



„A vállalkozások igényeire alapuló foglalkoztatás-fejlesztési program Szombathely Megyei Jogú Városban”

TOP-6.8.2-15 számú projekt

BEVONÁSI STRATÉGIA

Készítette:



2017. május 15.

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Tartalomjegyzék

| | |
|---|----|
| 1. A FELADAT ISMERTETÉSE, HÁTTERE | 2 |
| 2. A BEVONÁSI STRATÉGIA ALAPVETÉSEI | 3 |
| 3. A BEVONÁS FOLYAMATÁNAK LEÍRÁSA | 6 |
| 4. ALKALMAZANDÓ ESZKÖZÖK ÉS MÓDSZEREK..... | 8 |
| 5. MUNKAKÖRÖK TARTALMA ÉS KÖVETELMÉNYEK..... | 12 |
| 6. A BEVONÁS ÜTEMEZÉSE | 14 |
| 7. EGYÜTTMŰKÖDŐ PARTNEREK | 14 |
| 8. KÖLTSÉGTERV | 15 |
| 9. DOKUMENTÁLÁSI REND..... | 16 |
| 10. EGYÉNI FEJLESZTÉSI TERV MÓDSZERTANA | 18 |

1. A feladat ismertetése, háttere

A TOP-6.8.2-15 számú projekt további megalapozása érdekében az EFFIX Marketing Kft. az alábbi előkészítési tevékenység elvégzését vállalta:

- Munkaerő-tartalék felmérése, melynek keretében létrejön a munkaerő-tartalék adatbázis, valamint a bevonási stratégia. A potenciális célcsoport tagokról rendelkezésre álló adatok jelentik a bevonási tevékenység alapját.

Az EFFIX Marketing Kft tevékenységi körében többek között kutatási feladatok is ellát, például:

- a piaci helyzet vizsgálata
- kereslet-kínálat kutatás
- kommunikáció és reklámkutatás

Ennek alapvető lépése, hogy az elérni kívánt célcsoport, munkaerő-piaci igények, szokások, a környező piac és az aktuális trendek meghatározása. Ezek beható ismeretének birtokában a célra fókuszálva hatékonyabbá tehető a munkaerő-piaci szolgáltatások nyújtása. Tehát megfelelő módszer alkalmazásával megfelelő információkhoz juthatunk.

Az EFFIX Marketing Kft a kutatási, tanácsadási, online marketing feladatai mellett számos Európai uniós támogatással megvalósuló, hazai és nemzetközi projektek teljes kommunikációjának lebonyolításában vesz részt a tervezéstől a megvalósításig. Az előkészítési, a tervezési és végrehajtási szakaszokban a kedvezményezettekkel egyeztetve, együttműködve végzi a munkáját.

Jelen projekt esetében Szombathely Megyei Jogú Városgazdasági és társadalmi adottságainak figyelembevételével a vállalkozói igényekre alapozva készítette el a munkaerő-tartalék felméréséhez szorosan kapcsolódó bevonási stratégiát.

Szombathely munkaerő-piaci kereslet-kínálat szempontjából sajátos helyzetben van. A vasi megyeszékhely elsősorban ipari és kereskedelmi központ, de az osztrák határhoz közeli fekvése és a közlekedési hálózatok csomóponti jellege miatt fontos logisztikai centrumnak is tekinthető. A viszonylag egyfókuszú, főként betanított munkára épülő iparszerkezet erősen exportorientált, ezért rendkívül kiszolgáltatott a világgazdasági folyamatoknak. Magas a bértmunkát végző cégek aránya, illetve számolni kell az ipari betanított munkára alapozott üzemek továbbköltözésének kockázatával is.

Az iparszerkezet miatt kiemelt jelentőségűek:

- szolgáltatások
- hozzáadott értéket termelő ipari vállalkozások
- új, közösségi gazdasági kezdeményezések
- speciális mezőgazdasági ágazatok
- helyi és természeti értékekre építő turizmus kialakítása, fejlesztése, támogatása

A város foglalkoztatási helyzete abból a szempontból kedvezőnek mondható, hogy alacsony a munkanélküliségi ráta (3,7% 2015-ben), a nyilvántartott álláskeresők mintegy 1/3-a tartós munkanélküli, a fiatal pályakezdő álláskeresők aránya 10% körül mozog a munkanélküliek számán belül. Az álláskeresők háromnegyede korábban fizikai foglalkozású volt, egyharmaduk alapfokú, és kb. 60%-uk középfokú végzettséggel rendelkezik. Mindez általánosságban pozitív képet mutat az országos átlaghoz képest. A helyi foglalkoztatási ráta szintén magasabb az országos szintnél (63,9 %).

A munkavállalók kétharmada a szolgáltatási szektorban dolgozik. Mindez figyelemreméltó jelenség, ha összevetjük a város elsősorban (gép) ipari túlsúlyával.

A városban és térségében egyre komolyabb nehézséget jelent a munkaerőhiány, a jelenlegi jelentősebb hiányszakmák a vendéglátás, fémipar, ruhaipar, egészségügy területén jelentkeznek, ahol a munkavállalókat leginkább az alacsony munkabérek, szezonális jelleg, a kedvezőtlen munkafeltételek, a munkaidő beosztás, valamint az ausztriai munkaerőpiac közelsége ösztönzi a munkahely elhagyására.

Jelen projekt a vállalkozások munkaerő igényeire reagáló szolgáltatások, programok megvalósítását célozza meg, amelyek révén hátrányos helyzetű munkanélküliek foglalkoztatása, képzése, mentorálása történik az üres álláshelyek betöltését fókuszba állítva. A szolgáltató és termelő szektorban is gondot jelent a szakemberhiány, melynek egyik legfőbb oka a szakmai/technikai/gyakorlati képességek hiánya.

Ezen problémák orvoslása során megnő a tréningek és fejlesztések jelentősége.

2. A bevonási stratégia alapvetései

A munkaerő-kereslet és kínálat összehangolásával, a vállalkozások munkaerő-igényére alapozott, célzott bevonás és kiválasztás eredményeképpen hatékonyabb foglalkoztatás-ösztönzés valósul meg. Így jelentősen megnövekedik a munkavállalói mobilitás, és a hátrányos helyzetű, munkanélküli és inaktív emberek munkaerő-piacra történő visszatérésének esélye.

