

CRP PROJEKT V5-1927: Krepitev digitalnih kompetenc ranljivih skupin za izboljšanje zaposljivosti in višjo dodano vrednost na trgu dela

STRATEGIJA KOMUNICIRANJA



arrs

JAVNA AGENCIJA ZA RAZISKOVALNO DEJAVNOST
REPUBLIKE SLOVENIJE



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA DELO, DRUŽINO
SOCIALNE ZADEVE IN ENAKE MOŽNOSTI

VSEBINA

1. UVOD	3
1.1 Vsebinski opis projekta	3
1.1.1 Cilji projekta	3
1.1.2 Faze projekta in opis njihove realizacije	4
1.2 Komunikacijski cilji	6
1.3 Aktivnosti	7
2. NACIN KOMUNICIRANJA S CILJNIMI SKUPINAMI	8
2.1. Ciljne skupine projekta	8
2.2 Interno komuniciranje	8
2.3 Komuniciranje z eksternimi ciljnimi skupinami	9
3. MATRIKA AKTIVNOSTI KOMUNICIRANJA	10



1. UVOD

1.1 Vsebinski opis projekta

Hitre tehnološke spremembe in različne možnosti avtomatizacije trga postavljajo udeležence na trgu dela v posebno potrebo po posodobitvi znanja in spretnosti. Stalno usposabljanje na delovnem mestu zato postaja ključni instrument za ohranjanje dolgoročne zaposljivosti vseh zaposlenih. V zvezi z dostopom do usposabljanja o novih tehnologijah se zdi, da imajo ranljive skupine zaposlenih manj priložnosti za usposabljanje kot ostali zaposleni. Zato je potrebno oblikovati kot odgovor na te izzive politike za vzpostavitev in nadgradnjo digitalnih veščin za ranljive skupine.

Prihodnji izzivi na področju digitalnih kompetenc bodo zahtevali znatno povečanje možnosti za usposabljanje odraslih, še posebej ranljivih skupin za spodbujanje naložb v znanja in spretnosti. Ključni izziv je v tem, da veliko število ranljivih skupin posameznikov nima osnovnih digitalnih veščin, potrebnih za preživetje v tehnološko bogatem delovnem okolju. Reševanje tega izziva bo zahtevalo takojšnje in obsežno povečanje možnosti za usposabljanje le-teh.

CRP bo zapolnil vrzeli, ki obstajajo na trgu dela med ranljivimi skupinami posameznikov med obstoječo ponudbo usposabljanj za krepitev digitalnih kompetenc in povečanje motivacije in potrebami po digitalnih kompetencah na trgu dela. Na podlagi kompetenčne matrike bo razvit model vseživljenjskega učenja (v nadaljevanju VŽU) za krepitev digitalnih kompetenc in povečanje motivacije ranljivih skupin za vstop na trg dela in povečanje dodane vrednosti na trgu dela.

Rezultati CRP bodo imeli pomembno vlogo za gospodarstvo in družbo. Ponudil bo možnost močnejše povezave med izobraževalnim sektorjem, usposabljanjem in trgom dela. Kompetenčna matrika bo rezultat dejanskih potreb na trgu dela, zato bo CRP zagotovil tudi boljše in ujemajoče se kompetence, ki so ključnega pomena za količino dela in kakovost delovnih mest. Model VŽU bo zagotovil ustrezna znanja ranljivih skupin na delovnem mestu in izogibanje njihovi deprecijaciji.

1.1.1 Cilji projekta

- Analiza vloge slovenskih in evropskih Zavodov za zaposlovanje in drugih podpornih institucij na trgu dela z vidika digitalnih veščin, motivacije za ponovno vključevanje na trg dela in VŽU.
- Analiza digitalnih znanj, ki jih zahtevajo delodajalci z vidika panoge in poklica, vključno z analizo najpogostejših vrzeli v digitalni digitalnih znanjih pri delodajalcih.
- Priprava predlogov ukrepov za izboljšanje ujemanja med digitalnimi spretnostmi delavcev in zahtevami njihovih delovnih mest.
- Priprava predloga ukrepov za opolnomočenje ranljivih skupin za potrebe trga dela.
- Priprava VŽU modela usposabljanja za izboljšanje digitalnih kompetenc in povečanje motivacije pri vključevanju na trg dela.
- Ozaveščanje javnosti o pomenu digitalnih kompetenc za izboljšanje zaposljivosti in ustvarjanje dodane vrednosti na trgu dela z dvigom digitalnih kompetenc posameznikov.
- Priprava matrike digitalnih veščin po gospodarskih sektorjih in glede na izobrazbo posameznikov.
- Priprava predloga ukrepov za oblikovalce politik.

