



ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ PLĖTROS VEIKSMŲ
PROGRAMOS PRIEMONĖS „SOCIALINĖS
RIZIKOS IR SOCIALINĘ ATSKIRTĮ PATIRIANČIŲ
ASMENŲ INTEGRACIJA Į DARBO RINKĄ“
REZULTATYVUMO, EFEKTYVUMO IR
TĘSTINUMO VERTINIMAS

SANTRAUKA

2014 m. birželio 30 d.

Paslaugų sutartis finansuojama ES struktūrinių fondų lėšomis pagal 2007–2013 m. ŽIPVP 5 prioritetą „Techninė parama Žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programos įgyvendinimui“.

Paslaugas teikia UAB „PPMI Group“ ir VšĮ Viešosios politikos ir vadybos institutas (VPVI) pagal 2013 m. lapkričio 28 d. paslaugų pirkimo sutartį D4-503 su Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija.

PPMI Group
Gedimino pr. 50, LT-01110, Vilnius, Lietuva
Tel. +370 5 249 7056
Faks. +370 5 262 5410
El. paštas: admin@ppmigroup.lt

Dėl detalesnės informacijos apie tyrimą kreiptis į VPVI tyrimų vadovę
Dovilę Žvalionytę el. paštu: dovile.zvalionyte@ppmi.lt

Kalbos redaktorė Justė Matijošienė.

VERTINIMO OBJEKTAS IR TIKSLAS

2007–2013 m. įgyvendinant Europos socialinio fondo lėšomis finansuojamą priemonę „Socialinės rizikos ir socialinę atskirtį patiriančių asmenų integracija į darbo rinką“ (toliau – Priemonę), buvo remiamos veiklos, padedančios socialinės rizikos ir socialinę atskirtį patiriantiems asmenims integruotis į darbo rinką, taip mažinant jų socialinę atskirtį. Pagal Priemonę įgyvendintiems 133 projektams skirta 186 mln. Lt. Finansuojamos veiklos apėmė ne tik socialinės integracijos paslaugų tikslinei grupei teikimą bei socialinio darbo specialistų kvalifikacijos tobulinimą, bet ir *metodikų, veiklos modelių, mokymo programų ir kitokių priemonių kūrimą*¹. Vertinimo objektas yra būtent šie išliekamąją vertę turintys materialūs arba intelektualiniai kūriniai, toliau bendrai vadinami produktais. Vertinimo tikslas – įvertinti sukurtų produktų tinkamumą, kokybę, rezultatyvumą, efektyvumą ir tęstinumą, siekiant tinkamai pasiruošti panašių priemonių įgyvendinimui 2014–2020 m. programavimo laikotarpiu. Šioje santraukoje pristatomi vertinimo rezultatai, kuriais remiantis pateikiami siūlymai, kokių priemonių reikėtų imtis, kad 2014–2020 m. sukurti produktai, jei bus finansuojamas jų kūrimas, (dar) geriau atitiktų socialinės integracijos tikslus ir tikslinės grupės poreikius, būtų kokybiškesni ir kuo intensyviau naudojami teikiant socialinės integracijos paslaugas.

VERTINIMO METODOLOGIJA

Pagrindinis vertinimui reikalingų duomenų šaltinis buvo projektų vykdytojų suteikta informacija apie produktus. Ji buvo surinkta atlikus dvi internetines projektų vykdytojų apklausas ir giluminius interviu su 22 specialistais, dalyvavusiais kuriant ar taikant produktus, kurie atstovavo 12 organizacijų, iš viso įgyvendinusių 19 Priemonės projektų. *Interviu* iš pradžių buvo pasitelkti tinkamai pasiruošti projektų vykdytojų apklausoms, o vėliau – tikslinti ir interpretuoti apklausų metu gautus duomenis. *Pirmoji projektų vykdytojų apklausa*, vykdyta 2014 m. vasario mėn., buvo skirta suregistruoti visus sukurtus produktus ir nustatyti jų svarbiausias charakteristikas. Kvietimai dalyvauti šioje apklausoje buvo išsiųsti visų 67 pagal pirmą ir antrą Priemonės kvietimą įgyvendintų projektų atstovams. Į apklausos klausimus atsakė 53 respondentai, iš kurių 47 nurodė, kad jų atstovaujama projektų metu buvo sukurtas bent vienas produktas. Būtent pastariesiems 2014 m. kovo mėn. buvo išsiųstas kvietimas dalyvauti *antroje projektų vykdytojų apklausoje*, kuria siekta sužinoti apie sukurtų produktų kokybę, naudojimą bei platinimą. Antrosios apklausos klausimyną užpildė 37 projektų vykdytojai. Vertinimo metu taip pat buvo analizuojama ES struktūrinių fondų informacinėje valdymo ir priežiūros sistemoje (SFMIS) kaupiama informacija bei apžvelgti ankstesni aktualūs tyrimai. Galiausiai, 2014 m. birželio mėn. buvo surengta patikrinti ir pagilinti vertinimo išvalgas padėjusi *fokusuota diskusijų grupė* su socialinio darbo ekspertais-praktikais.