A munkaerőbevonásának elsődleges célja a munkaerő-piaci kereslet és kínálat összehangolása. Mostanra, különösen Nyugat-Magyarországon, folyamatosan nőnek a betöltetlen álláshelyek, ezzel nem párhuzamos mértékben változik, szinte érdemben nem csökken az állástalanok száma.

A bevonást nehezítő hatások napjainkban:

- demográfiai tényezők: kevés fiatal, jól képzett álláskereső, a népesség elöregedése
- technológiai és gazdasági fejlődés: számos olyan új tevékenységi kör, amire nagyon nehéz megfelelő munkaerőt találni
- elégtelen szakmai képzés
- külföldi és területi elszívó-erő, eltérő kereseti lehetőségek
- hosszadalmas vagy indokolatlan kiválasztási folyamatok

A megváltozott piaci elvárásokhoz ezért alkalmazkodó bevonási stratégiák szükségeltetnek.

Elsősorban a gyorsaság a cél, hiszen internettel a zsebünkben élünk, vagyis láthatóak és elérhetőek vagyunk.

A bevonási stratégia meghatározásakor értelemszerűen a kiválasztás szempontjait is figyelembe kell venni, nem mindegy ugyanis, hogy az álláskeresők szűrése mi alapján történik.

Tisztázni kell, hogy:

- kit keresünk
- milyen időtartamra
- milyen létszámban
- mennyi idő alatt kell megtalálnunk
- milyen költség ráfordítással

Sok cégnél az egymástól jól elhatárolható munkakörök következtében a munkakörhöz szükséges kompetenciákat vizsgálják, míg máshol a szervezeti jövőbeni igényei a hangsúlyosak.

E dilemma során a szaktudás, a jártasság áll szemben a személyiségjegyekkel: az előbbi azonnali teljesítményt, az utóbbi alakíthatóságot, befolyásolhatóságot biztosít a cég számára.

A munkaerő bevonásának különféle stratégiai igénylik annak átgondolását, hogy az érintett szereplők milyen motivációkkal vannak jelen ebben a folyamatban. Más megoldásokat érdemes választani olyan munkáltatók esetében, akik alacsonyabban kvalifikált, várhatóan gyakran cserélődő munkaerővel számolnak, illetve a hosszú távra építkezők esetén, és másként, más módszerekkel és eltérő platformokon érhetőek el a pályakezdők és a korosabb szakemberek.

A megváltozott munkaerő-piaci igényekhez alkalmazkodó új bevonási utak főbb ismérvei:

- személyesebb kapcsolatfelvétel, meggyőzés
- kutató munka a célcsoport felé
- internet függő generáció miatti gyors és egyszerűen használható jelentkezési lehetőség- online bevonás
- minőségi munkavállalók hiánya miatti kompromisszum és képzés a kiválasztásnál
- vállalati brand-építés hiszen a hitelesség kialakítása fontos eleme a lojalitásnak
- kapcsolati háló felértékelődik
- adatbázis építés- saját szempontrendszerben
- foglalkoztatási stratégiákra épített területi koncepciók
- bevonás a képző intézményekben

A legnagyobb kihívás a paktum bevonási stratégiájában az eddig el nem ért célcsoportba bevonható álláskeresők megszólítása, ezért az internetes csatornák erőteljesen felértékelődnek. Különösen annak fényében, hogy korábban a hagyományos eszközök, a személyes tájékoztatás és a hagyományos médiában használt hirdetések használata jellemezte bevonási folyamatokat. Nyilvánvalóvá vált, hogy a megváltozott munkaerőpiac miatt másokat ér el egy netes kampány, mint egy személyes bevonási esemény.

Emellett természetesen továbbra is használhatóak azok a módszerek, csatornák, események, rendezvények, amelyek eddig jellemezték a bevonási tevékenységeket.

Az internetes csatornák, a közösségi média használata összehasonlíthatatlanul kisebb költségráfordítással lényegesen több érdeklődőhöz jut el, valamint a közösségi média megfelelő használata a feladott hirdetések hatását multiplikálni tudja.

Az online- szolgáltatásoknál pedig kulcsfontosságú a költséghatékonyság mellett a minőség, és a gyorsaság. Továbbá nagyon lényeges az üzleti etikai normák betartása és a diszkréció.

Ezért ezen a területen nem érdemes a költségeket semmiféle módon csökkenteni, hiszen a várható eredményesség érdekében aránytalan hatást válthat ki.

A nagyon szűken értelmezett hagyományos tevékenységeken (állásbörze, álláshirdetések, személyes információ átadás és tanácsadás) túl szükséges számba venni azokat a megközelítéseket is, amelyek stratégiai szemlélettel megalapozottak, és ilyen módon járulnak hozzá a célcsoport eléréséhez és figyelmének megragadásához, elkötelezésének biztosításához.

Jelenleg is léteznek olyan, egyéb bevonási módszerek, melyek stratégiai módon átgondolt, hosszú távú bevonási folyamat alapelemei, mint például a „Szombathely visszavár” elnevezésű felsőoktatási ösztöndíjról szóló önkormányzati rendelet, amely a fiatalok ösztöndíjas támogatási programjainak formájában jelenik meg. A program azokra a területekre fókuszál, amelyeken jelentős munkaerőigény van jelen. A műszaki képzés, és egyéb hiányszakmákban történő elhelyezkedés érdekében az önkormányzat együttműködik a város stratégiai cégeivel. A bevonási stratégiának a munkáltatókkal való egyeztetése, kommunikálása során mindenképpen indokolt, hogy a városi ösztöndíjakban részesülő fiatalokat keressék meg első körben a munkáltatók.

A paktum egy későbbi kiemelt feladata lehet a város és a munkáltatók egyeztetése arról, mely szakmákban érdemes és indokolt az ösztöndíjrendszert fenntartani, kiegészíteni, közösen finanszírozni, így egy hosszú távú bevonási stratégia meghatározó eszközévé tenni azt. Értelemszerűen vetődik fel itt a duális képzések kérdésköre, amely a bevonási stratégiának még hosszabb távú és lényegesen nagyobb léptékű eleme lehet a későbbiekben.

A bevonásnak alapvetően fontos funkciója, hogy ez a tevékenység biztosítja széles körűen az együttműködések láthatóságát, valamint lehetőséget teremt a partnerségek bővítésére, illetve az egyes projekttevékenységekhez megteremti a bevonható és együttműködésre kész szereplők körét. Ezáltal a projekt mozgatórugójaként biztosítja az egyes fázisokig való eljutás alapfeltételeit. A bevonásnak fontos eleme a potenciális álláskeresők adatbázisa, ami nem azonos a munkaügyi intézményrendszer által regisztrálttal.

