**STRATEGIA WDRAŻANIA**

**PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO**

**„PI – WITRYNA PRACY 50+ - INNOWACYJNY SYSTEM KOJARZENIA POPYTU I PODAŻY NA RYNKU PRACY”**

**Temat innowacyjny:**

Poszukiwanie nowych, skutecznych metod aktywizacji zawodowej
i społecznej grup docelowych wymagających szczególnego wsparcia

**Beneficjent:**

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu

**Nr umowy:**

UDA-POKL.06.01.01-32-017/11-00

[I. Uzasadnienie - 2 -](#_Toc354961780)

[II. Cel wprowadzenia innowacji - 4 -](#_Toc354961781)

[III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego - 6 -](#_Toc354961782)

[IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego - 10 -](#_Toc354961783)

[Zestawienie materiałów jakie otrzymają testerzy w trakcie testowania - 13 -](#_Toc354961784)

[V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa - 14 -](#_Toc354961785)

[Cel upowszechniania - 16 -](#_Toc354961786)

[VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki - 18 -](#_Toc354961787)

[VII. Kamienie milowe II etapu projektu - 20 -](#_Toc354961788)

[IX. Analiza ryzyka - 21 -](#_Toc354961789)

# I. Uzasadnienie[[1]](#footnote-1)

Zmiany w strukturze demograficznej Polski jednoznacznie wskazują starzenie się społeczeństwa. Jednocześnie z tytułu wydłużenia się wieku biologicznego oraz tendencji wzrostowej żywotności społeczeństwa polskiego, niezbędne stały się reformy dot. wydłużenia przyjętych norm wieku produkcyjnego. Tym samym coraz większa grupa ludzi funkcjonujących na rynku pracy wkracza w wiek niemobilny. Oznacza to, że znaczna część ludzi nadających się do pracy w niedalekiej przyszłości utraci zdolność do przekwalifikowania zawodowego lub zmiany dotychczasowego stanowiska pracy. W ujęciu współczesnych zmian kultury pracy oraz polityki zatrudnienia, osoby te stają się szczególnie zagrożone przedwczesnym wykluczeniem zawodowym. Jednym z kluczowych celów Strategii Lizbońskiej jest wzrost aktywności zawodowej osób powyżej 55 roku życia. Uzyskanie poziomu 50% udało się jedynie trzem krajom skandynawskim: Szwecji (68%), Danii (61%) i Finlandii (51%). Polska na tle liderów zatrudnienia osób powyżej 50 roku życia wypada dość słabo z wynikiem 28%. Przeciętny wiek wyjścia z rynku pracy w naszym kraju wynosi 57,58 lat (54 dla kobiet i 61 dla mężczyzn), co charakteryzuje nas jako kraj o najniższym wieku wyjścia z rynku pracy w Europie[[2]](#footnote-2). W wyniku przeprowadzonych badań w ramach projektu można wskazać główne problemy i bariery związane z aktywizacją osób niepracujących 50+.

**Tab. 1 Problemy i bariery w obszarze aktywizacji osób niepracujących 50+**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Problem** | **Główne przyczyny** | **Skutki** |
| ponad połowa badanych pracodawców (60%) nie zatrudniła nikogo w ciągu ostatnich 2 lat i nie zamierza tego robić w perspektywie następnych 3 lat (potwierdza to wskaźnik prognozy zatrudnienia netto na II kw. 2013 -3,8%[[3]](#footnote-3))  | - złe przewidywania pracodawców dotyczące rozwoju gospodarki regionalnej i krajowej (kryzys i/lub oczekiwanie na kryzys)- struktura wielkości podmiotów w woj. zachodniopomorskim (ponad 97% to podmioty mikro[[4]](#footnote-4))[[5]](#footnote-5) gdzie jedynym zatrudnionym jest samozatrudniony lub właściciel i kilku pracowników  | - stosunkowo wysoki wskaźnik stopy bezrobocia w regionie (18,1% ; dane za 12.2012, WUP, Szczecin)- długotrwały czas poszukiwania pracy (średnio powyżej 1 roku)- znaczny odsetek osób długotrwale bezrobotnych (51,4% w ogóle osób bezrobotnych; dane za 12.2012, WUP, Szczecin) |
| 60% przedstawicieli firm deklaruje, że w ich firmach nie ma zatrudnionych osób z grupy 50+ | - stosunkowo niski wiek wyjścia z rynku pracy (zjawisko obserwowane w całej Polsce)- przedkładanie elastyczności zatrudnienia nad inne kryteria (elastyczność w tym przypadku utożsamiana jest z młodszymi pracownikami) | - wysoki odsetek osób bezrobotnych 50+ (27%; dane za 12.2012, WUP, Szczecin)- mimo znacznego odsetka deklaracji pracodawców iż wiek nie jest kryterium branym pod uwagę przy zatrudnianiu (tylko 15% badanych często lub zawsze zwraca uwagę na wiek kandydatów) rzeczywiste działania przeczą tym deklaracjom |
| aż 27,72% osób 50+ poszukujących pracy korzysta z PUP lub innej instytucji publicznej przy jednoczesnej bardzo niskiej ocenie skuteczności tej formy poszukiwania pracy (ocena na poziomie 3,94) | - nawyki osób starszych (przyzwyczajenie do PUP/instytucji publicznych)- działania tego typu wymagają stosunkowo niewielkiego zaangażowania. Są zdecydowanie prostsze w porównaniu z innymi sposobami poszukiwania pracy stosowanymi na współczesnym rynku zatrudnienia- korzystanie z urzędów pracy jest stosunkowo tanie- łatwości korzystania z usług PUP (duży zasięg działania) | - niewielki odsetek osób znajdujących pracę- znaczny odsetek osób reje. się po raz kolejny (90,3% os. 50+)- bariery w korzystaniu z nowoczesnych form poszukiwania pracy, w tym Internetu (2,3% osób 50+ wykorzystuje ten kanał do poszukiwania pracy, mimo dużego odsetka pozytywnie nastawionych do Internetu jako medium pośrednictwa pracy – powyżej 30%)- możliwość skorzystania z innych form może pojawić się w sytuacji gdy to PUP zaproponuje klientowi ich wykorzystanie  |
| Wysoki odsetek odpowiedzi wskazujących na brak dostępu do Internetu (32,5%) | - brak przyzwyczajenia do takiego medium, a co za tym idzie niska motywacja do uzyskania dostępu | - mniejsze możliwości do korzystania z nowoczesnych form pośrednictwa pracy niż w przypadku innych grup wiekowych- ograniczenie możliwości dotarcia z ofertą pracy do potencjalnego pracodawcy- ograniczenie możliwości dotarcia do ofert pracodawców, którzy wykorzystują to medium w rekrutacji (ogłoszenia w Internecie stanowią 2 najczęściej wybieraną metodę poszukiwania pracowników do pracy przez pracodawców ) |