¹ Pastaroji veikla finansuota tik pagal Priemonės pirmą ir antrą kvietimą teikti paraiškas dėl projektų finansavimo. Pagal šiuos kvietimus įgyvendinti 67 projektai.

SUKURTI PRODUKTAI

Dauguma pagal Priemonės pirmus du kvietimus finansuotų projektų vykdytojų pasinaudojo galimybe kurti socialinės integracijos produktus. Tik dalis produktų dar iki šio vertinimo pradžios buvo skelbiami interneto portale esparama.lt². Atsižvelgiant į tai, pirmosios projektų vykdytojų apklausos metu buvo bandoma surinkti informaciją apie visus sukurtus produktus, kartu prašant pateikti jų elektronines versijas. Tokiu būdu buvo nustatyti 36 anksčiau neidentifikuoti produktai. Iš viso pirmosios projektų vykdytojų apklausos metu pavyko surinkti informaciją apie 63 produktus, iš kurių 47 produktai respondentų buvo įvardyti kaip pagrindiniai, o 16 kaip šalutiniai³. Dalis identifikuotų produktų (16 iš 63) yra sudėtiniai, t. y. sudaryti iš kelių tarpusavyje susijusių produktų. Iš viso vertinimo metu sukurta produktų duomenų bazė (MS Excel formatu) apima 81 produktą (apie 63 produktus informacija surinkta apklausos metu, dar 18 produktų į duomenų bazę įtraukti remiantis ESFA pateiktais duomenimis). Su duomenų baze susietos ir 54 produktų elektroninės kopijos. Likusių nepavyko gauti dėl viešinimui netinkamo formato, nepavykus susisiekti su projektų vykdytojais ar šiems atsisakius produktus pateikti.

Rekomendacija. Pasinaudojant šio vertinimo metu parengta elektronine produktų duomenų baze, reikėtų sukurti laisvai prieinamą jų viešinimo platformą internete (pvz., SADM interneto svetainėje)⁴. Tokioje e. erdvėje turėtų būti skelbiami visi sukurti produktai, sudarant galimybę juos rūšiuoti pagal aktualias charakteristikas ir atsisiųsti peržiūrėjimui. Galiausiai turėtų būti skelbiama produkto kūrėjo ar savininko kontaktinė informacija, kad būtų galima kreiptis norint daugiau sužinoti apie produktą. Parengus tokią duomenų bazę, nemažiau svarbu apie ją informuoti projektų vykdytojus ir kitas suinteresuotas organizacijas bei paskatinti susipažinti su sukurtais produktais. Šios priemonės – vieša duomenų bazė ir informavimas apie ją – sumažintų informacinius barjerus adaptuojant produktus ar jų dalis kitose organizacijose, be to, vėliau pasitarnautų tobulinant procesus 2014–2020 m. laikotarpiu.

2007–2013 m. produktai buvo apibrėžti gana plačiai. Pirmo ir antro Priemonės kvietimų projektų finansavimo sąlygų aprašuose (toliau – PFSA) buvo nurodyta, kad pagal Priemonę yra remiamas veiklos modelių ir priemonių bei socialinio darbo metodikų kūrimas ir įgyvendinimas. Dažniausiai buvo kuriamos socialinio darbo metodikos, skirtos specialistams, ir mokomosios programos, skirtos tikslinės grupės arba specialistų kompetencijoms tobulinti. Taip pat sukurta po kelis socialinės reklamos klipus ir kompiuterinius žaidimus. Produktų turinio ir formos

² Žr. <http://www.esparama.lt/esf-produktai?kategorija=&sritis=&metai=&programa=VP1&prioritetas=VP1-1&priemone=VP1-1.3-SADM-02-K&vykdytojas=&frazė=>

³ Pagrindiniu produktu laikytas toks produktas, kuriam, palyginti su kitais projekto produktais, buvo skirta daugiausiai lėšų. Jei keliems produktams sukurti buvo skirta po vienodai lėšų, pagrindiniu produktu buvo laikomas tas, kuriam sukurti buvo skirta daugiau laiko.

⁴ Galima alternatyva – pildyti / tobulinti portalo esparama.lt dalį, skirtą produktų publikavimui, tačiau tuomet reikėtų ją labiau pritaikyti skirtingų priemonių produktams bei informuoti projektų vykdytojus apie produktų skelbimo vietą.