Az álláskeresők egy része nem regisztráltatja magát, hiszen a rövid idejű ellátás erre nem motiválja őket. Ez az inaktívak és nagy arányban a pályakezdők körét jelenti. A bevonási folyamatnak részévé kell válnia olyan szolgáltatásoknak, ami miatt „megéri” az állás nélkül lévő emberek számára, hogy a projekt szakmai szolgáltatóival kapcsolatba lépjenek.

Az álláskeresést és a munkavállalást támogató, arra felkészítő szolgáltatások, például az önéletrajzírás, önismeretet segítő kérdőívek, interjúk, csoportos foglalkozások, tanácsadások, egyéni fejlesztési tervek segítségével vonzóbbá lehet tenni az álláskeresők számára a bevonási folyamatba történő belépést. Mindezek segítenek az álláskeresőknek abban, hogy reálisan lássák saját igényeiket, potenciáljaikat, és vágyaikat illeszteni tudják a meglévő reálisan elérhető lehetőségekhez.

A bevonási stratégia egyik alappillére lehet a potenciális munkavállalókról szóló adatbázis, ugyanis később is frissíthető, a rendszernek a jelen projekt forrásaiból való kiépítése lehetővé teszi, hogy a paktum finanszírozásának megszűnése után is élő és a partnerségi kapcsolatokat érdemben működtethető formában megalapozza.

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy a munkaerő bevonása egy komplex folyamat, melynek több funkciót is szolgálnia kell.

Elsődleges cél a folyamat során eljuttatni az információkat a célcsoporthoz. Fontos, hogy minőségi, releváns és elégséges információt kapjanak az érintettek a betöltendő munkakörök jellegéről és fő jellemzőiről. Kiemelkedő jelentőségű, hogy olyan információkat is eljuttassunk az érdeklődők számára, ami vonzóvá teszi a munkalehetőségeket. Ez különösen indokolt egy olyan környezetben, ahol jelentős a munkaerőhiány, és a munkavállalók nagy aránya intenzíven érdeklődik a határon túli állások iránt, és a hagyományos bevonási technikák mellett speciális megoldások is szükségeltetnek.

3. A bevonás folyamatának leírása

Fontos megemlíteni, hogy a bevonás nem egy egyszeri tevékenység, hanem a projekt egészét megalapozó, a megvalósíthatóság és alapvetően az eredmények későbbi fenntarthatóságának a zálogát is jelentő folyamat.

A bevonási folyamat lépései röviden összefoglalva:

- **üzenet kibocsátása:** a vállalat, intézmény - az igényfelmérés és a betöltendő munkakörrel szemben támasztott követelmények figyelembevételével meghatározza, majd eljuttatja üzenetét a paktum projektben részt vevő intézményekhez, együttműködő partnerekhez
- **paktum- partnerek közötti információ feldolgozása, átadása**
- **célcsoport felkutatása, elérése** bevonási módszerek segítségével, kapcsolatfelvétel kezdeményezése
- **érdeklődés:** ha az üzenet felkelti a bevonható álláskeresők érdeklődését, akik átgondolják saját lehetőségeiket és adottságaikat
- **kapcsolatfelvétel:** a projektbe bevonható álláskeresők jelentkezhetnek az üzenet alapján és eljuttatják az üzenet kibocsátójához (paktumtagok) személyes információkat tartalmazó ajánlatukat
- **személyes találkozás:** a jelentkezők által eljuttatott információkat figyelembe véve, kiértékelve az üzenetet kibocsátó személyes találkozást szervez meg, melynek keretében meghatározásra kerül, hogy milyen munkaerő-piaci szolgáltatás igénybevételére van lehetősége az álláskeresőnek
- **alku:** a felek aktuális és hosszú távú érdekeik figyelembe vétele mellett egy alkufolyamat keretében kísérelnek megegyezésre jutni

Minél nagyobb a merítés lehetősége, annál nagyobb a megfelelő munkavállaló megtalálásának esélye.

A foglalkoztatási paktum tevékenységei megadják a keretét, valamint kijelölik a mérföldköveket és határidőket, amelyekhez a következő ciklusnak alkalmazkodnia szükséges.

Projekt-előkészítési szakasz:
(1-3. mérföldkő)

- A paktum munkaszervezetének felállítása
- A munkaszervezet és együttműködő szakemberek, partnerek közös felkészülése a bevonási stratégia megvalósítására (szükséges új ismeretek megszerzése)
- A szükséges kommunikációs és adatgyűjtési felületek kialakítása
- Kapcsolatfelvétel együttműködő munkáltatókkal, igények feltárása, pontosítása (kimenet: munkakörök specifikációi, munkaerőigények megfogalmazása)
- Kapcsolatfelvételek és együttműködések kialakítása bevonásban partner szervezetekkel
- Együttműködési megállapodások megkötésével megalakul a paktumszervezet
- Bevonási stratégia hosszú távon hatásos elemeinek feltárása (cégek és közszféra, cégek és civil társadalom együttműködése, stb.) és ajánlások megfogalmazása a paktum stratégia számára

Megvalósíthatósági szakasz:
(4- 20. mérföldkő)

- Célcsoport elérése különböző módszerekkel, a teljesség igénye nélkül:
 - Közösségi média
 - Álláshirdetések megjelentetése online, offline hirdetésekben
 - Állásbörzék stb.
 - Munkaerő-piaci információs napok
- Jelentkezők regisztrálása minden releváns partner által valós időben elérhető online felületen, a megfelelően kialakított adatgyűjtési/nyilvántartási rendszerben
- Kiértékelések, szükség esetén költséghatékony elemek megisméltése
- Jelentkezők szűrése (CV alapján, illetve kapcsolódó szolgáltatások,)
- Jelentkezők meghallgatása, a potenciális munkáltatók által, illetve a velük egyeztetett módokon
- Leendő munkavállalók kiválasztása, felkészítése, képzése
- Munkaszerződések megkötése, támogatási feltételek biztosítása
- Munkavállalók követése
- Kapcsolattartás munkáltatókkal és egyéb partnerekkel, munkaerőigények megfogalmazása a munkáltatók részéről.