1.1.2 Faze projekta in opis njihove realizacije

Raziskovalno delo v projektu bo ob aktivnostih vodenja potekalo v okviru petih delovnih sklopov:

1. DS 1: Analiza slovenskih in evropskih Zavodov za zaposlovanje in drugih podpornih institucij na trgu dela z vidika digitalnih veščin, motivacije za ponovno vključevanje na trg dela in VŽU.
2. DS 2: Analiza potreb po digitalnih kompetencah na trgu dela po gospodarskem sektorju in stopnji izobrazbe.
3. DS 3: Priprava matrike potrebnih digitalnih kompetenc.
4. DS 4: Model VŽU za povečanje motivacije za vključitev na trg dela in VŽU.
5. DS : KOMUNIKACIJA.

V okviru DS 1 bomo analizirali slovenske in evropske Zavode za zaposlovanje in druge podporne institucije na trgu dela z vidika digitalnih veščin, motivacije za ponovno vključevanje na trg dela in VŽU. V tem smislu bo analizirana obstoječa znanstvena in strokovna literatura na to temo, pregledana bodo že obstoječa usposabljanja za krepitev digitalnih kompetenc, ukrepi in dobre prakse s področja motivacije ranljivih skupin vključevanja v VŽU in pripravljen nabor dobrih praks, ki bi jih v Sloveniji lahko uporabili za krepitev digitalnih kompetenc in povečanje motivacije ranljivih skupin za vstop na trg dela in VŽU.

V okviru DS 2 bomo analizirali potrebe po digitalnih kompetencah na trgu dela po gospodarskem sektorju in stopnji izobrazbe in na podlagi rezultatov analize v okviru DS 3 oblikovali matriko digitalnih kompetenc po sektorju in izobrazbi. Glavni namen kompetenčne matrike je zagotoviti transparentnost potrebnih in obstoječih digitalnih kompetenc, s tem pa tudi vzajemno razumevanje in možnost primerjave med različnimi gospodarskimi sektorji.

DS 4 bo namenjen model VŽU za povečanje motivacije za vključitev na trg dela in VŽU. Model bo razdeljen v več faz in v dva vsebinska modula. Prvi modul se bo osredotočal na krepitev digitalnih kompetenc, drugi pa na motivacijo. V okviru tega delovnega sklopa bomo poleg modela VŽU pripravili tudi priporočila ukrepov za povečanje dodane vrednosti ranljivih skupin na trgu dela za oblikovalce politik.

DS Komunikacija bo namenjen kontinuirani komunikaciji o projektu s ciljnim skupinami in širše. V okviru tega delovnega sklopa bo poleg tega organiziran tudi diseminacijski dogodek z oblikovalci politik, konferenca, ki bo namenjena širjenju rezultatov in dobrih praks ter znanstvena monografija, ki bo zajemala pregled obstoječih raziskav na temo vključevanja ranljivih skupin na trg dela z vidika digitalizacije ter predloge ukrepov za izboljšanje njihovega položaja na trgu dela.