įvairovė labai didelė – nuo paprasto užsienyje taikomos metodikos vertimo į lietuvių kalbą iki inovatyvaus socialinės integracijos modelio sukūrimo ir aprašymo, nuo popierinių projekto viešinimo leidinių iki kompiuterinių žaidimų. Nepaisant įvairovės, visi produktai turi socialinės integracijos metodikai būdingų požymių, t. y. apima metodus ir priemones, reikalingas socialinės rizikos ar socialinę atskirtį patiriančių asmenų integracijai vykdyti.

Rekomendacija. 2014–2020 m. laikotarpiu finansuojamus produktus reikėtų apibrėžti kaip metodikas (pagrindinis produktas) ir joms taikyti reikalingas metodines priemones (papildomi produktai). Metodikos aprašymas turėtų būti labiau standartizuotas ir galėtų apimti tokias struktūrines dalis kaip: 1) metodikos tikslai ir uždaviniai, skirtumas nuo jau egzistuojančių metodikų; 2) metodikos aprašymas ir įgyvendinimo planas; 3) metodikos įgyvendinimo praktinės priemonės; 4) metodikos taikymo rezultatų analizė (veiksmingumo vertinimo rezultatai, sėkmės ir nesėkmės istorijos, metodikos taikymo kaštų įvertinimas). Rekomenduojama finansuoti ne tik metodikų aprašymus, bet ir joms įgyvendinti reikalingas priemones. Metodikos priemonės gali būti tokių kategorijų: 1) mokomosios programos ir jų medžiaga, 2) audiovizualiniai kūriniai ir radijo laidos, 3) programinė įranga, 4) duomenų bazės, 5) tyrimai, 6) kita (pvz., stalo žaidimai).

PRODUKTŲ TINKAMUMAS

Produktai iš esmės atitiko Priemonės tikslą – padėti socialinės rizikos ir socialinę atskirtį patiriantiems asmenims integruotis į darbo rinką, siekiant išvengti jų socialinės atskirties. Atkreiptinas dėmesys, kad dažniausiai produktai buvo skirti tokiems socialinės integracijos aspektams kaip asmenybės atkūrimas ir asmens socializacija, rečiau – profesiniam orientavimui ar profesinių gebėjimų didinimui. Tai rodo, kad projektų vykdytojai siekė kuriamus produktus priderinti prie realių tikslinės grupės poreikių. Produktai gana gerai atitiko ir juos taikiusių specialistų poreikius. Projektų vykdytojų apklausos metu, virš 80 proc. respondentų atitiktį įvertino kaip aukštą arba labai aukštą. Galiausiai, produktai neblogai atitiko ir juos naudojusią organizacijų poreikius. Produktų kūrimas paskatino šias organizacijas mokytis ir tobulinti savo veiklą – domėtis socialinės integracijos teorijomis, užsienyje taikomais socialinės integracijos metodais ir įvertinti savo organizacijoje taikomus metodus. Kita vertus, produktų kūrimo tikslas nebuvo pakankamai detalai apibrėžtas, todėl kai kurie produktai buvo tik netiesiogiai susiję su socialinės integracijos tikslais, pvz., viešino socialinės integracijos projektus arba apibendrinę socialinės integracijos teorinę literatūrą.

Specialistai, kalbėdami apie savo ateities poreikius kuriant produktus, dažniausiai teigia, kad produktų sukurta pakankamai ir naujų kurti neberekėtų. Kita vertus, pripažįstama ir tai, kad nauji produktai gali būti reikalingi, norint kurti naujo tipo paslaugas ar priemones (ypač atsižvelgiant į didėjantį e. priemonių vaidmenį socialinės integracijos procesuose) arba paslaugas mažiau pastebimoms tikslinėms grupėms. Kitaip tariant, naujų produktų kūrimas gali pasitarnauti socialinėms inovacijoms. Apibendrinant tyrimo metu surinktą informaciją, galima išskirti tris numatomus specialistų poreikius, susijusius su produktais – tai produktų atnaujinimas, produktų adaptavimas ir naujų produktų kūrimas.

Produktų atnaujinimas yra aktualus toms organizacijoms, kurios produktus kūrė 2007–2013 m. laikotarpiu. Net ir sukūrus kokybišką bei naudojamą produktą, jis laikui bėgant pasensta ir jo pritaikomumas mažėja, nes keičiasi socialinė realybė, kinta technologijos, galiausiai didėja pačių specialistų kompetencija, kuri skatina tobulinti savo veiklą. Pastebėtina, kad ir šiuo laikotarpiu pasitaikė nemažai produktų atnaujinimo atveju. Kai kurios organizacijos pripažino vykdytų projektų metu atnaujinusios EQUAL programos produktus, tačiau to neminėjo projekto dokumentuose, nes PFSA pabrėžė naujų produktų kūrimą (už tai buvo skiriami prioritetiniai balai). Kitos organizacijos pagal Priemonę sukurtus produktus savo iniciatyva atnaujino vėlesnių projektų metu ar tiesiog teikdamos socialinės integracijos paslaugas.