4. Alkalmazandó eszközök és módszerek

A munkaerő bevonás célja, hogy minél több álláskeresőt lehessen integrálni a munkaerőpiacra.

A cél elérése érdekében nem hagyhatjuk figyelmen kívül az alábbiakat:

- Stratégiai gondolkodás, minél korábban megszólítani a potenciális jelölteket.
- Nem csak egyirányú kommunikációt használni, hiszen a közösségi média érdemben és igencsak költséghatékonyan segít ebben.
- Videós megoldások, kisfilmek sok szöveg helyett, amelyek alkalmasak a vírusmarketing eszközöként történő felhasználásra is.
- Állásbörzék, szórólapok, tájékoztató rendezvények, részben a hagyományos módszerekkel és csatornákon keresztül.
- A hagyományos offline reklámok költségeinek csökkentése, hiszen az elérések nem indokolják ezek használatát, különösen a túlságosan drága spotok és helyi TV adások stb. jelentősen alulteljesítenek az online megoldásokkal szemben, helyette a paktum portál megfelelő kiépítésével, interaktív megoldásaival valamint a közösségi médiához kapcsolása jelent alternatívát.
- A paktum egésze során is nagyon erősen szükséges használni az online eszközöket, és a későbbi fenntartható működés érdekében, valamint a munkáltatói igényeket is figyelembe véve minden területen, ahol az csak lehetséges, online kommunikációt szükséges előnyben részesíteni.

A munkáltatók elsősorban a szaktudás, a munkatapasztalat és ismerős ajánlása alapján választják ki a munkavállalókat. A munkaerő felkutatását leginkább a munkaügyi központ által nyújtott csatornákon keresztül, munkaerő-közvetítő/ kölcsönző szervezet által, álláshirdetések és saját kapcsolataik útján valósítják meg. A cégek legfőbb nehézségeit a munkaerő kiválasztásában/ felvételében a megfelelően képzett munkaerő hiánya és a megfelelően tapasztalt munkaerő hiánya okozza. Eddigi tapasztalatok alapján a roma származásúakat, az alacsonyan iskolázottakat és a nem piacképes képzettségűek alkalmazzák a legkevésbé, amelynek okát abban kereshetjük, hogy a munkaerő-piaci kereslet nem e fenti célcsoportokat célozza meg.

Alkalmazható módszerek:

1. Kormányhivatal Foglalkoztatási Főosztálya információs csatornáinak alkalmazása

E módszerek azok, amelyek a jelenleg a szervezet rendelkezésére álló erőforrások és kapacitás adekvát használatával megvalósíthatóak, és szerepelnek a szervezeti repertoárban.

Ezek alapvetően a következő elemek:

- Az álláskeresők informálása személyes ügyintézésük során
- Az állásfelhívások megjelenítése a szervezet honlapján
- Tájékoztató anyagok, papír alapú információs anyagok a kirendeltségeken
- Csoportos tájékoztatók szervezése

2. Állásbörzék

A hagyományos állásbörzék szerepe nem kérdőjelezhető meg, hiszen rövid idő alatt sok találkozás lehetőségét teremti meg. Ugyanakkor nagyon fontos tekintettel lenni arra a helyzetre, amely a jelenleg kialakult munkaerőhiány okainak és folyamatainak figyelembe vételével érthető meg. Az alacsony bérszínvonal és a határokon túli munkavállalási lehetőségek közelsége sok olyan potenciális munkavállalót tart távol még a hazai munkalehetőségek megismerésétől, akik megfelelően vonzó lehetőségek biztosításával megtarthatóak lehetnének a helyi munkáltatók számára. Ezért az állásbörzét úgy kell szervezni, hogy azok mind célcsoportjaik tekintetében, mind módszereik segítségével alkalmas legyen ezen csoportok elérésére. A modern kor informatikai megoldásainak sora ellenére is vitathatatlan a személyes találkozások ereje.

Emellett nem feledkezhetünk meg azokról sem akik nem a hivatalos csatornákon keresztül keresnek állást.

Az állásbörzékre vonatkozóan a következőknek kell teljesülniük:

- kreatív, humoros, közösségi médiára építő figyelemfelhívás a várható eseményről
- az állásbörze munkáltatói kínálata sokszínű és vonzó legyen
- olyan kiegészítő programelemek szükségesek, amelyek valós segítséget, személyre szóló szolgáltatást kínálnak a várt érdeklődőknek, például személyes pályaorientációs tanácsadás, rövid önismereti, kommunikációs kérdőívek, a munkatársakat kereső cégek elégedett munkavállalóival való személyes vagy pódium beszélgetések lehetőségei stb.

3. Egyéni és csoportos tájékoztató napok munkaadói márkaépítés jegyében

A vállalatok számára egyre fontosabb, hogy vonzóbbá tegyék magukat a leendő és jelenlegi munkavállalók szemében, vagyis hogy tudatosabban is foglalkozzanak a munkáltatói márkaépítéssel. Amennyiben a jó munkáltató képe társul a vállalathoz, direkt bevonás nélkül is nő a céghez jelentkezők száma, az álláskeresők nagyobb arányban fogadják el a felkínált juttatásokat.

4. Álláshirdetések (sajtóhirdetések)

Munkaerő bevonással foglalkozó szakértők egy része szerint hagyományos álláshirdetésekkel még mindig meg lehet találni a megfelelő felkészültségű és motiváltságú munkatársakat. Ez bizonyosan így van, jól megírt, jól elhelyezett felhívások alkalmazása esetén. Ugyanakkor látható, hogy jelenleg mégis problémát okoz a munkaerő elérése, miközben még vannak tartalékok az állástalanok körében. Ezért a hagyományos offline és online álláshirdetések mellett mindenképpen indokolt a közösségi médiában és egyéb online lehetőségekben rejlő lehetőségek kiaknázása.

5. Hasonló célcsoporttal foglalkozó civil szervezetekkel, szociális intézményekkel történő szoros együttműködés

Ezen megoldás előnye, hogy a civil szervezetek, szociális intézmények napi kapcsolatban állnak a projektbe bevonható célcsoporttal, így elérésük gyors, és hatékony, továbbá célirányosan tudják irányítani a paktum partnerekhez az álláskeresőket.

