
Helyi foglalkoztatási együttműködés kialakítása Sátoraljaújhely központtal

KOMMUNIKÁCIÓS TERV
és
VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓS TERV

PROJEKT SZÁMA:
TOP-5.1.2-15-BO1-2016-00008

Készítette:

Zemplén Televízió Közhasznú Nonprofit Kft.

Sátoraljaújhely Város Önkormányzata közreműködésével

Sátoraljaújhely, 2017. szeptember

1. Helyzetelemzés és stratégiai célkitűzések

Előzmények és általános célok

Helyi foglalkoztatási együttműködés kialakítása Sátoraljaújhely központtal

Előzmények: Borsod-Abaúj-Zemplén Megye, ezen belül a zempléni régióban egyrészt magas a munkanélküliek aránya, másrészt relatív munkaerőhiánnyal küzd a térség. Ez utóbbi oka, hogy a munkanélküliek nem rendelkeznek megfelelő szakképesítéssel, így az elhelyezkedésük nehézkes. A régióban működő cégek vállalkozások pedig nem találnak a profiljuknak, tevékenységüknek megfelelő munkaerőt. Erre a kettős problémára kíván megoldást biztosítani a jelen projekt.

A közfoglalkoztatásnak egyre nagyobb szerepe van a helyi munkaerő foglalkoztatásában. A tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy a közfoglalkoztatás nem jelent perspektívát hosszú távon, mert a magasabb iskolai végzettségűek számára nem tud megfelelő munkalehetőséget biztosítani. Ezért Sátoraljaújhely Város Önkormányzatának célja, hogy olyan foglalkoztatási programot tudjon működtetni, amely hosszú távon is megoldást nyújt az álláskeresőknél, és lényegesen hozzájárul a foglalkoztatottság növeléséhez.

A stratégiai cél: A projekt célja képzési és foglalkoztatási programok megvalósítása a köz- és gazdasági szféra partnerségében, a hátrányos helyzetű, megváltozott munkaképességű munkavállalók elhelyezkedésének segítése. A foglalkoztatási paktumok keretében munkaerő-piaci programokban résztvevők száma: 310 fő; álláshoz jutók száma: 102 fő; az álláshoz jutók közül a támogatás után hat hónappal állással rendelkezők száma: 66 fő. A munkaerő piaci programok a megyei és a helyi foglalkoztatási együttműködések összehangolásával valósulnak meg. A program célcsoportját alkotó valamennyi kategória támogatottjait egyenlő súllyal kívánják megszólítani. Elsődleges feladat a megye foglalkoztatási irányvonalainak konkrét meghatározás, valamint az együttműködési keretek kialakítása. A helyi paktum keretében megvalósulnak a foglalkoztatási-gazdaságfejlesztési együttműködések keretében, programszerű és integrált, a helyi együttműködési földrajzi területére kiterjedő, a gazdaság- és foglalkoztatás-fejlesztési együttműködések támogatása és célcsoport képzéséhez, foglalkoztatásához kapcsolatos programok. Fontos a munkaerő és álláskereső foglalkoztatási profilok felmérése, majd a szükséges képzési, tanácsadási igények meghatározása. A képzések, illetve a foglalkoztatás a vállalkozások előzetes jóváhagyásával kezdhetők meg. A projekt preferálja a hátrányos helyzetűek, megváltozott munkaképességűek és inaktívak munkaerő-piaci részvételét, a képzéssel egybekötött munkatapasztalat-szerzést. A

bértámogatáson túl támogatják a célcsoport utazását. A projekt hangsúlyt helyez a megyei munkaerőpiac védelmére. A helyi foglalkoztatási paktumok irányító testületének a helyi önkormányzat, a Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Kereskedelmi és Iparkamara valamint a Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Kormányhivatal lesz a tagja. A Kormányhivatal az álláskereső célcsoporttal, míg a kamara a vállalati célcsoporttal van napi kapcsolatban. A projektet össze kell hangolni más állami, EU-s támogatású munkaerő-piaci programmal, amit a Kormányhivatal biztosít. A projekt hozzájárul új munkahelyek létrehozásának ösztönzéséhez és az álláskeresés sikerességének javításán keresztül a népesség megtartásához, az életminőség javításához, a munkaképesség fenntartásához és segíti a letelepedni vágyókat az elhelyezkedésben. A projekt megvalósítása során együttműködés valósul meg a Nemzetgazdasági Minisztériummal, figyelembe véve és követve az általa kiadott módszertani útmutatóban foglaltakat.