Tehnološki napredek, vključno z avtomatizacijo, je še en pomemben dejavnik rasti produktivnosti in blaginje, ki pa pogosto zahteva prehod in ima velik vpliv na trg dela. Ekonomisti trdijo, da se je povpraševanje po srednje kvalificiranih poklicih - v primerjavi z visokokvalificiranimi in nizko kvalificiranimi - zmanjšalo zaradi tehnologije, ki nadomešča delo pri rutinskih nalogah. Nedavne analize, ki napovedujejo možnost avtomatizacije trga dela, so pokazale, da so nekateri nizko kvalificirani sektorji še posebej izpostavljeni tveganju delnega ali popolnega premika tehnologije. Verjetna posledica tehnologij, ki delno ali v celoti nadomeščajo nekatera delovna mesta, je, da se bodo morali delavci prilagoditi tem spremembam med poklicno potjo ali na več stopnjah kariere,

bodisi s spreminjanjem njihovega znanja („prekvalifikacije“), posodabljanja in razširjanja obstoječega znanja in spretnosti. ') ali prehodom na manj kvalificirano delo. Medtem ko se stroški in pomanjkanje časa poročajo kot skupne ovire za učenje odraslih za posameznike vseh ravni usposobljenosti, posamezniki, ki nimajo kvalifikacij, bolj verjetno navajajo ovire za ravnanje, vključno s pomanjkanjem zaupanja, pomanjkanjem zanimanja in občutkom prestara za učenje

Ker digitalna vključenost postaja manj odvisna od dostopa do tehnologij in bolj do znanja in spretnosti, so bile digitalne spretnosti priznane kot ključne kompetence v vseh državah OECD.

Relevantnost projekta se kaže v potrebi po tovrstnih znanjih in kompetencah na trgu dela. Projekt pa lahko vpliva ne le direktno na zaposljivost in povečanje dodane vrednosti ranljivih skupin zaposlenih na trgu dela, ampak tudi na izboljšanje stanja nacionalnega gospodarstva. Z ustreznimi ukrepi namreč lahko vplivamo na povečanje zaposlenosti, s tem pa posledično na gospodarsko rast in razvoj države.

Predlagani CRP bo zapolnil vrzeli, ki obstajajo na trgu dela med ranljivimi skupinami posameznikov med obstoječo ponudbo usposabljanj za krepitev digitalnih kompetenc in povečanje motivacije in potrebami po digitalnih kompetencah na trgu dela. Model VŽU bo omogočil učinkovitost znanja ranljivih skupin na delovnem mestu in izogibanje njihovi depreciaciji. Delavci, ki bodo morali vedeti, kako uporabljati tehnologijo, bodo morali imeti ustrezna znanja in spretnosti za nove načine dela, ki jih prinaša informacijsko komunikacijska tehnologija (v nadaljevanju IKT). Te lastnosti lahko izboljšajo zmožnost delavcev, da upravljajo svoje delovne naloge, hkrati pa jim povečujejo tudi vrednost na trgu dela.

Vseživljenjsko učenje bo tudi v prihodnosti bistveno, saj bo potrebno določene veščine stalno posodabljati, odvisno od hitrosti tehnoloških sprememb. In CRP bo ponudil ukrepe in smernice s tega področja. Diseminacija projekta bo omogočila prispevek k zavedanju o pomenu ustreznih digitalnih kompetenc in motivacije za vstop na trg dela in VŽU.

posameznikom možnost za pridobitev digitalnih kompetenc, potrebnih za delo in v vsakdanjem življenju.

Hkrati rezultati CRP prispevajo k izboljšanju ukrepov za motiviranje ranljivih skupin posameznikov za nastop na trgu dela in VŽU. Ukrepi pri tem izzivu so usmerjeni v krepitev ozaveščenosti, pomoči in usmerjanja v izobraževanje manj motiviranih nizko kvalificiranih odraslih ter zagotavljanje prožnih načinov učenja in priznavanja neformalno ter priložnostno pridobljenega znanja, kar bi lahko vplivalo na dvig ravni spretnosti teh odraslih. Posredno bodo rezultati CRP vplivali tudi na povečanje deleža delovno aktivnega prebivalstva ranljivih skupin v vseh gospodarskih sektorjih.

Kompetenčna matrika pa bo prispevala k izboljšanju ujemanja med spretnostmi delavcev ranljivih skupin in zahtevami njihovih delovnih mest.