6. Szórólapok, utcai hirdetések

Célzottan a projekthez kapcsolódó szórólapok, esetleg plakátok készítésével direkt módon érhetőek el a bevonható álláskeresők. A bevonás során érintett intézményekhez, (például családsegítő intézmények, egyéb szociális szervezetek stb.) kerül eljuttatásra, továbbá olyan helyeken kerül elhelyezésre, ahol nagy létszámban fordul meg a célcsoport. Bár hagyományos bevonási módszer, jelentősége nem elhanyagolható, mert a célcsoport egy része továbbra is ezeken az útvonalakon érhető el. Tovább gondolva a fent leírtakat, a hagyományos módszer keverhető a modern online közösségi elérésre épülő módszerekkel, például a városközpontban kihelyezett képernyő, mely egy távoli vezérléssel folyamatos, és aktuális információkat, elérhetőségeket szolgáltatathatna a paktum-projektrel kapcsolatban.

7. Korábbi projekt résztvevők ismerősei, rokonai

Nem elhanyagolható az a lehetőség sem, hogy a sikeresen beintegrált álláskeresők ajánlják ismerőseiknek, családtagjaiknak, szomszédaiknak (pl. családok átmeneti otthonában lakók egymásnak) a projektet, így közvetett módon jut el az információ a célcsoporthoz. Ennek az elérési csatornának a sikeressége abban rejlik, hogy kreatív, tehetséges, szakmailag jól felkészült szakemberek merész kommunikációs technikákkal érik el a célcsoport tagjait, és gyakorolnak hatást rájuk.

8. Minél korábban elérni a fiatalokat

Sok munkaerő-piaci szakértő tudja, hogy a cégeknek nem a fejlesztési szakasz megkezdésekor kell elkezdni a munkavállalók keresését, hanem sokkal korábban. Egyre nagyobb hangsúlyt kaptak a potenciális jelöltekkel való kommunikáció, az ő felkutatásuk, a velük való párbeszéd elkezdése. Olyan jövőbeni munkavállalók elérése, akik még nem is tudják magukról, hogy valamikor jelöltek lesznek egy-egy pozícióra. A projekt speciális célcsoportjaként jelenik meg ezért a pályakezdő fiatalok köre. Ennek egyik fő oka a jelentős munkaerőhiány. A munkáltatók által érzékelt nehézségek azt igénylik, hogy történjenek olyan lépések a bevonási folyamatban, amelyek lehetővé teszik, hogy a 2017-ben illetve 2018-ban tanulmányaikat befejező, középfokú és felsőfokú szakképzettséget, diplomát szerző fiatalok számára valódi alternatívaként jelenjen meg a helyi munkavállalás. Az ösztöndíjak és egyéb programok (például munkáltatók által biztosított szakmai gyakorlatok, karrier fórumok stb.) növelhetik, sőt akár kifejezetten tanulmányi szerződésekkel biztosíthatják részben a pályakezdő munkavállalók elkötelezését. Ezen célcsoport előnye, hogy friss tudással és szerényebb igényekkel

rendelkezik.

Lehetőség van arra is, hogy a munkaerőt hosszabb távon, folyamatosan igénylő helyi munkaadók olyan, kevésbé szokványos módokon végezzenek a fiatalok körében munkaerő bevonást, amely

- alkalmas a munkáltatóról kialakuló pozitív kép elősegítésére
- személyes kapcsolatokat építsenek a fiatalok leendő munkáltatóikkal, azok képviselőivel
- a fiatalok életkori sajátosságainak, élethelyzetének megfelelő eszközök alkalmazásával beszédtemává tegyék a leendő munkaköreiket
- a leendő munkáltatók az informálás, bevonás funkcióin túl részben egyfajta szűrőt is alkalmazhassanak.

Fentiek megvalósítása érdekében a helyi középfokú és felsőoktatási intézményekkel együttműködve bevonási célú eseményeket indokolt szervezni, amelyek a következők lehetnek:

- tanulmányi versenyek a munkáltatók elvárásainak megfelelő szakterületeken tanuló fiatalok körében, ösztöndíj biztosítására, amely alkalmas a frissen végzettek elkötelezésére
- a fiatalok számára vonzó, a leendő munkakörökhöz köthető élményalapú találkozási pontok szervezése, mint például autószerelő, gépkocsivezető stb. munkatársakat kereső cégek együttműködésével tesztvezetési alkalmak kínálása speciális járművekre, erős közösségi média gerillamarketinggel megalapozva
- gerillamarketing, nyereményakciók fiatalok számára, amely vonzó és értékes nyeremények mellett lehetővé teszik a találkozást elégedett munkavállalókkal, akik maguk válnak így a munkahelyek „reklámarcaivá”

9. Honlap kialakítása

Abevonás folyamatában az aktuális, interaktivitást támogató online jelenlét elengedhetetlenül szükséges alapfeltétel. Az elérendő célcsoport életkora, sajátosságai, kommunikációs és informálódási sajátosságai, valamint a potenciális munkáltatók elvárásai, és a munkaszervezet jelenlegi, korlátozott idejű személyes elérhetőségei miatt is alapvetően fontos, ezért ez a kérdés megkerülhetetlen.

A kialakításra kerülő online felületnek javasolt sajátosságai:

- vonzó és jól kezelhető felület
- a paktum portálba integrált elemek, beleértve egy potenciális munkavállalói adatbázist is, amelynek különösen „értékes” részét a foglalkoztatási intézményrendszer által egyébként el nem ért csoportok tagjai alkotják
- informatív és a célcsoport számára érdekes, rendszeresen frissülő, releváns tartalomszolgáltatás
- interaktivitás biztosítása
- közösségi média felületek integrálása
- a munkaszervezet és partnerek által a lehető legnagyobb mértékű hozzáférése (és felkészítése) e felületek kezelésére, aktualitás biztosíthatósága érdekében is
- mobilbarát weboldal, hiszen a fiatalok elsősorban mobil eszközökön keresztül érhetőek el, esetlegesen üzeneteken keresztül aktuális projektinformációkat lehet eljuttatni a célcsoportoknak

10. Videós megoldások

A következő évek a videós megoldások előretörését hozhatja. Az álláskeresők a hosszú hirdetések vagy szöveges cégbemutatók helyett szeretnek vizuális élményt kapni, mint például arról, hogy néz ki a munkahely, kikkel kell együtt dolgozni. Profi kisfilm készítése költségigényes, de a technológia folyamatosan egyszerűsödik, és a szolgáltatók száma is bővül.