2. Kommunikációs célok meghatározása

A helyi foglalkoztatási paktumok kommunikációs tevékenységei elérhetővé válnak és elősegítik a munkahelyek létrehozásához szükséges projektek kialakulását.

Jelen dokumentum a foglalkoztatást elősegítő program kommunikációs feladatainak összegzése, melyek azt a célt szolgálják, hogy a lakosság, illetve az érintett célcsoportok támogatása mellett valósuljon meg a projekt. A célcsoportba tartozókat megfelelő, aktuális információval ellátva elérhetjük, hogy a projekt által kitűzött célokat elfogadják, és tudatosan támogassák.

A projekt kommunikációjának ezért pozitív hangvételűnek kell lennie, hangsúlyozva, hogy a helyi foglalkoztatási együttműködés kialakítása hatással van a régió foglalkoztatottsági és gazdasági helyzetére.

A kommunikáció elsősorban a projekt által közvetlenül érintett célcsoportoknak kell hogy, szóljon, azzal az üzenettel, hogy a program elsősorban az ő életükre van kihatással, pozitív változást eredményezhet saját és családtagjaik életében.

A kommunikációs eszközök, technikák által közvetített információknak konkrétumokra kell épülniük, az általános megfogalmazások kizárólag a stratégiai célok bemutatására használhatók, egyéb esetben a projekt sikere érdekében kerülendőek.

A projekt két célcsoport felé kommunikál: A projektbe célcsoportként bevonni tervezett álláskereső hátrányos helyzetű személyek és inaktívok felé, akik számára olyan szolgáltatások nyújtása történik meg, amelyek hozzásegítik őket a munkához jutáshoz és visszavezeti őket a munka világába. A kommunikáció másik célcsoportja a helyi cégek, vállalkozók, akik számára megfelelő képzettségű /motivációjú munkavállalókat teremt a projekt, javítva ezzel a foglalkoztatást helyi szinten.

A kommunikációs terv elfogadása után, az annak végrehajtásában részt vevők számára történő kihirdetés, illetve a terv végrehajtásának felügyelete a projektvezető kizárólagos feladata és hatásköre.

3. Célcsoportok – üzenetek meghatározása

Célcsoportok	Üzenetek
Munkanélküli és hátrányos helyzetű személyek	A program keretében megvalósuló képzések során 310 elsősorban munkanélküli és hátrányos helyzetű személy szerez olyan szakmát, melyek segítségével, nagyobb eséllyel indul a munkaerő piacon.
Vállalkozások	A projekt keretében olyan képzések lesznek, melyek a vállalkozásokkal folytatott előzetes egyeztetések alapján és azok jóváhagyásával valósulnak meg. A program végén ezért olyan munkaerő áll majd rendelkezésükre, mely kielégíti a cégek, vállalkozások igényeit.

4. Kommunikációs stratégia megalkotása

A program sikere függ a társadalmi elfogadottságból eredő kockázattól is. A kommunikáció során ezért érzékelteni kell a lakossággal, a célcsoportba tartozó személyekkel illetve a gazdasági élet szereplőivel a projekt gazdasági valamint társadalmi hasznát.

A kommunikáció célcsoportjai

Elsődleges célcsoport: A programba bevonni kívánt álláskereső hátrányos helyzetű személyek és inaktív személyek. Fontos, hogy tudatosuljon bennük, hogy a program a saját és a családjaik

boldogulását segíti.

Másodlagos célcsoport: Helyi cégek, vállalkozások, hiszen a program eredményeként szakképzett munkaerőhöz juthatnak.

Harmadlagos célcsoport: a projekt részt vevő és a képzéseket végző cégek, oktatási intézmények, hiszen a programban vállalat határidők illetve a képzés sikeressége az ő tevékenységükön is múlik.