Diseminacija rezultatov bo omogočila dostopnost informacij o digitalnih kompetencah, potrebah po le teh in možnostih za njihovo krepitev. Diseminacijske aktivnosti ne bodo namenjene le Zavodu za zaposlovanje in podpornim institucijam, ampak tudi delodajalcem in delavcem

Cilj strategije komuniciranja in diseminacije rezultatov projekta je tako:

1.2 Komunikacijski cilji

Delovni sklop komunikacija bo usmerjen k komunikacijskemu cilju **POVEČEVANJA ZAVEDANJA** oz. dvigovanja ozaveščenosti različnih ciljnih skupin o digitalnih kompetencah, potrebnih za lažje vključevanje in boljši položaj ranljivih skupin na trgu dela ter o pomenu motivacije za VŽU in ponovno vključitev na trg dela.

Drugi cilj je usmerjen v **POVEČEVANJE ZNANJA**, kjer se bo za potrebe krepitev digitalnih kompetenc razvil model vseživljenjskega učenja. V okviru tega sklopa se bodo izvedle številne promocijske aktivnosti. Dodatno bo za namene povečanja zavedanja izdana tudi znanstvena monografija kot eden od rezultatov projekta. V okviru delovnega sklopa komunikacija so definirani naslednji komunikacijski cilji: povečanje zavedanja, povečanje znanja in ozaveščanje.

Komunikacijski cilj 1: POVEČANJE ZAVEDANJA

Komunikacijski cilj 1 bo usmerjen v dvigovanje ozaveščenosti o digitalnih kompetencah potrebnih za vključitev in ohranitev ranljivih skupin na trgu dela ter o pomenu motivacije za VŽU in ponovno vključitev na trg dela.

Komunikacijski cilj 2: POVEČANJE ZNANJA

Zgolj dejstvo, da se pridobi novo znanje ni dovolj, potrebna je tudi sprememba v obnašanju, zato bo izdelan model VŽU vključeval ne le modul namenjen krepitev digitalnih kompetenc, ampak tudi modul motivacije, ki bo namenjen predvsem motiviranju ranljivih skupin za VŽU, za vstop in ohranitev položaja na trgu dela.

Komunikacijski cilj 3: OZAVEŠČANJE

Komunikacijski cilj bo prvenstveno usmerjen k ciljni skupini institucijam vlade in Zavodu za zaposlovanje RS, ki se zavedajo potreb po krepitev digitalnih kompetenc ranljivih skupin. Primere dobrih praks, ki bodo prav tako vključeni v znanstveno monografijo lahko uporabijo v razvojnih dokumentih.

1.3 Aktivnosti

V okviru tega delovnega sklopa bodo izvedene naslednje aktivnosti:

- začetne aktivnosti
- organizacija javnih dogodkov
- publikacije

Aktivnost:

Začetne aktivnosti: V okviru začetnih dejavnosti bomo definirali komunikacijsko strategijo, v kateri bomo definirali način komuniciranja s ciljnimi skupinami ter pripravo seznama medijev, ki bo služil potrebam diseminacije informacij v času izvajanja projekta. V okviru komunikacijske strategije se bo pripravila matrika aktivnosti komuniciranja po fazah z definicijo terminskih rokov, ciljnih skupin, načrtovanih pristopov in pričakovanih rezultatov. Dosežek teh aktivnosti bo komunikacijska strategija

Aktivnost:

Organizacija javnih dogodkov V okviru te aktivnosti se bodo izvedli različni javni dogodki. Konferenca bo namenjena širjenju rezultatov in dobrih praks; pripravljena bo zaključna konferenca, kjer se bo javnosti predstavilo dosežene rezultate in opravljen dogodek z oblikovalci politik, kjer se bo preverilo možnosti nadgradnje projekta in njegovo podporo.

Zaključna konferenca se predvideva v zadnjem kvartalu izvajanja projekta in njen osnovni namen je predstavitev rezultatov in glavnih učinkov projekta. Cilj konference je doseči medijsko odzivnost. Drugi pomembni dosežek teh aktivnosti je diseminacijski dogodek z oblikovalci politik. Osnovni namen dogodka z oblikovalci politik je predstaviti rezultate dela in matriko kompetenc. V ta namen bo izveden diseminacijski dogodek z oblikovalci politik v zadnji fazi izvajanja projekta, ko bodo znani rezultati dela in ko bo pripravljen model VŽU.