11. A munkaerő-piaci integrálási folyamat során nyújtott szakmai támogatás

A fentiekben alkalmazható módszerek a bevonási folyamatban a célcsoport elérését segítik. Ugyanakkor nagyon fontos a kiválasztási folyamatban történő segítség, támogatás nyújtása. Ennek során olyan programelemek alakíthatóak ki, és valósíthatóak meg, amelyek a munkára való felkészítést, illetve a programban való bent maradáshoz segítik, továbbá a lemorzsolódást akadályozzák. Ebbe a körbe tartoznak a kiválasztást segítő tesztek, szituációs helyzetek, monotónia túrúrést, kommunikációs készségeket feltáró tréninggyakorlatok, amelyeknem csupán a kiválasztási folyamatot segítik, hanem az érintettek számára is fejlesztő hatást gyakorolnak. Továbbá segítik önismeretüket, ezáltal a saját egyéni lépéseiket és döntéseiket támogatják a munkakarrierjük alakítása során. A fenti támogató módszerek beemelése a folyamatba különösen indokolt.

A fentiekben tehát részletesen kifejtettük, hogyan illeszkedik a projekt egészen végighúzódo bevonási tevékenység a paktum szellemiségéhez, és milyen módon szolgálja mind a partneri együttműködoések megerősödését, mind a paktum eredményességének biztosíthatóságát.

5. Munkakörök tartalma és követelmények

A munkaerő kiválasztása szinte mindig viszonylag rövid idő alatt történik, és ha nincs mód kipróbálásra (munkapróba biztosítására), gyakran magában hordozza a tévedés lehetőségét. Lehetőség van arra, hogy a paktumszervezet munkatársai végezzék a bevonáson túl akár a kiválasztás első lépéseit is, ahogy azt már a fentiekben említettük. Fontos beépíteni olyan programelemeket, mint az önéletrajzok értékelése, motivációs levelek elkészítése, kérdőíves felmérések, különféle készségeket feltárni képes tréning jellegű csoportos gyakorlatok.

Valószínűsíthető, hogy a munkáltatók a kiválasztást maguk tervezik végrehajtani. Mivel a bevonás a paktum szervezet elsődleges feladata, fontos az elvárások pontos feltárása és folyamatos becsatornázás biztosítása. Ezt értelemszerűen megkönnyíti, ha a már említett partnerek által elérhető nyilvántartások tartalmazzák minden jelentkező jellemző paramétereit, így a hosszú projektidőszak alatt a munkáltatók nem csak első saját álláshirdetésükre, hanem a paktum bármely szervezetének felhívására jelentkezők adatbázisából is tudnak választani a folyamatosan megjelenő munkaerőigényük

kielégítése érdekében. Ennek biztosítása egyik fontos eleme a paktum együttműködéseknek. A munkáltatói és munkavállalói igények összehangolásával a megfelelő képesítéssel és kompetenciával rendelkező munkaerőt tudjuk a megfelelő munkaadóhoz eljuttatni.

A hatékony és sikeres kiválasztás elengedhetetlen követelménye, a munkakörök pontos és részletes meghatározása.

A munkakörök meghatározása során az alábbiakra kell hangsúlyt fektetni:

- milyen kulcskompetenciával rendelkezőjelentkezőre van szükség
- milyen eszközöket használunk a célcsoport esetében
- hol és milyen formában kerül az állás meghirdetésre
- ki foglalkozzon a jelentkezőkkel
- milyen tájékoztatást adunk a cégről
- milyen időkereteket adunk a bevonási, kiválasztási folyamathoz

Az álláshirdetésnél figyelni kell arra, hogy figyelemfelkeltő, érdeklődést kiváltó, mozgósító legyen.

A munkakör-meghatározással szembeni követelmények:

- tartalmazza a szervezet nevét
- tevékenységét
- munkakör helyét
- betöltendő munkakör leírását
- követelményrendszerét (képzettség, gyakorlat, kor stb.)
- juttatási rendszerét
- jelentkezés helyét és idejét

Látható, hogy jellemzően fiatalabbak elérése a cél, illetve várhatóan nagyon különböző és egyedi igényeket megfogalmazó potenciális foglalkoztatók jelennek meg. A paktum együttműködésbe bekapcsolódó munkáltatóknak is elemi érdeke, hogy minél pontosabban meghatározzák, milyen jellegű munkakörökre és milyen tapasztalattal, készségekkel és képességekkel rendelkező munkaerőre van szükségük. Az előzetes tapasztalatok szerint a munkáltatók fontosnak tartják a digitális írástudást, de kevésbé specifikálják, milyen egyéb készségek, képességek szűrését tartanák fontosnak a bevonási, kiválasztási folyamat során.

Széles kört ölelhetnek fel a vonzó munkavállalói készségek, attitűdök, amelyek a következők lehetnek:

- a munkatárs értékrendje összhangban van a vállalati értékekkel
- rendelkezik a pozíciónak megfelelő képességgel, készségekkel és szakmai tudással
- megbízható
- belső motivációval rendelkezik
- lojális, az az elkötelezett a cég iránt
- proaktív
- öntanuló

- nyitott
- rugalmas
- együttműködő

Az összeszerelői munkakörökben például a monotónia tűrés, az ügyintézői munkakörök esetén a kommunikációs készségek értékelődnek fel. Mindenképpen szükséges, hogy a leendő munkáltatók jelezzék, milyen típusú készségek és képességek fontosak a betöltendő munkakörökhöz. Ennek támogatására a paktum munkaszervezetének bevonási munkatársai (szükség esetén szakértők bevonásával) készíthetnek el egy feleletválasztós kérdőívet, (mindenképpen egyszerűbb ezeket online, és nem manuális összesítéssel és értékeléssel!), amelyben a munkáltatók könnyen, gyorsan jelölhetik igényeiket. Ezek összegzése is gyorsabb a megfelelő szoftverek segítségével. Amennyiben megfelelően kerül kialakításra a potenciális munkavállalók nyilvántartása, és a bevonási folyamatban említett tréninggyakorlatos, tesztes módszerek is megjelennek, a szűrés, a munkáltatók és állást keresők igényeinek egymáshoz illesztése gyorsan és hatékonyan megoldható.