Negyedleges célcsoport: A lakosság, mert a projekt hozzájárul új munkahelyek létrehozásának ösztönzéséhez és az álláskeresés sikerességének javításán keresztül a népesség megtartásához, az életminőség javításához, a munkaképesség fenntartásához és segíti a letelepedni vágyókat az elhelyezkedésben.

A kommunikáció eszközszerrendszere

A Helyi foglalkoztatási együttműködés kialakítása Sátoraljaújhely központtal” című projekt kommunikációs tervének ütemezése a vállalati szerződésben rögzített ütemterv szerint kell, hogy haladjon, annak meg kell hogy, feleljen.

A támogatási szerződésben foglaltakhoz képest kisebb volumenű kommunikációs tevékenység nem valósulhat meg, a különböző csatornák igénybevétele, a források hatékony felhasználásával történik.

Fontos, hogy a kommunikáció valóban azokhoz érjen el, akiknek szánták az üzenetet. Azaz valódi, céltudatos, és sikeres kommunikáció valósuljon meg.

Tekintettel a térség szociálisan hátrányos helyzetére, a kommunikációnak és a válságkommunikációnak kiemelt szerepet kell játszania a projekt megvalósítása során, annak minden elemében.

Kommunikációs csatornák, ütemterv

Sátoraljaújhely Város honlapján a projekthez kapcsolódó oldal megjelenítése.

Megvalósítása a projekt indulásával párhuzamos. Az internetes honlap tartalmazza a projekt leírását, megvalósulásának menetét, aktuális információt nyújt a jelenlegi állapotról. Tájékoztatást nyújt a lakosság, és a projekt résztvevői számára. Az oldalon megtalálhatók a legfrissebb hírek a megvalósítás menetére vonatkozóan. Megtalálható a program indoklása, a projektismertető, és várható eredményei.

Ismertető tábla elhelyezése

A tájékoztató tábla biztosítja az európai uniós forrásból megvalósuló fejlesztések láthatóságát a lakosság számára. A tábla elhelyezése a legszükségesebb projektinformációkat tartalmazza, az európai uniós pályázat emblémákkal ellátva.

Sajtóközlemény, sajtóesemények összegyűjtése

A projekt indításakor és zárásakor sajtóközlemény készül, mely bemutatja a program elemeit, céljait, várható eredményeit. A sajtóközlemény megjelenik a Zemplén televízió hirdetési felületein. /képűjság/ valamint a helyi nyomtatott sajtóban.

Fotódokumentáció

A program legfontosabb állomásai fotók segítségével is dokumentálásra kerülnek. A fotódokumentáció elérhető a projekthez kapcsolódó térképtéren.

TV tájékoztató a térségi televízióban

A televízió ellátottsági területén képes a legszélesebb célcsoportt illetve közönség elérésére. A helyi Zemplén TV-ben való hír-megjelenés a projekt megvalósításának legfontosabb állomásáról számol be. Például a képzések indulásakor, alakulásáról, tanfolyamokat követő foglalkoztatásról.

5. A tájékoztatás során használt kommunikációs eszközök

	Kommunikációs eszközök	Tevékenység időbeni ütemezése (év, hónap)	Darabszám	Az eszköz paraméterei	Az eszköz költsége (nettó ár forintban + ÁFA)
1	Kommunikációs terv készítése	2017. szeptember	1		70.000
2	Nyomtatott tájékoztatók (brosúrák, szórólapok, stb.) elkészítése és lakossági terjesztése	-	-	-	-