Według znacznej grupy respondentów (52,5% - wyniki w grupie badanych pracodawców i doradców zawodowych) kandydaci zawsze oceniani są na podstawie posiadanych umiejętności. 35% ankietowanych nigdy nie zwraca na tą zmienną uwagi. Nieznacznie mniej respondentów nie zwraca uwagi także na sytuację rodzinną (25%).
W każdym przypadku doradcy oceniali kryteria doboru kandydatów do pracy jako bardziej istotnie, niż przedsiębiorcy. W przeciwieństwie do pracodawców, doradcy zawodowi zwrócili większą wagę na sytuację rodzinną kandydata oraz zainteresowania i doświadczenie pozazawodowe. Wynika to jednak z faktu, że ta grupa respondentów dokonuje diagnozy kandydatów, a jej wykonanie wiąże się z przeprowadzeniem bardziej szczegółowego wywiadu. Ponadto pytania dotyczące sytuacji rodzinnej są blokowane prawnie i ich zadawanie jest przynajmniej teoretycznie zakazane w trakcie rozmów kwalifikacyjnych prowadzonych przez pracodawców. Podobnie wyższy wskaźnik ocen kryteriów kandydata dotyczył cech osobistych. Doradcy zawodowi o wiele częściej odwołują się do wartości miękkich, a przedsiębiorcy skupiają się na umiejętnościach, doświadczeniu (udokumentowanym) oraz wykształceniu. Jak się okazuje, doradcy zawodowi ocenili wyżej doświadczenie zawodowe grupy 50+, niż sami przedstawicieli tej grupy. W tym przypadku pracodawcy podtrzymali tendencję do najmniej przychylnych ocen swoich postaw, oceniając osoby 50+ najniżej.

Z profilu semantycznego wynika, że doradcy zawodowi stanowią swoisty rodzaj syntetycznego bufora pomiędzy wysokimi wskaźnikami pozytywnych opinii osób 50+ o sobie, a niskimi ocenami pracodawców. Doradcy natomiast byli bardziej krytyczni w przypadku postaw
osób 50+ takich jak *zamknięci na zmiany* oraz *brak chęci do uczenia się
i doskonalenia*.

Pomimo wskazań pracodawców i doradców zawodowych, iż osoby 50+ to pracownicy posiadający duże doświadczenie i umiejętności, najczęściej respondenci typowali potrzebę podwyższenia kwalifikacji tej grupy (22,07%). Jednocześnie dość obiecujący jest wysoki wskaźnik odpowiedzi dot. potrzeb prezentowania umiejętności „*Lepsze zaprezentowanie umiejętności i zalet”* (również 22,07%). Oznacza to, że idea systemu, w którym kandydaci do pracy 50+ będą mogli głównie prezentować swoje umiejętności jest słuszna. Znaczna część doradców zawodowych uważa, że narzędzia internetowe mogą dostarczyć dużych możliwości w poradnictwie i pośrednictwie zawodowym. Uważa tak dokładnie 50% ankietowanych. 20% zaś twierdzi, że narzędzia oparte na technologii Internetu mogą dać bardzo dużo możliwości, co w konsekwencji prowadzi do znacznej przewagi respondentów wskazujących swoje pozytywne nastawienie. 23,33% nie jest w stanie jasno określić możliwości narzędzi internetowych. Pomimo przewagi wskaźników rzadkiego korzystania z Internetu przez osoby 50+, liczba wskazań przeciwstawnych pozwala na zachowanie względnej proporcji odpowiedzi. Oznacza to, że zainteresowanie Internetem jest znaczące w tej grupie wiekowej, a potencjał jego wykorzystania nie może zostać zbagatelizowany.