Rekomendacija. 2014–2020 m. kaip vieną iš finansuojamų veiklų reikėtų įvardyti produktų atnaujinimą. Šiuo atveju PFSA turėtų būti numatytas reikalavimas, kad projekto vykdytojas gali atnaujinti tik savo 2007–2013 m. laikotarpiu pagal Priemonę sukurtą produktą. Kartu su paraiška dėl finansavimo projekto vykdytojas turėtų pateikti įrodymų apie produkto veiksmingumą (pvz., kiek laiko taikytas produktas, kokia buvo tikslinės grupės pažanga) – tai didintų tikimybę, kad bus investuojama į veiksmingų produktų atnaujinimą ir kad finansavimą gaus tos organizacijos, kurios vykdė produkto stebėseną (yra pažangios ir besimokančios). Taip pat turėtų būti pateiktas pagrindimas, kodėl reikalingas atnaujinimas, ir planas, kaip produktas bus atnaujintas. Išlaidos produktų atnaujinimui turėtų būti santykinai nedidelės, palyginti su adaptavimu ar kūrimu, nes būtų keičiama tik dalis produkto, be to, produktas greičiausiai būtų taikomas toje pačioje organizacijoje, tai pačiai tikslinei grupei. Vis dėlto, kadangi produktai yra labai skirtingi, jų atnaujinimo finansavimo ribas gali būti prasminga susieti su produkto kūrimui skirtomis lėšomis, pvz., atnaujinimui skirti 10–30 proc. sukūrimo išlaidų.

Produktų adaptavimas – tai vienoje Lietuvos ar užsienio organizacijoje taikomo produkto pritaikymas kitoje Lietuvos organizacijoje. Produktų adaptavimas yra aktualus brandžioms besimokančioms organizacijoms, kurios siekia tobulinti savo veiklą, taip pat gali būti aktualus mažiau brandžioms organizacijoms, kurios nori plėsti savo teikiamų paslaugų spektrą. Tyrimo metu tik penktadalis apklaustų projektų vykdytojų teigė, kad jų projektų metu sukurti produktai buvo adaptuoti, tačiau interviu atskleidė, kad adaptavimo praktikos buvo taikomos daug dažniau. Projektų vykdytojai neretai sėmėsi idėjų iš kitų organizacijų, ypač užsienio, ir šias idėjas panaudojo kurdami produktus.

Rekomendacija. 2014–2020 m. laikotarpiu reikėtų aiškiai įvardyti produktų adaptavimą kaip vieną iš finansuojamų veiklų. Siekiant šį procesą padaryti kokybiškesnį ir skaidresnį, reikėtų PFSA numatyti reikalavimą, kad teikiant paraišką dėl produkto adaptavimo finansavimo, joje turi būti aiškiai nurodyta, kuri organizacija ir kokį produktą perduos ir kuri organizacija jį perims bei organizacijų bendradarbiavimo forma. Reikalavimas dėl įsipareigojimo bendradarbiauti turėtų galioti tiek Lietuvos, tiek užsienio organizacijoms. Kaip ir produktų atnaujinimo atveju, paraiškoje turėtų būti pateiktas pagrindimas, koks yra produkto adaptavimo tikslas, kodėl pasirinktas konkretus produktas, kokia numatoma nauda. Kokybiško adaptavimo tikimybė padidėtų, jei procesas apimtų ir produktą

perduodančios bei priimančios organizacijų specialistų tiesioginį bendravimą (patirties perdavimą per konsultacijas, mokymus ir pan.) – šiuo atveju tam gali būti numatoma lėšų.

Produktų kūrimas apima tuos atvejus, kai produktai yra sukuriami paties projekto vykdytojo pastangomis, be analogiško produkto pavyzdžio. 2007–2013 m. originalių produktų kūrimas dažnai rėmėsi projekto vykdytojo patirtimi, kuri buvo apibendrinama parengiant socialinio darbo su konkrečia tiksline grupe metodiką. Kita vertus, taip pat buvo kuriamos netipinės metodinės priemonės, pvz., kompiuteriniai žaidimai. Iš esmės naujų produktų kūrimas yra svarbus norint „neuždaryti galimybių lango“ socialinėms inovacijoms, kurias iš anksto apibrėžti gana sudėtinga. Tai kartu reiškia, kad naujai kuriami turėtų būti tik tokie produktai, kurie būtų susiję su naujais socialinių poreikių tenkinimo būdais, galinčiais efektyviau nei esamos priemonės spręsti socialines problemas. Inovaciją kuriantis projektas turėtų kelti iššūki esamoms praktikoms – planuoti didesnius rezultatus nei panašūs projektai praeityje (pvz., didesnis įdarbintų asmenų procentas, trumpesnis įgyvendinimo laikas, didesnis naudos gavėjų skaičius su mažesniu biudžetu).