3	A kedvezményezett működő honlapján a projekthez kapcsolódó tájékoztató (esetleg aloldal) megjelenítése	2017. október-2020. május 31.	1	A projekt kedvezményezettje Sátoraljaujhely Önkormányzata. A város honlapján kerül kialakításra a projekthez bemutatását célzó aloldal, mely a program teljes időszaka alatt elérhető.	60.000
4	Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenés összegyűjtése	2017. november	1	A sajtóközlemény röviden összefoglalja a projekt célját, legfontosabb információit. tartalmazza a kedvezményezett nevét, a támogatás mértékét, a támogatót illetve a szükséges formai elemeket, lógókat, szlogent valamint a projekt kódszámát. Megjelenik a helyi sajtóban. (Zemplén TV képűjság, Újhelyi Körkép)	30.000
5	Sajtónyilvános események szervezése (ünnepélyes eseményekhez, pl. alapköletétel, egyes beruházási fázisok befejezése, projektlátogatás, átadások, képzés zárása, stb.)	-	-	-	-
6	A projekt helyszínein „B” és „C” típusú tábla elhelyezése	2017. október-2020. május 31.	6	A projekt megvalósulásának helyszínén 1 darab „B” típusú tábla kihelyezése. Mérete: 300 x 150 cm, illetve 5 darab „C” típusú tábla kihelyezése. Mérete: 59,4 cm x 42 cm	70.000
7	Média-megjelenés vásárlása a projekthez kapcsolódóan	-	-	-	-
8	Kommunikációs célra alkalmas fotódokumentáció készítése	2017. október-2020. május 31.	minimum 3 darab	A projekt megvalósulása során fotódokumentáció készül. minimum 2448x3264 ~ 8,0 MP	40.000

				felbontásban	
9	Sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése	-	-	-	-
10	Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése	2020. május 31.	1	A sajtóközlemény röviden összefoglalja a projekt célját, elért eredményeit. Tartalmazza a kedvezményezett nevét, a támogatás mértékét, a támogatót illetve a szükséges formai elemeket, lógókat, szlogent valamint a projekt kódszámát. Megjelenik a helyi sajtóban. (Zemplén TV képújság, Újhelyi Körkép)	30.000
11	Eredménykommunikációs információs anyagok, kiadványok készítése	-	-	-	-
12	TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal	2017. október-2020. május 31.	1	TÉRKÉPTÉR feltöltése, mely tartalmazza a projekthez kapcsolódó leírást, a kommunikációs célú fotókat, egyéb más a projektről készült sajtóanyagot.	5.000
13	A beruházás helyszínén „D” típusú emlékeztető tábla elkészítése és elhelyezése	2020. május 31.	1	A projekt zárását követően annak megvalósításának helyszínén elhelyezésre kerül a „D” típusú emlékeztető tábla. Mérete: 59,4 cm x 42 cm	5.000

6. Értékelés

Eszköz	Értékelési módszer
sajtmunka	A megjelent sajtócikkek, tudósítások, sajtóközlemények összegyűjtése
honlap	megvizsgálásra kerül, hogy a projektről való tájékoztatás érdekében Sátoraljaújhely Weboldalán létrehozott aloldalt mennyien látogatták meg.
Személyes visszajelzések	Tapasztalatok összegyűjtése a projekt célcsoportjának tagjaitól

Források

A kommunikációs tervben foglalt feladatok végrehajtása, a kiválasztott kommunikációért felelős szervezet ajánlata és a megkötött szerződés alapján a tervek szerint 310.000 Ft + Áfa összegben igényel forrást.

Ezen forrásra aszámú támogatási szerződés szerint fedezet áll rendelkezésre.

Sátoraljaújhely, 2017. szeptember

A tervben foglaltak végrehajtását elrendelem!

Érvényes visszavonásig.

Sátoraljaújhely, 2017. október 18.

p.h.

.....
Seres Péter

Helyi foglalkoztatási együttműködés kialakítása Sátoraljaújhely központtal

VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓS TERV

PROJEKT SZÁMA:

TOP-5.1.2-15-BO1-2016-00008

Készítette:

Zemplén Televízió Közhasznú Nonprofit Kft.

Sátoraljaújhely Város Önkormányzat közreműködésével

Sátoraljaújhely, 2017. szeptember

1. BEVEZETÉS

Bármennyire is egyedülálló és gondosan kidolgozott, terület értékeit, előnyeit, hátrányait maximális figyelembevételével elkészített terv keretében valósul meg” Helyi foglalkoztatási együttműködés kialakítása Sátoraljaújhely központtal” című projekt, fel kell készülnünk olyan előre nem látható események bekövetkezésére és károsító hatására is, amelyek nem tervezhetőek.

Esetünkben a válság a projekt megvalósítása során a konzorciumi partnerek, az együttműködő cégek, vállalkozások illetve a képzésekbe bevont személyek visszalépése, a képzést vállaló intézmények meghátrálása jelenthet rizikót. A válságban az események felgyorsulnak és összegeződnek, mellyel párhuzamosan az emberek reagálása kiterjed és felerősödik.