Uzyskane wyniki mają charakter kluczowy dla realizatorów projektu Witryna Pracy 50+. Wskazanie respondentów dotyczące wagi posiadanych umiejętności i małego znaczenia wieku kandydatów pozwalają potwierdzić słuszność projektu. Jeśli jest to tylko próba przedstawienia siebie w dobrym świetle, a deklaracje przedstawione w raporcie są podyktowane chęcią wskazania prawidłowego postrzegania procesu rekrutacji, to i tak jest to dobra droga wprowadzania długofalowych zmian. Wynika to z faktu, że o wiele łatwiej będzie włączyć do powszechnego użytku model zgodny ze zinternalizowanymi normami pracodawców, niż wskazywać im rozwiązania niezgodne z ogólnie przyjętymi wartościami. Zmiany zachowania natomiast będą możliwe do wprowadzenia, jeśli realizatorzy projektu uświadomią pracodawcom dysonans pomiędzy deklaracjami a rzeczywistością.

# II. Cel wprowadzenia innowacji

Przeprowadzone w trakcie pierwszego etapu realizacji projektu badania potwierdzają zasadność i aktualność określonego we wniosku o dofinansowanie celu głównego projektu. W wyniku przeprowadzonych prac w trakcie pierwszego etapu realizacji projektu zaktualizowano i dostosowano do wyników badań cele szczegółowe i wskaźniki ich realizacji. Cel główny pozostał bez zmian.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cele projektu** | **Cel osiągnięty (Tak/Nie)[[6]](#footnote-6)** | **Stan docelowy po wprowadzeniu innowacji** **(wskaźniki osiągnięcia celu)** | **Weryfikacja osiągnięcia celu** |
| **Rodzaj wskaźnika** | **Wartość końcowa i data jej osiągnięcia** | **Narzędzie** | **Czas weryfikacji** | **Podmiot/ osoba odp.** |
| **Cel główny** |
| Poprawa skuteczności i jakości procesu aktywizacji osób niepracujących 50+ w skali regionalnego rynku pracy poprzez stworzenie nowoczesnej, interaktywnej platformy konfrontacji popytu i podaży, uwzględniającej formalne i nieformalne cechy pracobiorców i potrzeby pracodawców do końca 2015r. | Nie | liczba skojarzeń popytu i podaży (w min. 50% pop. odbiorców) | 150 (12.2015) | Analiza działań na WP, raporty  | 12.2015 | Specj. ds. upowszech. |
| trafne wyniki preselekcji kandydatów (w min. 30% populacji odbiorców) | 90 (12.2015) | j.w. | 12.2015 | j.w. |
| skrócenie czasu trwania proc. rekrutacji (w min 30% pop. odb.) | 90 (12.2015) | j.w. | 12.2015 | j.w. |
| przyrost liczby kryteriów i cech kandydatów (w min. 30% pop. odb.) | 90 (12.2015) | j.w. | 12.2015 | j.w. |
| **Cele szczegółowe** |
| Wzrost wiedzy na temat barier i potrzeb osób bezrobotnych i niepracujących 50+ w województwie zachpom. i firm do 03.2013 | Tak | liczba firm objętych badaniem | 384 (12.2012) | Ilość ankiet– wart. osiągnięta - 340 | 12.2012 | Koordynator ds. badań |
| liczba badanych os. 50+ | 384, w tym 230 K i 154 M (12.2012) | Ilość ankiet –wart. osiągnięta - 380 | 12.2012 | j.w. |
| liczba badanych IRP i org .przeds. | 42 (12.2012) | Ilość ankiet –wart. osiągnięta - 30 | 12.2012 | j.w. |
| ilość opracowań nt potrzeb 50+ i firm | 1 (12.2012) | raport z badań–wart. osiąg. - 1 | 03.2013 | j.w. |
| Włączanie do polityki skutecznego instrumentarium kojarzenia ofert podażowej i popytowej strony rynku pracy do końca 12.2015 | Nie | liczba osób 50+, zarejestrowanych na portalu, jako poszukujące pracy | 3900, w tym 2340 K i 1560 M (12.2015) | Ilość logowań na WP | 12.2015 | Specj. ds. upowszech. |
| liczba pracodawców, którzy zgłoszą swoje oferty pracy na portalu. | 300 (12.2015) | Ilość logowań na WP | 12.2015 | j.w. |
| liczba opracowanych katalogów procedur i narzędzi diagnostycznych | 2 (12.2015) | Ilość narzędzi | 12.2015 | j.w. |
| liczba etapów działań upowszech. | 7 (12.2015) | listy obecn., protokoły  | 12.2015 | j.w. |
| Wzrost skuteczności diagnozy umiejętności i preferencji zawodowych osób 50+ do 12.2015 r. | Nie | Liczba os. po 50 r.ż, objętych diagnozą | 3900, w tym 2340 K i 1560 M (12.2015) | rejestrator logowań do Nawigatora  | 12.2015 | Lider zespołu ds. narzędzi diagn. |
| Wzrost innowacyjności rozwiązań IT w aktywizacji osób niepracujących dzięki wymianie doświadczeń z partnerem i implementacji rozwiązań IT partnera do 03.2015 | Nie | liczba opracowanych narzędzi IT przez spotkania, konsultacje, dokum. końcową produktu | 2 (03.2015) | Il. narzędzi IT  | 03.2015 | Koordynator ds. współpracy międzynar. |

