosan nagy hangsúlyt kap a résztvevők külső és anyagi jellegű motiválása, és keveset foglalkoznak a belső motivációval, ennek kérdése ritkábban merül fel.

A szakirodalomban is kevés jó gyakorlat van a kiválasztás és a motiválás tekintetében. Így a témák nagyon relevánsnak tűnnek.

6.2 Az Open Space során felmerült főbb megállapítások

Kiválasztás

- Kiválasztás = „lefölözés”? – indikátor-elsőség – mi lesz a „maradékkal”?
- Célcsoport megtalálásának módja: hogyan érjük el őket?
- A célcsoport tagjai nem tudják, hogy mit akarnak („útkeresők”), orientáció hiánya
- Hogyan szűrjük ki, hogy kik akarnak valóban dolgozni?
- A kiválasztásba kell-e szakembert bevonni? (HR-es, pszichológus)

Javaslatok: 1-8.

Motiváció / lemorzsolódás megelőzése

- Pénzen kívül milyen eszközökkel motiválható a célcsoport?
- A fenntartási időszakban hogyan tudjuk a célcsoportot a munkaerőpiacon tartani?
- Mennyit adjunk a célcsoportnak, hogy ne váljanak követelődővé?
- Alulmotivált a célcsoport; Kialakult egy „iparág” = „megélhetési tanfolyamozók” (DE! ők példaként is szolgálhatnak, mert legalább valamit tesznek magukért)
- Megfelelő minták hiánya, pl. családban senki sem dolgozik (több generációs munkanélküliség); nincs semmilyen céljuk, perspektívájuk.
- Lemorzsolódás a képzés közepén, amikor már más célcsoport tagot nem lehet bevonni. Mit lehetne tenni?

Javaslatok: 9-21.

6.3 Javaslatok

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
1.	„Megélhetési tanfolyamozók” esetére alkalmazható megoldás a már több tanfolyamot elvégzettek kiszűrése a kiválasztáskor.	1
2.	A megfelelő célcsoport eléréséhez szükséges az induló projekt megfelelő kommunikálása. (tudjanak róla, hogy van ez a projekt, és akkor megfelelő létszámú emberből lehet kiválasztani a célcsoportot)	5
3.	Személyiségtesztek, AC (Assessment Center), interjútechnikák, kompetencia alapú tesztek, pszichológus szakemberek bevonása a kiválasztási folyamatba.	0
4.	Csoportos kiválasztás, projekt-specifikus témák alkalmazásával, akár több fordulóban.	3
5.	Mentorok hozzájárulása a jelentkezőknek (pl. előző klienseik összegyűjtése)	
6.	Kiválasztási javaslat: bentlakásos gólyatábor	1
7.	Munkáltatók bevonása az interjúztatásba (a kiválasztási folyamat részeként).	3
8.	Több körös kiválasztás: interjúkat követően minden potenciális résztvevőnél családlátogatás (szocializációs minták, kapcsolati háló megismerése, támogató vagy hátráltató-e a család); a szakmai szempontok mellett több teret adni az intuíciónak.	24
9.	A célcsoport tagjai számára a legfőbb motivációs erő a személyes KAPCSOLAT (mentorral, csoporttagokkal, oktatókkal), a résztvevőnek éreznie kell, hogy fontos, hogy számít.	5
10.	A képzésekben a kötelező óraszám meghatározza azt, hogy meddig lehet egy képzésben résztvevőt „cserélni”, ezért a kiválasztási folyamat nem zárul le az oktatás megkezdésével; az első időszakban kiemelt figyelmet kell fordítani arra, hogy a résztvevők teljesítik-e a feltételeket, hogy még időben be lehessen „tartalékosokat” vonni.	0
11.	Motivációs eszközként a szankcionálás lehetőségei is felmerültek: szerződésben foglalt visszafizetési kötelezettség, jogi lépések.	0
12.	Miután a célcsoport élethelyzetéből is adódhat az, hogy idő előtt kilép a projektből, ezért nagyon fontos, hogy a mentorok és szakmai megvalósítók kiválasztására is nagy hangsúlyt kell fektetni.	2
13.	A főpályázónak nem kell mindent egyedül megvalósítani. A civil szervezetek, családsegítő szervezetek, munkaügyi központok, képző intézmények és önkormányzatok szoros együttműködésére lenne szükség. A sikeres együttműködés szemléletbeli változást is igényel, mindegyik fél részéről.	14
14.	A csoporthoz tartozás élményének erősítése (jó példák, példa értékű emberek bemutatása (korábbi sikeres projekt-résztvevők), „mi” tudat erősítése, eredmények közös ünneplése, „élményjuttatások” (pl. közös kirándulás).	1

Ssz.	Megfogalmazott javaslatok	Esti hírek során kapott pontszám
15.	Jó motivációs eszköz lehet, ha megfelelően kommunikáljuk a végső célt; annak tudatosítása, hogy mi a projekt résztvevő érdeke abban, hogy végigcsinálja (pl. egy szociális szövetkezet tagja lehet, ami hosszú távon munkalehetőséget biztosít számára – egymásra utaltság, közös érdek).	2
16.	A programban tartás eszközeként érdemes nagy hangsúlyt fektetni a „véleményvezérek” bent tartására, akár professzionális trénerek bevonásával.	1
17.	A motiválásban a képző személyének is nagyon fontos szerepe van, ezért célcsoportra szabottabban kellene oktatniuk, és az egyéni különbségeket tudnia kellene kezelni az oktatási rendszeren belül.	8
18.	A projektben résztvevő célcsoport-tagok számára támogató csoport működtetése (önkéntes alapon); ez nagyon sok tapasztalatot, plusz élményt ad, máshogyan nem pótolható. A szociális kompetenciák fejlesztése így sokkal hatékonyabb. A másik által közvetített pozitív példa húzóerő, és segíti a problémamegoldó képesség fejlesztését.	5
19.	Azt kell tudatosítani, hogy a projektben való részvétel egy ÉRTÉK, és ez kiváltja a motivációt.	9
20.	A fiatal célcsoport programban tartásához hasznos lenne korábbi preventív (pl. tanoda) és egyéb őket érintő programok (pl. KID) eszközeinek, tapasztalatainak megismerése és alkalmazása	4
21.	Lemorzsolódási problémák megelőzése érdekében érdemes újragondolni a megvalósító szervezet saját „ajánlatát”, azaz sokkal nagyobb összhangnak kellene lennie a célcsoport reális igényei és a projekt által kínált lehetőségek között.	0
22.	Az iskolákat meg kell keresni, és a közösségi programokba és csoportokba be kell vonni már az iskolás korú fiatalokat.	0