A valódi válsággal együtt jár a nyilvánosságra-kerülés, és ez kényszeríti ki, hogy ne csak a válság tulajdonképpeni kezelésével foglalkozzunk, hanem a válságkommunikációval is. A tapasztalatok azt mutatják, a válság elhárításánál sokszor a dolog kommunikációs kezelése a nehezebben megoldható feladat.

A válságban az események felgyorsulnak és összegeződnek, mellyel párhuzamosan az emberek reagálása kiterjed és felerősödik. Tekintettel a térség lakosságának szociális helyzetére különbözőségére meghatározó, hogy egy esetleges válsághelyzetben milyen kommunikáció valósul meg.

2. LEHETSÉGES RENDKÍVÜLI HELYZETEK

A válságkezelés és a válságkommunikáció szükséges, de nem elégséges feltétele a válság típusának meghatározása. Már a válság megjelenése előtt fel kell készülnünk a gyors, pontos helyzetértékelésre, ismernünk kell a célcsoport tagjainak szociális helyzetét, a lakosság egymástól eltérő attitűdjét, a környezet eltérő véleményalkotási jellemzőit, a válság kontrollálhatóságának érvényre juttatási lehetőségeit. Minden válságnak vannak sajátos, egyedi vonásai, amelyek tulajdonképpen egyértelműen csak azt az esetet jellemzik, más esetben nem, vagy nem ugyanúgy fordulnak elő. Van azonban négy közös elem, amely minden válságot jellemez, és e négy elem ismerete nagymértékben elősegíti a válsághelyzet kialakulásának a felismerését, illetve a konkrét kezelését. E négy elem pedig a következő:

- ✓ alapvető (kiváltó, indító) ok;
- ✓ a fenyegetettség megjelenése;
- ✓ nem kontrollálható helyzetek kialakulása;
- ✓ koncentrált, azonnali beavatkozás szükségessége.

A projekt megvalósításának során összegezve az alábbi válságesemények bekövetkezése lehetséges:

- ☞ A projektben részt vevők váratlan kilépése,
- ☞ Gondatlanságból eredő bűncselekmény elkövetése a megvalósítás szakaszában,
- ☞ Tűz, egyéb nagyobb káreset;
- ☞ Baleset;
- ☞ A projektvezető rövid idejű kiesése a döntéshozatalból;
- ☞ A lakossági támogatás hiánya;
- ☞ A meghatározó vezetőt tragikus baleset éri;

3. Kommunikációs célcsoportok és elérésük módjának meghatározása

Elsődleges célcsoport minden esetben a képzésekben részt vevő megváltozott munkaképességű illetve inaktív személyek, akik egyben elszenvedői is lehetnek a válságnak. A válságkezelés alatt az ő informálásuk elsődleges, kiemelt feladat kell, hogy legyen. Szintén fontos azon vállalkozások és cégek vezetőinek tájékoztatása kik vállalták, hogy a tanfolyamok lezárása után foglalkoztatják a képzés résztvevőit. Tájékoztatni kell a térség lakosságát is, hogy a projekt megszakítása vagy időbeni eltolódása milyen hatással van a régió gazdaságára.

Fontos célcsoport a konzorciumi partnerek, kiknek szintén pontos információkkal kell rendelkezniük a válság okairól, és akikkel közös összefogásban lehet megoldást találni a kialakult problémás helyzet kezelésére.

A sajtó esetében minden körülmények között a nyílt, őszinte kétoldalú kapcsolatot kell kialakítani, azaz elérni, hogy ha bármit megtudnak, elsőként a projekt menedzsmentjéhez forduljanak kérdéseikkel. El kell érni, hogy ne a „szenzáció” megjelentetése legyen az elsőrendű cél. Ezzel együtt erősíteni kell a helyi kiadványok színvonalát, növelni kell a projekttel kapcsolatos tájékoztatók megjelenési gyakoriságát is. Az elsődleges célcsoport a menedzsmenttől kapjon mindenekelőtt tájékoztatást a kialakult válságokról, így némileg csökkenthetjük az információtorzulás veszélyét.