# III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

**Produktem finalnym** projektu będzie innowacyjny system kojarzenia popytu i podaży na rynku pracy, zwany dalej WITRYNA PRACY 50+ (WP 50+), oparty i wykonany zgodnie z zasadami tworzenia rozwiązań informatycznych z uwzględnieniem potrzeb osób 50+. Produkt finalny zostanie przygotowany w technologii webowej. Będzie dostępny z poziomu przeglądarki internetowej, co pozwoli na szybkie jego wdrożenie i szerokie upowszechnienie wśród **użytkowników i odbiorców**.

WP 50+ poza narzędziem IT to narzędzia diagnostyczne dla 50+ i firm oraz procedury pozwalające ograniczyć bariery instytutucjonalne, biurokratyczne, prawne i mentalne wobec os. po 50
i wspomagające współpracę firm i instytucji rynku pracy. Produkt będzie zintegrowanym narzędziem, umożliwiającym zdefiniowanie sylwetki zawodowej pracownika-kandydata o wysokim stopniu użyteczności w procesie „kojarzenia” pracodawców z poszukującymi pracy. Funkcjonujące portale pracy są nakierowane głównie na osoby młode oraz os. z wysokimi kwalifikacjami zawodowymi. Nie zawierają opcji wyszukiwania umiejętności i kompetencji, co przewiduje produkt w ramach projektu[[7]](#footnote-7). Innowacyjność produktu finalnego zostanie osiągnięta poprzez połączenie nowatorskiego podejścia do wydobywania i tworzenia katalogów umiejętności nabywanych przez całe życie oraz narzędzi IT, analizy semantycznej, aparatu psychologicznego i met. naukowych. Innowacyjność produktu to usprawnienie przepływu odpowiednio wyselekcjonowanej informacji między popytową i podażową stroną rynku pracy oraz instytucjami/podmiotami rynku pracy. Uzupełnienie produktu o specjalnie zaprojektowaną funkcjonalność uwzględniającą potrzeby osób 50+ da otrzymanemu rezultatowi nową jakość. Konkretne innowacyjne rozwiązania to:

1. Tradycyjna forma CV została zastąpiona innowacyjnym narzędziem prezentacji sylwetki zawodowej z naciskiem na aktywną prezentację szczegółowych umiejętności, tzw. portfolio, zamieszczone na platformie WP 50+. Kompetencje znajdujące się w portfolio kandydata będą wynikiem dokonania samodiagnozy przez kandydata w Nawigatorze po umiejętnościach i w trakcie rozmowy z doradcą zawodowym. Dzięki technologii IT będzie to wirtualny dokument, pozwalający na odnalezienie konkretnego pracownika, na podstawie szerokiego wachlarza kryteriów.
2. Kompetencje znajdujące się w profilu kandydata będą wynikiem dokonania diagnozy przez kandydata w tzw. Labiryncie Kompetencji/ Ścieżce zadań kompetencyjnych, umożliwiającej określenie kompetencji w konkretnych sytuacjach. To zasadnicza różnica między stosowanymi dotychczas narzędziami, gdzie diagnozy dokonuje się na zasadzie deklaracji, a nie rzeczywistych umiejętności i kompetencji.
3. Atrakcyjna i intuicyjna forma elektroniczna narzędzia uatrakcyjni proces poradnictwa, zredukuje błąd subiektywności i przekłamania pojawiający się w obecnie stosowanych testach. IRP otrzymają nowoczesne narzędzie z zakresu poradnictwa zawodowego dostosowane do oczekiwań osób 50+, już uformowanych zawodowo.

**System WP 50+ będzie obejmować między innymi:**

* platformę wymiany ofert pracy i zarządzania relacjami z pracodawcami (PW),
* panel informacyjno-edukacyjny (PIE),
* zestaw procedur działania systemu i współpracy (Procedury)
* narzędzia do diagnozy kompetencji i tworzenia „portfolio umiejętności” osób 50+ poszukujących pracy oraz opis stanowiska pracy z uwzględnieniem potrzebnych na nim kompetencji dla pracodawców (PO).