Rekomendacija. 2014–2020 m. laikotarpiu reikėtų numatyti galimybę kurti ir naujus produktus, tačiau tai turėtų būti greičiau išimtiniai atvejai. Teikiant paraišką dėl naujo produkto kūrimo, turėtų būti itin išsamiai pagrįsta, kodėl visi egzistuojantys produktai negali patenkinti projekto vykdytojo poreikių. Šiuo atveju turėtų pasitarnauti anksčiau rekomenduota sukurti 2007–2013 m. produktų duomenų bazė, pvz., galima būtų numatyti reikalavimą, kad pareiškėjas turi išanalizuoti ir įvertinti, kuo jo siūlomas sukurti produktas skirsis nuo visų jau sukurtų. Kadangi naujų produktų kūrimas turėtų būti santykinai daugiausia lėšų reikalaujantis procesas, taip pat rekomenduotina numatyti papildomų kontrolės kriterijų, pvz., apibrėžti reikalavimus kuriančios organizacijos patirčiai, numatyti privalomą išorinį produkto kokybės vertinimą, įvesti didesnius viešinimo ir produkto sklaidos reikalavimus.

Apibendrinant, visos trys aptartos veiklos – produktų atnaujinimas, adaptavimas ir kūrimas – galėtų būti finansuojamos 2014–2020 m. laikotarpiu, tačiau joms skiriamas finansavimo lygis ir keliama reikalavimai turėtų būti skirtingi. Santykinai mažiausias finansavimas ir reikalavimai turėtų būti numatomi produktų atnaujinimui, santykinai didžiausi – naujų produktų kūrimui. Reikalavimai turėtų skirtis gana reikšmingai, kad kurtų paskatas atnaujinti ar adaptuoti esamus produktus, o ne kurti naujus.

PRODUKTŲ KOKYBĖ

Maždaug trečdalį projektų vykdytojų apklausos būdu vertintų produktų (11 iš 32) galima laikyti tikrai kokybiškais. Tai reiškia, kad jie yra funkcionalūs, naudojami, naudingi ir sėkmingi. Pagrindinės produktų stiprybės *funkcionalumo* prasme: jie gerai atitiko juos naudojusią specialistų poreikius, padėjo pasiekti projekto tikslus, dažniausiai buvo kuriami kartu su išorės ekspertais. Pagrindinės produktų silpnybės, vertinant jų funkcionalumą, yra nepakankamai detalus produktų aprašymas ir nepakankamas viešinimas. Tik pusė vertintų metodikų yra aprašytos taip detalai, kad aprašo pakaktų norint jas taikyti kitoje organizacijoje, ir tik du

penktadaliai produktų yra laisvai prieinami kitiems naudotojams. Pagrindinė produktų stiprybė *naudojimo* aspektu yra tai, kad buvo sustiprintos socialinių darbuotojų kompetencijos. Silpnybė – tai, kad tik trečdalis produktų buvo naudojami bendradarbiaujant su darbdaviais. Pagrindinės produktų stiprybės *naudingumo* aspektu yra tai, kad apklausti projektų vykdytojai labai gerai vertina produktų kokybę. Net 72 proc. respondentų produktus įvertino aukščiausiu balu (5 iš 5), o likę – labai aukštu (4 iš 5). Silpnybės – kai kurie produktai buvo nepakankamai veiksmingi. Beveik trečdalis respondentų produktų veiksmingumą padedant asmenims integruotis į darbo rinką ar švietimo sistemą vertino gerai ar patenkinamai (arba neturėjo nuomonės). Pagrindinė produktų stiprybė *sėkmingumo* aspektu – tai, kad dauguma produktų (81 proc.) buvo nuolat arba dažnai taikomi projekto vykdytojo organizacijoje projektui pasibaigus. Taip pat projektui pasibaigus net pusė produktų buvo pritaikyti kitame, iš ES struktūrinių fondų finansuotame, projekte, o trečdalis – ir kitoje organizacijoje.

Produktų vertinimas fokusuotos ekspertų diskusijos metu parodė, kad kai kurie produktai (ypač metodikos) per mažai skirti paslaugų kokybei gerinti, nes turi daug į projekto viešinimą orientuoto arba teorinio turinio ir nepakankamai praktinės informacijos, reikalingos metodikų taikymui. Taip pat vienas iš pagrindinių metodikų trūkumų yra tai, kad dažniausiai nebuvo pateikiami jų veiksmingumo ir taikymo kaštų įvertinimai. Viena iš tokios informacijos trūkumo priežasčių yra ta, kad dalis produktų apskritai nebuvo pritaikyti praktikoje. Vertinimo rezultatai atskleidė, kad kokybiškesni ir labiau naudojami yra tie produktai, kurie buvo išbandyti realiai juos taikant tikslinės grupės socialinės integracijos procese. Pasitaikė atveju, kai produktas buvo tobulinamas atsižvelgiant būtent į tai, kiek jis pasiteisino praktinio taikymo metu.