Aktivnost:

Publikacije V okviru aktivnosti publikacije bomo pripravili **znanstveno monografijo**, ki bo zajemala pregled obstoječih raziskav na temo vključevanja ranljivih skupin na trg dela z vidika digitalizacije ter predlogi ukrepov za izboljšanje njihovega položaja na trgu dela. Dosežek te aktivnosti bo znanstvena monografija. hkrati bo v okviru te aktivnosti pripravljen tudi **priročnik dobrih praks**, v okviru katerega bomo identificirali orodja in predloge, ki bodo lahko Zavodu za zaposlovanje in podpornim institucijam v pomoč pri izboljševanju položaja ranljivih skupin na trgu dela. V priročniku bodo prikazane tudi dobre prakse iz tujine, ki jih bo mogoče prenesti tudi v slovenski prostor. Publikacija bo dosegljiva v **e-verziji in v tiskani obliki**. E-verzija bo dosegljiva Zavodu za zaposlovanje in podpornim institucijam ter podjetjem, ki bodo sodelovali v raziskavi. Prav tako pa bo na razpolago tiskana verzija, in sicer se predvideva ponatis **100 kosov**.

2. NACIN KOMUNICIRANJA S CILJNIMI SKUPINAMI

2.1. Ciljne skupine projekta

Ciljne skupine lahko razdelimo na interne in zunanje. Interno predstavljajo člani projektne skupine, člani raziskovalne skupine Doba fakultete in ostali sodelavci Doba fakultete.

Eksterne ciljne skupine lahko razdelimo na primarne in sekundarne. Primarne ciljne skupine projekta predstavljajo ranljive skupine posameznike, katerim je projekt v prvi vrsti namenjen. Sekundarne ciljne skupine predstavljajo: oblikovalci javnih politik, ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, izobraževalni centri in šole.

2.2 Interno komuniciranje

Člani projektne skupine se zavedajo, da je dobra interna komunikacija ključnega pomena za realizacijo projekta. Raziskovalci nenehno stremijo k iskanju novih znanj, ki jih nato delijo z različnimi ciljnimi skupinami. Interno ciljno skupino predstavljajo člani projektne skupine, člani raziskovalne skupine Doba fakultete in ostali sodelavci Doba fakultete. Komunikacijska orodja, ki bodo uporabljena znotraj interne ciljne skupine so prikazana v spodnji tabeli.

Tabela: Komunikacijska orodja za komuniciranje z internimi ciljnimi skupinami

ORODJE	OPIS UPORABE ORODJA
Tedenska srečanja	Člani projektne skupine se enkrat mesečno srečajo, da se pogovorijo o morebitnih novih raziskovalnih spoznanjih. Srečanja vodi vodja projektne skupine.
Mesečni sestanki	Enkrat mesečno se sestane širša raziskovalna skupina, vsi člani raziskovalne skupine Doba fakultete, kjer se morebitna vprašanja in dileme projekta lahko prediskutirajo v širšem krogu.
E-pošta	Izmenjava informacij med člani projektne skupine, med širšo raziskovalno skupino, med ostalimi zaposlenimi in člani zunanje javnosti.
Internet	Omogoča pridobvanje različnih podatkov in informacij s svetovnega spleta, s katerimi člani projektne skupine olajšajo in pospešijo delovne naloge.
Delovno kosilo	Enkrat mesečno člani projektne skupine srečajo v sproščenem vzdušju ob kosilu

Kot je razvidno iz tabele bodo člani projektne skupine uporabili različna orodja komunikacije, s katerimi bodo spodbujali dvosmerno komunikacijo, izboljšali pretok informacij med člani projektne skupine in spodbujali timsko delo in sodelovanje.

2.3 Komuniciranje z eksternimi ciljnimi skupinami

Cilje projekta bo mogoče realizirati z ustrežno komunikacijo z eksternimi ciljnimi skupinami. V ta namen bodo uporabljena naslednja komunikacijska orodja.