Przyjazność w dostępie do Witryny Pracy osiągnięto poprzez zastosowanie:

* intuicyjnego interfejsu użytkownika - dzięki któremu użytkownik jest na bieżąco informowany wizualnie, w którym miejscu platformy aktualnie się znajduje;
* systemu podpowiedzi - w skład którego wchodzą: statyczne opisy pól widoczne przez cały czas edycji formularza, dynamiczne podpowiedzi do wybranych pól, uaktywniane po najechaniu lub ustawieniu się kursorem w danym polu, czy odsyłacze przy wybranych polach do poradników
 i wzorów dokumentów;
* konwencjonalnego sposobu wprowadzania danych, w szczególności danych wprowadzanych
w formularzach;
* rozbudowanego systemu powiadomień.

Dodatkowo, dostępność produktu finalnego powiększają rozwiązania innowacyjne, wypracowane dzięki współpracy z partnerem ponadnarodowym, takie jak:

* **wyszukiwarka semantyczna:** umożliwia łatwe i skuteczne przeszukiwanie zasobów ofert zarówno pracodawców jak i osób bezrobotnych (50+). Wyszukiwarka zaimplementowana w WP 50+ pozwala na odejście od standardowego wyszukiwania po słowach kluczowych. Wyniki wyszukiwania zwracane przez platformę polegają na dopasowaniu wyników wyszukiwania za pomocą analizy składni, synonimów oraz różnych form gramatycznych. Łatwość odnajdywania ofert interesujących użytkownika gwarantuje wyszukiwarka wyposażona w elementy zwiększające jej ergonomię oraz mechanizmy semantyczne, bez konieczności uwzględniania czysto mechanicznego działania tradycyjnych wyszukiwarek. Oznacza to, że docelowy odbiorca produktu (m.in. osoba 50+) może w łatwy sposób przeszukiwać zasoby Witryny przy użyciu zapytań formułowanych w języku naturalnym, co jest szczególnie istotne dla osób, które nie są bardzo obyte z technologiami IT.
* **narzędzie diagnostyczne:** stworzone przy współpracy z zespołem psychologów i doradców zawodowych. Pod względem merytorycznym jest to odejście od standardowej formy CV, nakierowanej na historię zajmowanych stanowisk, na rzecz analizy posiadanych lub wymaganych umiejętności, nie tylko w ujęciu ilościowym, ale przede wszystkim w ujęciu jakościowym. Narzędzie to zostało zaimplementowane w przyjaznej dla użytkownika konwencji tzw. wizzarda (kreatora), który krok po krok prowadzi użytkownika przez proces diagnozy i na każdym etapie szczegółowo wyjaśnia mu, jakie akcje musi wykonać. Wyniki przeprowadzonej diagnozy zapisywana są w bazie danych i dołączane automatycznie do ofert tworzonych przez użytkowników systemu.
* **algorytm kojarzący:** działa on na wynikach narzędzia diagnostycznego. Wynikiem działania narzędzia dla pracodawcy jest profil stanowiska (zestaw wymaganych umiejętności), dla osób 50+ jest tworzone z kolei tzw. portfolio umiejętności. Zadaniem opracowanego algorytmu jest wyszukanie w bazie danych najlepiej pasujących do siebie par obiektów komplementarnych (portfolio + profil stanowiska). Algorytm przeprowadza analizę zawartości zarówno portfolia jak i profilu stanowiska ze szczególnym uwzględnieniem, z jednej strony miar jakościowych, a drugiej określeń wymagalności dla poszczególnych umiejętności i wyszukuje obiekty najlepiej do siebie pasujące. Dzięki zastosowaniu innowacyjnego algorytmu system może w sposób automatyczny wyszukać i zaproponować użytkownikowi komplementarne oferty najlepiej spełniające jego wymagania, przy czym użytkownik nie musi w sposób jawny przeprowadzać jakiekolwiek wyszukiwania. Przykładowo: pracodawcy automatycznie zostanie przedstawiona lista potencjalnych osób poszukujących pracy uszeregowana względem stopnia dopasowania umiejętności poszczególnych kandydatów do wymagań danego stanowiska.
* **wątkowanie wiadomości:** zamiast standardowego podziału widomości użytkownika na skrzynki: odbiorczą i nadawczą zastosowano nowoczesny i intuicyjny mechanizm wątków wymiany wiadomości. Dzięki niemu użytkownikowi zawsze jest prezentowana historia wymiany wiadomości tylko z jednym rozmówcą w formie dialogu. Rozwiązania takie powoduje znakomite uproszczenie procesu wymiany wiadomości i ogranicza możliwość uczucia zagubienia w systemie. Jest to szczególnie istotne przy uwzględnieniu grupy docelowej produktu (osoby 50+).
* **natychmiastowy zapis:** dzięki temu mechanizmowi wyeliminowane zostało ryzyko utracenia danych wprowadzonych do systemu przez użytkowników. Wszelkie dane wprowadzane w jakimkolwiek miejscu w serwisie są natychmiastowo zapisywane. Przykładowo: w przypadku omyłkowego zamknięcia okna przeglądarki internetowej lub przypadkowego przejścia na inną stronę internetową, wszelkie wprowadzone dane zostaną zapamiętane przez system (mimo braku jawnego żądania zapisu ze strony użytkownika). Po powrocie do systemu użytkownik uniknie frustracji związanej z koniecznością ponownego wprowadzania utraconych informacji.