Rekomendacija. 2014–2020 m. laikotarpiu reikėtų nustatyti reikalavimą, kad kiekvienas finansuojamas produktas turi būti išbandomas realiai teikiant socialinės integracijos paslaugas ir jo veiksmingumas turi būti vertinamas atliekant situacijos prieš ir situacijos po jo taikymo analizę (apklausiant tikslinės grupės, kuriai taikyta konkreti metodika ar metodinė priemonė, atstovus arba jų artimuosius, mokytojus, socialinius darbuotojus, darbdavius ar kitus asmenis, kurie galėtų įvertinti tikslinės grupės pažangą). Tokios analizės metu rekomenduojama skatinti projektų vykdytojus inicijuoti ir planuoti papildomus rodiklius, kurie parodytų produkto (projekto) naudą tikslinei grupei. Pvz., kaip pasikeitė tikslinės grupės psichologinė būsena (pvz., motyvacija, pasitikėjimas), padėtis darbo rinkoje (pvz., įsidarbino, atliko praktiką, pradėjo studijuoti) ir padėtis buityje (pvz., susirado būstą, pasikeitė higienos įpročiai). Produkto veiksmingumo vertinimas prisidėtų prie dviejų svarbių tikslų: pirma, leistų surinkti, o vėliau ir susisteminti informaciją apie produktų veiksmingumą (tokios informacijos trūksta 2007–2013 m. laikotarpiu), antra, skatintų projektų vykdytojus įdėti daugiau pastangų užtikrinant produktų kokybę. Norint, kad veiksmingumo įvertinimų informacija būtų palyginama, galima projektų vykdytojams pasiūlyti / nustatyti produktų vertinimo formas ar bent pagrindinius klausimus, į kuriuos turi būti atsakyta vertinimo metu.

PRODUKTŲ REZULTATYVUMAS IR EFEKTYVUMAS

Produktų kūrimas ir taikymas 2007–2013 m. buvo glaudžiai susietas su socialinės integracijos paslaugų teikimu vykdant projektus, o išlaidos jų kūrimui ne visada buvo aiškiai išskirtos. Dėl šių priežasčių vertinti produktų rezultatyvumą ir efektyvumą atskirai nuo teiktų paslaugų yra ir itin sudėtinga. Taigi norint suprasti, ar produktų kūrimas turėjo įtakos projektų rezultatyvumui ir efektyvumui, buvo palyginti projektai, kurių metu produktai buvo kuriami, su projektais, kurių veiklos neapėmė produktų kūrimo. Toks palyginimas atskleidė, kad projektai, kurių metu kurti produktai, buvo rezultatyvesni, t. y. paslaugos vidutiniškai buvo suteiktos didesniai tikslinės grupės atstovų skaičiui. Galima manyti, kad didesnis rezultatyvumas potencialiai gali būti susijęs su produktų kūrimu. Kaip parodė vertinimas, produktai gali būti visapusiškai naudingi juos kuriančioms organizacijoms – padėti sklandžiau organizuoti projektą, tobulinti darbuotojų kvalifikaciją, diegti pažangius darbo metodus. Kita vertus, ne visos organizacijos pasinaudojo šiais privalumais, nes kūrė produktus, kurie nebuvo pakankamai naudojami teikiant paslaugas tikslinei grupei. Vertinant produktų kūrimo efektyvumą, remiantis SFMIS duomenimis, projektuose, kurių metu kurti produktai, vidutinė vieno asmens dalyvavimo projekte kaina reikšmingai nesiskyrė nuo tų projektų, kurių metu produktai nebuvo kuriami. Vertinant Priemonės lygiu, produktų kūrimo efektyvumą mažino tai, kad, pirma, produktų kainos buvo nustatomos subjektyviai, todėl to paties tipo produktų kaina labai skyrėsi, ir šis skirtumas nėra aiškiai pagrįstas, antra, dalies projektų įgyvendinimo metu buvo kuriami gana panašūs produktai.