Tabela: Komunikacijska orodja za komuniciranje z eksternimi ciljnimi skupinami

ORODJE	OPIS UPORABE ORODJA
Facebook	Facebook bo kreiran za namene povečevanja ozaveščenosti o projektu.
Spletna stran	Spletna stran projekta bo kreirana za namen povečevanja ozaveščenosti o projektu. Prikazane bodo vse pomembnejše informacije o projektu; cilji, rezultati projekta itd.
Mailing lista	Seznam medijev, ki bo pripravljen, bo služil potrebam diseminacije informacij v času trajanja projekta.
Diseminacijski dogodek z oblikovalci politik	Dogodek bo namenjen oblikovalcem politik, kjer bodo predstavljeni rezultati dela in matrika kompetenc
Konferenca	Konferenca bo namenjena sirjenju rezultatov in dobrih praks; javnosti se bo predstavili dosežene rezultate projekta
Znanstvena monografija	Znanstvena monografija bo zajemala pregled obstoječih raziskav na temo vključevanja ranljivih skupin na trg dela z vidika digitalizacije ter predloge ukrepov za izboljšanje njihovega položaja na trgu dela.

Z orodji, ki bodo uporabljena za komunikacijo z eksterno javnostjo bodo člani raziskovalne skupine povečali ozaveščenost o projektu, povečali zavedanje o pomenu digitalnih kompetenc za ranljive skupine in izboljšali pretok informacij med člani projektne skupine in ciljnimi skupinami.

3. MATRIKA AKTIVNOSTI KOMUNICIRANJA

Matrika komuniciranja je razvita za podporo pri doseganju ciljev projekta in posledično za povečanje učinka projekta. Hkrati komunikacija podpira tudi prenos rezultatov ciljnim skupinam, ki niso neposredno vključene v projekt.

S komunikacijo bomo optimizirali rezultate projekta. Dejavnosti komunikacije v projektu veljajo za bistveno osnovo za uspeh projekta, saj pomagajo pri vzpostavljanju močnih odnosov s ciljnimi skupinami in zainteresiranimi stranmi; kot tudi podpiranje uresničevanja ciljev projekta.

Ta dokument je zasnovan tako, da podpira splošne in specifične cilje komunikacije in prepoznavnosti projekta, saj vemo, da sta uspešnost in trajnost projekta odvisna tudi od široke ozaveženosti in razširjanja rezultatov - npr. dejavnosti, ki obveščajo ciljne skupine. Komunikacija mora biti močna med zainteresiranimi stranmi in ciljnimi skupinami.

Komunikacijske dejavnosti so usmerjene v podrobno strukturo in cilje dveh glavnih ravni projektne komunikacijske strategije: z zainteresiranimi ciljnimi skupinami projektov, zainteresiranimi stranmi, končnimi uporabniki in širšo javnostjo za spodbujanje učinkovitega razširjanja rezultatov in informacij v zvezi z razvojem projekta med vsemi ciljnimi skupinami, za spodbujanje aktivnega sodelovanja zainteresiranih strani, oblikovalcev politike in drugih strank ter podpirati in širiti mrežo končnih uporabnikov. Spodnja matrika prikazuje komunikacijske dejavnosti s kazalniki in predvideno terminsko izvedbo.

Tabela: Komunikacijska matrika

AKTIVNOST	DOSEŽEK/KAZALNIK	ŠTEVILO	CILJNA SKUPINA	ROK IZVEDBE
Začetne aktivnosti	Komunikacijska strategija	1	Interna in eksterna javnost	Januar 2020
	Facebook	1	Interna in eksterna javnost	Maj 2020
	Spletna stran	1	Interna in eksterna javnost	Januar 2020
Organizacija javnih dogodkov	Delavnica z oblikovalci politik	1	Eksterna javnost	Oktober 2021
	Zaključna konferenca	1	Eksterna javnost	Oktober 2021
Publikacije	Članki	5	Eksterna javnost	Oktober 2021
	Znanstvena monografija	1	Eksterna javnost	Maj 2021
	Priročnik dobrih praks	1	Eksterna javnost	Oktober 2021

Komunikacijska matrika je bila pripravljena z namenom lažjega načrtovanja in spremljanja aktivnosti, ki so povezane s komunikacijo o projektu. Pripravljena je skladno s prijavo projekta in zajema vse v prijavi predvidene dosežke, povezane z delovnim paketom komunikacija.