**Efekty innowacji**

**Zastosowanie innowacyjnego rozwiązania przyczyni się do:**

Optymalizacji czasu i zwiększenie trafności w poszukiwaniu pracy lub pracownika poprzez zastosowanie wyszukiwarki kompetencyjnej poprzez :

Dodawanie oraz przeglądanie ofert pracy przez 50+ i pracodawców;

Inteligentne kojarzenie dodanych ofert (szukający pracy i pracodawca) – usprawnienie komunikacji i wymiany informacji pomiędzy pracodawcą a poszukującym pracy;

Przełamywania barier administracyjnych, prawnych i psychologicznych.

Zwiększenia efektywności doradców zawodowych i pośredników pracy w zakresie diagnozy
i wsparcia przy poszukiwaniu zatrudnienia.

Podwyższenia szans osób 50+ na rynku pracy poprzez :

* Wzrost skuteczności diagnozy umiejętności i preferencji zawodowych osób 50+;
* Umożliwienie osobom 50+ zaprezentowania szerokiego wachlarza kwalifikacji, umiejętności i doświadczeń;
* Zwiększenie szans na zatrudnienie dzięki całościowej prezentacji umiejętności i doświadczeń;
* Wzrost jakości życia zawodowego i osobistego oraz poczucia sprawstwa i wiary w swoje umiejętności wśród osób 50+ (tożsamość zawodowa);
* Aktywizację bezrobotnych – możliwość pracy tymczasowej, dorywczej, o dzieło, zlecenie, na umowę o pracę;

Zapobieganie dyskryminacji grupy 50+ na rynku pracy;

**Koszt wdrożenia innowacji**

Wdrożenie Witryny pracy 50+ wymaga jedynie:

* + Odpowiednio skonfigurowanego serwera o mocy obliczeniowej dostosowanej do liczby użytkowników korzystających z produktu
	+ Łącza internetowego o odpowiedniej przepustowości
	+ Administratora (incydentalnie: problem tech. lub zgłoszenie nadużyć przez użytkowników).

*W normalnych warunkach system jest zupełnie bezobsługowy i nie wymaga ingerencji ludzkiej do poprawnego działania.*

Dla instytucji posiadającej już infrastrukturę informatyczną w postaci serwerów www oraz zasobów ludzkich w postaci administratorów takiej infrastruktury, koszty są minimalne, gdyż system można zainstalować na istniejących już maszynach serwerowych, a sam proces instalacji produktu jest zautomatyzowany. Do nadzoru nad produktem można oddelegować, na klika godzin w miesiącu, zatrudnionego już w instytucji administratora.

Czas wdrożenia innowacji:

Proces wdrożenia innowacji przebiega następująco:

Kompletna zintegrowana paczka instalacyjna (rozwiązanie portalowe – Witryna Pracy 50+) zostaje przekazana na nośniku cyfrowym do odbiorcy (instytucja wskazana przez IP).

Odbiorca instaluje platformę na uprzednio przygotowanym serwerowym systemie operacyjnym (serwer)

Przewidywany czas instalacji wynosi 2 godziny. Czyli w ciągu jednego dnia platforma będzie działać w systemie on-line i będzie dostępna dla wszystkich użytkowników Internetu.

**Użytkownicy:** instytucje rynku pracy, w tym Powiatowe Urzędy Pracy (16), agencje zatrudnienia (ok. 200 wg danych [www.kraz.praca.gov.pl](http://www.kraz.praca.gov.pl)), organizacje pracodawców w woj. zachodniopomorskim (23)

**Odbiorcy:** os. bezrobotne i niepracujące po 50 r.ż. (osoby po 50 r.ż. stanowią 35% ludności woj. zachodniopomorskiego; większość to kobiety – ok. 38% w ogóle ludności [dane WUS], z czego według danych WUP za I kw. 2013 r. aż 19% ogółu wszystkich osób bezrobotnych stanowią osoby powyżej 45 r.ż. (23670 osób) bez ujęcia osób niepracujących niezarejestrowanych), przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa (ok. 200 tys. w województwie), doradcy zawodowi (ok. 80 osób).

Wdrożenie innowacji nie wymaga zmian w infrastrukturze. Najważniejsza zmiana, z jaką mamy do czynienia, to zmiana mentalności i przełamywanie barier. Nieodzownym jest burzenie stereotypów, zwłaszcza dotyczących komunikacji osób 50+ z instytucjami rynku pracy i pracodawcami. Przełamywanie barier usprawni i zwiększy efektywność podejmowanych działań aktywizujących osoby 50+. Wypracowane procedury staną się rekomendacją dla urzędów, organizacji i struktur odpowiedzialnych za aktywne instrumenty rynku pracy, pozwalając lepiej dostosować narzędzia

do potrzeb zmieniającego się rynku pracy.