Rekomendacija. 2014–2020 m. laikotarpiu reikėtų aiškiau išskirti būtent su produktais susijusių veiklų (atnaujinimo / adaptavimo / kūrimo; išbandymo; vertinimo; viešinimo) finansavimą, nesujungiant jų su socialinės integracijos paslaugų teikimo finansavimu. Kitaip tariant, reikėtų nustatyti tokius reikalavimus, kad projekto vykdytojas, norintis ne tik teikti socialinės integracijos paslaugas, bet ir kurti (atnaujinti ar adaptuoti) produktus, turėtų atskirai pagrįsti būtent tokių veiklų poreikį. Tai galėtų būti daroma arba skelbiant dviejų dalių kvietimą – paslaugoms ir produktams atskirai, arba du kvietimus (bet būtinai vienu metu, kad finansavimas paslaugoms ir produktams būtų suderintas). Reikalavimai detalai pagrįsti produktų kūrimą ir suplanuoti veiklas sumažintų tikimybę, kad, teikdami paraišką paslaugų finansavimui gauti, projektų vykdytojai nurodys dar ir (nelabai reikalingų) produktų kūrimą. Be to, produktų veiklų atskyrimas leistų aiškiau identifikuoti būtent tam skiriamas lėšas, ko buvo pasigesta 2007–2013 m. laikotarpiu. Toks atskyrimas vėliau palengvintų produktų kaštų-rezultatyvumo ar efektyvumo vertinimą.

PRODUKTŲ TĖSTINIS NAUDOJIMAS

Projektų vykdytojų teigimu, dauguma produktų projektui pasibaigus yra vienaip ar kitaip naudojami jų veikloje. Trečdalis produktus kūrusių organizacijų teigia įgijusios svarbią darbo priemonę, taikomą ir projektui pasibaigus. Apie trečdalis produktų projektui pasibaigus buvo panaudoti ir kitose organizacijose. Nors dauguma produktų, projektų vykdytojų teigimu, turi išliekamąją vertę, jų naudojimas dažniausiai yra priklausomas nuo išorinių fondų finansavimo

(pvz., ES struktūrinių fondų projektų). Net pusės produktų naudojimas projektui pasibaigus buvo finansuotas kito projekto metu. Vertinimas atskleidė, kad tęstinį produktų naudojimą galėtų paskatinti jų integravimas į nuolat teikiamas socialinės integracijos paslaugas, aktyvesnis produktų viešinimas ir paskatos produktų adaptavimui.

Viena iš tyrimo metu atsiskleidusių sąlygų intensyvesniam tęstiniam produktų naudojimui buvo metodikų ir metodinių priemonių integravimas į nuolat su socialinės rizikos asmenimis dirbančių specialistų darbo praktikas. Dažniausiai pasitaikantis produktų tęstinio taikymo modelis buvo produktų ar jų dalių pritaikymas pačių produkto kūrėjų kasdienėje veikloje, teikiant socialinės integracijos paslaugas. Kaip geroji praktika vertintinas ir kitas modelis, kai projekto vykdytojas (dažnai – nevyriausybinių organizacijų) kuria produktą-metodiką, pagal kurią dirbti apmoko socialines paslaugas teikiančių (valstybės) įstaigų specialistus, pvz., savivaldybių socialinių darbuotojus, vaikų globos įstaigų specialistus. Taikant tokį modelį, nevyriausybiniams sektoriams gali veikti kaip naujų idėjų sklaidėjas, kartu užtikrinant, kad sukurtų produktų naudojimas nebus apribotas projektinei veiklai būdingo fragmentiškumo. Be to, toks būdas prisideda prie viešojo sektoriaus stiprinimo ir valstybės teikiamų socialinių paslaugų tobulinimo.

Rekomendacija. 2014–2020 m. laikotarpiu reikėtų numatyti paskatas projektų vykdytojams, kuriant produktus planuoti jų perdavimą (per mokymus ir pan.) nuolat su tiksline grupe dirbantiems savo ar kitų organizacijų darbuotojams. Taip pat verta skatinti organizacijų partnerystę, kurios pagrindas būtų bendras produktų kūrimas ir naudojimas. Visa tai užtikrintų, kad tiek projekto įgyvendinimo metu, tiek jį įgyvendinus, produktais pasinaudotų didesnis organizacijų skaičius.

Vertinimas atskleidė, kad tik dalis produktų yra vieši, pvz., yra paskelbti internete. Dažnai produktai yra ribotai prieinami, arba, kitaip tariant, jais galima pasinaudoti tik tiesiogiai kreipiantis į projekto vykdytoją. Be to, ne visi ir viešinamų produktų kūrėjai pakankamai detalčiai aprašė sukurtus produktus ar jų taikymo rezultatus, o tai sudaro nepalankias sąlygas šių produktų panaudojimui kitose organizacijose.