Elsőként a munkatársakat kell tájékoztatni (vezetők, teljes munkatársi kör), mivel ők hiteles információforrásként jelennek meg környezetük felé. Részükre azt is külön meg kell mondani, hogy mit és milyen formában mondhatnak tovább.

A válságkezelés szempontból kiemelt jelentőséggel bír, hogy valamennyi célcsoport első

kézből kapjon hiteles, pontos információkat a kialakult helyzetről.

Fontos, hogy minden célcsoportot rendszeresen tájékoztassuk a válság stádiumáról. A válságot követően demonstráljuk, hogy úrrá lettünk és túlléptünk a válságon. Ezért bármilyen jellegű zavar esetén, amely a megvalósítás során keletkezett, nyílt napot kell tartani.

VÁLSÁGSTRATÉGIA

Kommunikációs kezelésük módja

A projekt válságkommunikációja a válságmenedzsmentünk része. A válságkommunikáció nézőpontjából minden olyan esemény, vagy jelenség válsághelyzetnek tekintendő, amely alkalmas a projekt képzéssel, foglalkoztatással kapcsolatos bizalom megrendülésére. A válsághelyzetek kommunikációs kezelése PR feladat, melynek sarkalatos pontja, hogy a válságkezelés kommunikációs stratégiája, lépései hogyan kerülnek kidolgozásra, és a munkaszervezet ezeket hogyan tudja elfogadni.

Jelen esetben is a szervezetek egészét kell érteni, annak legfelső szintjétől a legalsóig, tehát mindenkit értünk ez alatt, aki a kidolgozott tervnek, elképzelésnek megfelelően tevékenykedik a projektért a válság megoldása érdekében.

Így a válsághelyzet legfontosabb teendője a valóságos, jól megalapozott tényekről szóló konkrét információk gyors és konzisztens alkalmazása. Ezzel csökkenthető a szakmailag helyesen értékelt válság tényleges állapota és a kívülállók, például a közvélemény által gondolt, vagy vélelmezett válsághelyzet közti különbség.

A válságok hatása nem múlik el a válsághelyzet lecsengésével, következményei hosszú ideig hatnak mind az illető szervezetre és annak környezetére, a vele kapcsolatban álló emberekre.

Az eredményre vezető cselekvési módok és szemlélet a bekövetkezett válsághelyzet bekövetkezése esetén:

- ☞ Az esemény bekövetkezésekor az azt észlelő személynek azonnal értesítenie kell az illetékes vezetőt;
- ☞ A válságos helyzet bekövetkezését a projekt vezetőségének fel- és el kell ismernie;
- ☞ A lehető legrövidebb időn belül ki kell alakítani a válságstábot és a kommunikációs stábot;
- ☞ Fokozott figyelemmel kell kísérni a környezet reakcióit, annak minden szereplője részéről (média, önkormányzatok, közreműködő szervezetek). A környezet reakcióit elemezni kell, és késedelem nélkül beépíteni a cselekvési programba;

- ☞ Össze kell gyűjteni a válsággal kapcsolatos lehető legtöbb információt, az előzmények hatását is értékelve (ezek a későbbiekben figyelmeztető jelként szolgálhatnak adott helyzetben);
- ☞ A válsághelyzettel kapcsolatos tények ismeretében osztályozni kell az eseményeket, majd mobilizálni az erőket és forrásokat;
- ☞ Ezen lépések után kerülhet sor a környezet és a közvélemény korrekt, valóságnak megfelelő tájékoztatására;
- ☞ Biztosítani kell a projekt profi, kiválóan felkészült kommunikációs stábjának révén a folyamatos, korrekt tájékoztatást, olyan időpontokban, amikor valóban hasznos információk állnak rendelkezésre;
- ☞ Érzékeltetni kell minden lehetséges módon és eszközzel, hogy a projekt vezetősége és teljes személyzete ura a helyzetnek és készen áll a válság elhárítására;
- ☞ A válság megszűnéséig összehangolt munkát kell végeznie a projektben közreműködő személyeknek, szervezeteknek alapul véve az előre kidolgozott cselekvési tervet.
- ☞ Majd a projekt vezetőségének is le kell vonnia a tapasztalatokat, következtetéseket, és meg kell tenniük a hosszabb távra szóló módosításokat.