Z technicznego punktu widzenia funkcjonowanie i wykorzystanie WP 50+ będzie jedynie wymagało podjęcia następujących działań:

* organizacja, która zdecyduje się na wdrożenie WP 50+ powinna dysponować serwerem, wolną przestrzenią dyskową przeznaczoną na przechowywanie danych publikowanych na platformie przez jej użytkowników, dostępem do Internetu, powinna ponosić koszty utrzymania domeny internetowej. Po wdrożeniu organizacja przydzieli jedną osobę do administrowania platformą.
* po wdrożeniu WP 50+ jej obsługa nie wymaga przechodzenia przez skomplikowany cykl szkoleniowy. Na platformie każdy użytkownik, z wyjątkiem administratora, ma podobne prawa. Obsługa platformy jest intuicyjna, każdy będzie miał dostęp do instrukcji użytkowania platformy.

Platforma WP 50+ nie ogranicza dostępu dla jego przyszłych użytkowników. Powszechność dostępu do WP 50+ osiągnięto poprzez opracowanie procedury rejestracji, która:

* zapewnia szybki i bezpłatny dostęp do pełnych zasobów platformy bez konieczności długotrwałego oczekiwania na potwierdzenie danych,
* stosuje ograniczony mechanizm weryfikacji danych podawanych przez użytkowników opierający się na zasadzie dobrowolności i szacunku dla innych użytkowników,
* nie jest ograniczona terytorialnie.

# IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

Cel projektu zostanie zrealizowany jeśli grupy docelowe (użytkownicy i odbiorcy) będą aktywnie korzystać z platformy Witryny Pracy (WP 50+) i wchodzić w interakcje. Faza testów obejmować będzie badanie efektywności systemu. Testowanie systemu WP 50+ będzie procesem ciągłym wymagającym gromadzenia danych w celu poprawy jakości budowanego produktu. Zbierane
i analizowane będą informacje dot. specyficznych potrzeb grup docelowych oraz ich opinii
o użyteczności narzędzi i rozwiązań zastosowanych na platformie w kontekście osiągnięcia celu głównego. Weryfikacji podlegać będzie także funkcjonowanie WP 50+ jako interfejsu internetowego. Ze względu na charakter produktu finalnego co do zasady nie przewiduje się wykorzystania grupy kontrolnej.

**Czas testowania:** 24 m-ce

**Grupa testowa: d**la zapewnienia odpowiedniej reprezentatywności próby testerów w ramach poszczególnych grup użytkowników i odbiorców jako metodę doboru wybrano dobór nielosowy celowy. Nielosowy charakter doboru próby wynika, w przypadku użytkowników, ze stosunkowo małej liczebności populacji generalnej, natomiast w przypadku odbiorców ze specyfiki grupy.

1. **Powiatowe Urzędy Pracy**

**Liczebność i kryteria doboru:** **min. 3 PUP** siedziba na terenie woj. zachodniopomorskiego, poziom bezrobocia zarejestrowanych osób 50+ w stosunku do wszystkich zarejestrowanych bezrobotnych powyżej 25% , zgoda dyrekcji na testowanie Systemu WP 50+ ( Police, Drawsko, Świnoujście);

**Uzasadnienie:** PUP są odpowiedzialne za pomoc osobom bezrobotnym i nieaktywnym zawodowo 50+ w znalezieniu pracy. Mają kontakt zarówno z poszukującymi pracy, jak i pracodawcami szukającymi pracowników.

**Nabór:** zostanie przygotowana oferta współpracy i przeprowadzone rozmowy z władzami poszczególnych jednostek (dyrektor/ zastępcy). Po decyzji o udziale w testowaniu zostaną ustalone zasady współpracy, nastąpi wskazanie przez dyrekcję osoby reprezentującej PUP (ambasador projektu) oraz podpisanie porozumienia

**Zakres testowania:** ocena przydatności WP 50+ do potrzeb pracodawców i osób w wieku 50+ poszukujących pracy – wywiady, udział w panelach dyskusyjnych i spotkaniach testerów. Dla ambasadora projektu w PUP nie jest przewidziane wynagrodzenie.

1. **Agencje zatrudnienia**

**Liczebność i kryteria doboru:** **min 3 Agencje zatrudnienia z siedzibą na terenie woj. Zachodniopomorskiego** wpis do rejestru KRAZ (min 2 lata), siedziba na terenie WZP, zgoda właściciela/zarządu na testowanie Systemu WP 50+; minimum 30 firm, które skorzystały z usług w ciągu ostatnich 2 lat

**Uzasadnienie:** Agencje zatrudnienia to niepubliczne IRP, które dysponują wiedzą na temat podaży
i popytu na regionalnym rynku pracy.

**Nabór:** nawiązany zostanie kontakt z właścicielami lub osobami zarządzającymi, przedstawiona oferta współpracy. Po uzyskaniu zgody na udział w testowaniu wskazana zostanie osoba odpowiedzialna za współpracę w ramach projektu (ambasador projektu). Ustalone zostaną zasady współpracy i podpisane porozumienia.