Javasolt módszer:

- munkáltatók első körös, nyílt kérdéses feltérképezése
- készségek, kompetenciák azonosítása
- feleletválasztós, illetve könnyen kezelhető, eldöntendő kérdéseket tartalmazó kérdőívekkel pontosítani az igényeket
- a nyilvántartási rendszerhez illeszteni az igényfelmérés eredményeit
- a bevonási folyamatba illesztett online és tréninggyakorlatos, különösen indokolt esetben papír alapú tesztek alkalmazása a jelentkezők szűrési folyamatában
- az eredmények rögzítése a nyilvántartási rendszerben

6. A bevonás ütemezése

Mint fent többször kifejtettük, a bevonás folyamata végigkíséri a paktum teljes időszakát. Ehhez rendelkezésre állnak a napi szintű feladatokat ellátó munkatársak a paktum munkaszervezeténél, a szakértő, a marketing, a nyilvánosság elérésének költségei egyaránt. A fentiek értelmében a munkaszervezet felállásakor a kommunikáció, a nyilvánosság, az online megjelenések, és a nyilvántartások módszertanának kidolgozásával párhuzamosan szükséges megtenni a releváns bevonási lépéseket, amelyeket a fenti pontokban részleteztünk.

A projekt-előkészítési folyamat az alapozó, információgyűjtő, informatikai és online alapokat megteremtő tevékenységeket foglalja magában, amelyek után a megvalósítási szakaszban már intenzív, jól látható és széles körben érzékelhető eredményeket produkáló tevékenységek következnek.

7. Együttműködő partnerek

A társintézmények körébe az állami, önkormányzati, munkaadók és munkavállalói szervezetek, az iskolarendszerű, a felnőttképző intézmények, a szociális ellátást végző

szervezetek tartoznak. A program sikere érdekében meg kell keresni minden olyan civil szervezetet, amelynek szolgáltatásai befolyásolják a munkaerő kínálat mennyiségét és főleg minőségét. A bevonás során javasolt ezen szervezetek széles körét bevonni a tevékenységekbe.

Kiemelt partnerek listája a célcsoportokhoz rendelve (természetesen a projekt időtartama alatt a bevonandó partnerek köre bővíthető):

| Partnerek/célcsoport* | A | B | C | D | E | F | G | H | I |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Vas Megyei Kormányhivatal | | | | | | | | | |
| OEP, házi orvosok, 4M | | | | | | | | | |
| Szombathely MJV és térségi önkormányzatok | | | | | | | | | |
| Vas Megyei Kereskedelmi és Iparkamara | | | | | | | | | |
| Szombathelyi Szolgáltatási Szakképzési Centrum | | | | | | | | | |
| Szombathelyi Műszaki Szakképzési Centrum | | | | | | | | | |
| Nyugat-Pannon Járműipari és Mechatronikai Központ | | | | | | | | | |
| Védőnői Szolgálat | | | | | | | | | |
| Pálos Károly Szociális Szolgáltató Központ és Gyermekjóléti Szolgálat | | | | | | | | | |
| Hátrányos Helyzetű Roma Fiatalokat Támogató Közhasznú Egyesület | | | | | | | | | |
| Eötvös Loránd Tudományegyetem Savaria Egyetemi Központ | | | | | | | | | |
| Fogyatékkal Élőket és Hajléktalanokat Ellátó Nonprofit Kft | | | | | | | | | |
| Aranyhíd Nevelési-Oktatási Integrációs Központ Egységes Konduktív Módszertani Intézmény, Óvoda, Általános Iskola és Szakiskola | | | | | | | | | |

*Jelölés magyarázat:

A: az alacsony iskolai végzettségű személyek,

B: 25 év alatti fiatalok vagy 30 év alatti pályakezdő álláskereső, (gyakornoki programmal érintett kiemelt célcsoport)

C: 50 év felettek,

D: GYED-ről, GYES-ről visszatérők, vagy legalább egy gyermeket egyedül nevelő felnőttek,

E: foglalkoztatást helyettesítő támogatásban részesülők,

F: tartós munkanélküliséggel veszélyeztetettek,

G: megváltozott munkaképességű személyek,

H: roma nemzetiséghez tartozó személyek.

I: Inaktívak

8. Költségterv

A bevonásra fordítható források köre tartalmazza a bevonásba bevonható munkatársak bérköltségének fedezetét, a rendezvények, valamint marketing tevékenységek költségeit az alábbiak szerint:

Marketing, kommunikációs szolgáltatások költségei:

Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata:

Hirdetések, nyomtatott sajtó, rádió, internet, TV, cégbemutató filmek stb.

5.222.800 Ft

Partnerségi rendezvények (12 db negyedéves megyei paktum partnerségi ülés)

2.400.000 Ft

Pályaválasztási napok (2 db)

2.000.000 Ft

| | |
|--|----------------------|
| Szombathelyi Képző Központ Kft: | |
| Honlap-fejlesztés | 2.500.000 Ft |
| Összesen: | 12.122.800 Ft |

Munkaerő-piaci szolgáltatási csoport bérköltsége (bruttó bér + járulék+egyéb személyi jellegű ráfordítás:

Szombathelyi Képző Központ Kft:

| | |
|--|------------|
| 1 fővezető foglalkoztatásitanácsadó br. 310.000 Ft/hó 38 hónapra | 11.780.000 |
| + járulék | 2.387.008 |
| 3 fő munkaerő-piaci mentor munkatárs br. 270.000 Ft/hó 38 hónapra | 30.780.000 |
| + járulék 891.000 Ft+ 5.346.000 Ft | 6.237.000 |
| 1 fő munkaerő-piaci mentor munkatárs br. 203.000 Ft/hó 40 hónapra | 8.120.000 |
| + járulék | 1.652.440 |
| 1 fő munkaerő-piaci és foglalkozási információs munkatárs br. 270.000 Ft/hó 38 hó | 10.260.000 |
| + járulék | 2.079.018 |
| 1 fő vezető mentor (egyéni fejlesztési tervek, kompetenciafejlesztési tréningek lebonyolítása) br. 300.000 Ft/hó 38 hónapra | 11.400.000 |
| + járulék | 2.309.982 |
| Szakmai megvalósításhoz kapcsolódó személyi jellegű ráfordítás összesen: | 9.280.240 |
| 1 fő speciális tréner br. 8.045 Ft/óra 160 óra (megbízási jogviszonnyal) | 1.287.200 |
| + járulék 1592 Ft/óra | 254.720 |