Egy adott válság kezelése a kommunikáció eszközrendszerével jelentősen csökkenthető, illetve megoldható. A kockázatkezelés és válságmenedzsment számos elemből áll, de az alapelv minden esetben az, hogy minden veszélyesnek ítéltető jelenséget időben kezelni kell. Ez többnyire többletinformáció eljuttatását jelenti, de mindig a konkrét helyzet szabja meg, hogy mikor melyik kommunikációs csatornát és eszközt kell használni.

Hatásosabb és olcsóbb a válság elkerülése a jó kommunikációval, mint a már kialakult válság menedzselése. A tájékoztatás során lehetőséget kell biztosítani arra, hogy az érintettek elmondhassák véleményüket projektről. A jogszabályokból és előírásokból eredő kötelezettségek betartása mellett a lehető legteljesebb körű közérthető tájékoztatást kell biztosítani, olyan folyamatos párbeszédet kell nyitni, amely a partnerség szellemében tájékoztat a célcsoportokra váró feladatokról és követelményekről. A nyílt, kétoldalú kommunikáció a kérdésekre adott megfelelő válaszokkal eloszlatja a lakosság kétségeit és félelmeit, növelve ezzel a pályázati program lakossági elfogadásának esélyeit.

A kommunikációs- a válságkommunikációs stratégiát és az alkalmazott eszközöket folyamatosan értékelni, és azokat szükség esetén, a tapasztalatokhoz igazítva rugalmasan módosítani kell. A szereplőknek folyamatosan figyelniük és értékelniük kell a kockázatokat, a felbukkanó válságjeleket és azokat a leghatékonyabb módszerekkel csökkenteni vagy optimális esetben semlegesíteniük kell.

Összességében: a jól felépített tájékoztatás előre megválaszolja a kérdéseket, felméri a

kockázatokat, és időben nyújtott, tartalmas, őszinte, hiteles, kiegyensúlyozott és nyílt tájékoztatással megelőzi a konfliktusok, válságok kialakulását – ezáltal hozzájárul képzések, a foglalkoztatás és a munkahelyek számának növelése lakossági elfogadásához és a sikeres megvalósításhoz.

Krízismenedzsment tartalma

A kríziskommunikációs kézikönyv szolgálja a projekt végrehajtását. Hiszen három kockázati tényező is akadályozhatja program menetét.

- **Humán kockázat**

Csúszik a projekt indítása (pl. nincs elegendő személy a képzésekre vagy a képzőközpontok nem tudják időben elkezdni a munkát).

A projektmenedzsmentben bekövetkező változások

Feladat:

- probléma meghatározása
- az érintett területen a feladatok átadás-átvételének megszervezése
- a legmegfelelőbb személy kiválasztása
- a változások bejelentése
- a változások kommunikálása
- szakértői egyeztetés, a megoldás meghatározása
- a megoldás kommunikálása
- a károk felmérése, a költségvetés újratervezése
- felelősök meghatározása, kártérítés érvényesítése

- **Jogi szabályozás változásából eredő kockázat**

Gazdasági környezetet befolyásoló változások, melyek elsősorban többletköltséget jelentenek (pl. adónövekedés, minimálbérnövekedés, munkajogi szabályok stb.)

Feladat:

- a változás hatásainak meghatározása, felmérése
- válaszlépések meghatározása
- a keletkező többletköltségek kiszámítása
- költségvetés módosítása

- **Pénzügyi-gazdasági fenntarthatóság kockázata**

A folyamatos finanszírozás meghiúsul (a projektgazda gazdasági nehézségei, fenntartóváltás stb.)

Feladat:

- finanszírozás folytatás időpontjának meghatározása
- költségvetés módosítása

- projekt kivitelezés befejező időpontjának módosítása
- a változások bejelentése az irányítóhatóság felé
- a megváltozott körülmények és hatásainak kommunikálása

A krízismenedzsment a felsorolt problémák megoldása közben a kommunikációs tevékenységét összehangoltan és minél pozitívabban kell, hogy ellássa.