Rekomendacija. Skatinant projektų vykdytojus kurti kokybiškus produktus, reikėtų sustiprinti produktų viešinimo procesą. Rekomenduojame visą informaciją apie produktus ir jų kūrimą skelbti vienoje vietoje, laisvai prieinamoje interneto erdvėje (pvz., SADM interneto svetainėje). Visi projektų vykdytojai turėtų būti įpareigoti pateikti produktus viešam skelbimui, tačiau kartu turi būti užtikrinama, kad nebus reikalaujama pateikti daugiau nei vieną kartą. Kartu su produktais turėtų būti pateikiami ir (apibendrinti) produktų veiksmingumo vertinimo rezultatai. Apie šią viešinimo prievolę ir pateikimo procesą, taip pat apie numatomą produktų skelbimo vietą projektų vykdytojai turėtų būti informuoti iš anksto. Norint užtikrinti sklandų tinkamų produktų aprašų parengimą, galima būtų nustatyti standartinę produktų aprašymo formą, kuri turėtų šias struktūrines dalis: 1) problemos, kurią sprendžia produktas, aprašymas; 2) produkto aprašymas; 3) produkto panaudojimo rezultatų įvertinimas (pirma, pradinės dalyvių būklės įvertinimas, antra, dalyvių būklės po dalyvavimo projekte įvertinimas, trečia, pažangos apibendrinimas); 4)

sėkmės ir nesėkmės istorijos. Aiškiai apibrėžta prievolė viešinti produktus ir jų taikymo rezultatus bei galimybė palyginti produktus tarpusavyje turėtų sudaryti paskatas didinti kuriamų produktų kokybę. Tiesa, tyrimas taip pat atskleidė, kad vien produktų viešinimo nebūtinai pakanka jų kokybiškam pritaikymui, nes dažnai reikalingas ir specialistų apmokymas, kaip konkrečią metodiką taikyti. Todėl skatinant produktų adaptavimą, rekomenduojama jį sieti ir su specialistų mokymu.

Daugiausiai 2007–2013 m. sukurtų produktų yra tiesiogiai skirti neįgaliųjų, nuteistųjų, moterų ir asmenų, sergančių priklausomybės ligomis, integracijai į darbo rinką skatinti, tačiau, remiantis apklausos duomenimis, dauguma šių produktų galėtų būti pritaikyti ir kitų socialiai pažeidžiamų grupių socialinei integracijai skatinti. Vertinimo metu surinkta informacija leidžia manyti, kad norint paskatinti sukurtų produktų adaptavimą kitose organizacijoje, pirmiausia reikia užtikrinti pakankamą ir kokybišką informaciją apie juos ir jų veiksmingumą. Dalis projektų vykdytojų nežino apie jiems galimai aktuales produktus. Be to, net ir žinodami neturi informacijos apie tų produktų kokybę, veiksmingumą, privalumus ir trūkumus. Įvedus privalomą produktų veiksmingumo vertinimą ir standartizuotą produktų aprašymo formą, kaip aptarta anksčiau, ši informacijos asimetrijos problema, tikėtina, sumažėtų. Ateityje taip pat būtų verta svarstyti galimybę įvesti sukurtų produktų išorinį ekspertinį vertinimą ar sertifikavimą, kad produktus norinčios adaptuoti organizacijos turėtų objektyvios informacijos apie jų kokybę ir galėtų pasirinkti kokybiškiausius. Apskritai 2014–2020 m. laikotarpiu būtų naudinga produktų / paraiškų dėl jų kūrimo vertinimui suburti nuolatinę vidaus ar išorės socialinio darbo ekspertų grupę, kuri padėtų išvengti produktų dubliavimo ir metodologiškai konsultuotų dėl produktų aprašų parengimo.

Rekomendacija. Norint sistemiskai skatinti produktų adaptavimą, taip pat verta apvarstyti galimybę produktų kūrimo (atnaujinimo ar adaptavimo) veiklų finansavimą skaidyti į dvi dalis / kvietimus – vieną, vykdomą pirmoje 2014–2020 m. programavimo laikotarpio pusėje, kitą – antroje. Antro kvietimo metu galima būtų finansuoti tik tų produktų, kurie buvo sukurti pirmo kvietimo metu, adaptavimą kitose organizacijose. Kaip aptarta anksčiau, adaptuojant produktus turėtų aktyviai dalyvauti (ir tam tikrą finansavimą gauti) tiek produktą perduodanti, tiek jį perimanti organizacija. Iš anksto (prieš pirmą kvietimą) žinoma tokia galimybė pirmo kvietimo produktų kūrėjus turėtų skatinti kurti kokybiškesnius produktus, juos viešinti kitoms organizacijoms, ieškoti potencialių jų patirties perėmėjų. Siekiant palengvinti šį procesą ir užtikrinti pakankamą informacijos sklaidą, reikėtų apvarstyti galimybę laikotarpio viduryje (prieš antrą kvietimą) organizuoti sukurtų „produktų mugę“, kurioje jų kūrėjai pristatytų savo produktus suinteresuotoms organizacijoms.