Vas Megye és Szombathely Város Regionális Vállalkozásfejlesztési Alapítványa (bruttó bér+ járulék):

| | |
|---|--------------------|
| munkaerő-piaci szolgáltatás (álláskereső felkutatása, mentorálása) | |
| br. 635.000 Ft/hó 42 hónapra | 26.670.000 |
| + járulék 129.721 Ft/hó | 5.448.282 |
| 1 fő vállalkozási állásfeltárásokra br. 105.000 Ft/hó 30 hónapra | 3.150.000 |
| + járulék 19.467 Ft/hó | 584.010 |
| Összesen: | 133.679.900 |

Szakértői költségek (megbízási jogviszonnyal):

| | |
|---|---------------------|
| 1 fő pszichológus 5.000 Ft/óra , 300 óra | 1.500.000 Ft |
| 1 fő munkajogi szakértő 60.000 Ft/hó, 42 hó | 2.520.000 Ft |
| Összesen: | 4.020.000 Ft |

9. Dokumentálási rend

A projekt folyamatok dokumentálása, valamint a munkaerő-piaci szolgáltatások nyújtása során figyelembe kell venni az NGM által kiadott hatályos eljárásrendet.

A munkaerő-piaci szolgáltatások igénybevételére való jogosultság, valamint a

foglalkoztathatóság megállapítására kijelölt szervezet a területileg illetékes Kormányhivatal. A munkaerő-piaci szolgáltatások nyújtását a projekt keretében a Szombathelyi Képző Központ Kft szakemberei nyújtják a 30/2000. GM rendeletben foglaltak, valamint az NGM által kiadott eljárásrend követelményeinek megfelelően.

A programban résztvevő álláskeresők számára információs és tájékoztató tevékenységeket kell nyújtani, amely a szolgáltatási folyamat során részletesen dokumentálásra kerül (pl. tájékoztató az álláskeresők részére, nyilatkozat a személyes adatok felvételéhez).

A dokumentálási folyamat során fontos az egyéni fejlesztési terv elkészítése. Az egyéni fejlesztés során a szakember részletesen dokumentálja a programban résztvevő álláskereső szükségleteihez igazodó támogató szolgáltatásokat.

10. Egyéni fejlesztési terv módszertana

Az egyéni fejlesztési tervet a foglalkoztatási tanácsadó, a mentor és a fejlesztő tréner az álláskeresővel közösen készíti el. A fejlesztő csoport tagjai az álláskereső szempontjából szakmai támogatóként járulnak hozzá az egyéni fejlesztési folyamat sikeréhez.

Az egyéni fejlesztés során az álláskereső szempontjából azoknak a motivációs bázisoknak a feltérképezése és biztosítása történik meg, amely motorja lehet az együttműködésnek. A fejlesztő munka során lehetőség nyílik a szükségletekre fókuszálni és annak mentén az egyént motiváló megoldásokat keresni az egyéni motiváció erősítésére. A rendszerszemléletű fejlesztő munkával a mindennapi tevékenység részévé válik a problémakezelés.

Az egyéni fejlesztési tervben megjelenő területeket az álláskereső fejlődése szempontjából kulcsfontosságú területeknek tekintjük.

Az egyéni fejlesztési terv kialakításában az álláskereső aktív résztvevő. Lehetőséget kell biztosítani a számára, hogy ő is tevékeny részese lehessen az egyéni fejlesztési terv kidolgozásának.

A fejlesztés folyamatának sikeressége érdekében kiemelten fontos, hogy a fejlesztő csoport megismerje az álláskereső érdeklődését valamint az egyén kompetenciáit.

A kompetenciák meghatározása után egyértelműen beazonosíthatóak azon munkakörök, melyekre a résztvevők alkalmasak.

Általános információk az álláskeresőkről (első kapcsolatfelvételnél célszerű az információkat rögzíteni)

Alapinformációk

Név:

Lakcím:

Telefon mobil szám:

Tanulmányok

Melyik volt a legutóbbi iskola, ahol tanult? Mit tanult ott?

Mikor fejezte be ott tanulmányait?

Munka tapasztalat, más tapasztalat?

Dolgozott-e korábban, ha igen mit?

Hobbi

Hogyan tölti a szabadidejét?

Milyen tevékenységeket kedvel?

Egészség

Tud-e olyan egészségügyi problémáról, amire tekintettel kell lenni a munkakör megválasztásánál?

Hivatás

Mennyire voltak sikerei az eddigi munkahelyein?

Elégedett volt sikereivel?

Mennyit hiányzott a munkahelyéről?

Legtöbbször miért hiányzott?

Hogyan jött ki munkatársaival, közvetlen felettesével? Indokolja is!

Honnan szerzett tudomást erről a programról?

Munkahelyi elképzelései

Milyen munkakörben szeretne dolgozni? Miért?

Szeretne-e továbbtanulni? Ha igen mit tanulna szívesen?

A jövő

Képzeld el az életét egy év múlva! Milyen dolgok változnának meg?

Gondoljon ki két módot arra, hogyan válhatná valóra kívánságát!

Mit tehetnék az érdekében mindennap?

Mit tehetnék az érdekében minden héten?

Mit tehetnék az érdekében havonta egyszer?

Mi fenyegetheti jövőbeni terveit?

Kinek a segítségére van szüksége még?

Létezik-e olyan terület vagy olyan helyzet, ami miatt speciális segítségre szorul?

.....
.....
.....

Egyéb megjegyzések az álláskeresővel kapcsolatban (ide írja azokat az információkat, amelyek közlését fontosnak tart még az álláskeresővel kapcsolatban):

.....
.....
.....

Fejlesztendő területek, fejlesztési feladatok és irányok:

Sorolja fel összefoglalóan a fentebb közösen meghatározott, illetve előzetes tapasztalatok alapján is a **fejlesztési célokat** és területeket a következő 3 hónapra!

.....
.....
.....

Mit kell **tennie az álláskeresőnek** a cél elérése érdekében? Kérjük, nagyon konkrétan, a fentebb kijelölt fejlesztendő területek alapján ennek a résztvevők általi **közös, összegző megfogalmazását és rögzítését!**

Mit kell **tennie az állást keresőt segítő szakembereknek** a célok megvalósítása érdekében?

Kérjük, nevezze meg a segítségnyújtásban szereplők nevét, státuszát és vállalt feladatait, határidőket!

.....
.....
.....
.....