**Zakres testowania:** ocena przydatności WP 50+ –wywiady, udział w panelach dyskusyjnych
i spotkaniach. Dla ambasadora projektu w agencji zatrudnienia nie jest przewidziane wynagrodzenie.

1. **Organizacje zrzeszające przedsiębiorstwa**

**Liczebność:** **2 organizacje zrzeszające przedsiębiorstwa z WZP** (9% populacji); siedziba na terenie WZP, zgoda zarządu/dyrektora na udział w testowaniu Systemu WP 50+; liczba zrzeszonych podmiotów powyżej 100 firm

;

**Uzasadnienie:** Samorząd gospodarczy stanowi kanał dotarcia do przedsiębiorców i daje możliwość przekonywania ich do innowacyjnych rozwiązań proponowanych w projekcie.

**Nabór:** przeprowadzone zostaną rozmowy z osobami zarządzającymi i złożona oferta współpracy;
po uzyskaniu zgody na testowanie wskazana zostanie osoba odp. za współpracę w ramach projektu (ambasador projektu). Nastąpi ustalenie zasad współpracy i podpisanie porozumienia.

**Zakres testowania:** ocena przydatności WP 50+ –wywiady, udział w panelach dyskusyjnych
i spotkaniach. Dla ambasadora projektu w organizacji przedsiębiorców jest przewidziane wynagrodzenie

1. **Osoby bezrobotne i nieaktywne zawodowo po 50 roku życia**

**Liczebność:** **150 osób bezrobotnych lub bez zatrudniania** ukończone 50 lat, faktyczne zainteresowanie podjęciem pracy, zamieszkanie w WZP na obszarze działania testujących PUP-ów i agencji zatrudniania. Kryterium liczbowe udziału 50+ wynika ze stosunku liczby firm do ilości zarejestrowanych bezrobotnych 50+ w testowanych powiatach Drawsko 23 (13K/10M),Police 38(27K/11 M); Świnoujście 40(23K/17M); Szczecin 49 (22K/27M)

**Uzasadnienie:** grupa zagrożona bezrobociem, w tym bezrobociem długookresowym

**Nabór:** wyboru będą dokonywać doradcy zawodowi z PUP i agencji zatrudnienia oraz doradca zawodowy - opiekun ośrodka PALMA (Punkt Aktywizacji Ludzi Mających Ambicję) utworzonego

w siedzibie projektodawcy w celu wsparcia użytkowników i odbiorców w korzystaniu z systemu.

**Zakres testowania:** przekazanie opisu narzędzia diagnostycznego i instrukcji działania platformy Witryna Pracy oraz indywidualny instruktaż dla osób testujących; testowanie komponentów platformy WP 50+ z doradcami (wprowadzanie ofert, wyszukiwanie ofert pracodawców, testowanie narzędzi diagnostycznych); udział w spotkaniach organizowanych za pośrednictwem IRP w Palma itp.

Osoby 50+ przekazują doradcy zawodowemu spostrzeżenia i uwagi dotyczące testowania Witryny. Na tej podstawie doradca sporządza raport. Dla osób w wieku 50+ nie jest przewidziane wynagrodzenie. Wynagrodzenie otrzymają doradcy zawodowi za sporządzenie raportów.

1. **Pracodawcy (oferty pracy)**

**Liczebność:** **min. 30 pracodawców - min. 120 ofert** **pracy** ;osoby prawne lub fizyczne, firmy mające siedzibę na terenie powiatów biorących udział w testach; posiadanie oferty pracy i chęć zatrudnienia osoby 50+ Kryterium liczbowe udziału 50+: stosunek liczby firm do ilości zarejestrowanych 50+ w testowanych powiatach: Drawsko min 5 firm Police min 8 firm Świnoujście min 8 firm, Szczecin min10 firm

**Uzasadnienie:** pozyskanie pracodawców dysponujących ofertami pracy dla osób w wieku 50+ będzie stanowić kluczowy element procesu testowania. Istotne jest sprawdzenie działania mechanizmu kojarzenia ofert pracodawców z pracobiorcami.

**Nabór:** Profil pracodawców będzie miał charakter doboru swobodnego.

**Zakres testowania:** testowanie komponentów platformy WP 50+ z doradcami lub samodzielnie (wprowadzanie ofert, wyszukiwanie ofert pracobiorców, testowanie narzędzi diagnostycznych); testowanie procedur współdziałania IRP, organizacji pracodawców, pracodawców i bezrobotnych 50+. Oferty pracodawców wprowadzane będą przez ich przedstawicieli (osoby zarządzające, pracownicy działów HR, specjaliści). Informacje z testowania będą przekazywane w formie ankiet
i raportów sporządzanych przez osoby reprezentujące pracodawców wprowadzające oferty do systemu. Przewidziane jest wynagrodzenie dla przedstawicieli firm za sporządzenie raportów.

1. **Doradcy zawodowi**

**Liczebność:** **6 doradców zawodowych** (z 3 PUP-ów i 3 agencji zatrudnienia biorących udział w testach) wykształcenie wyższe kierunkowe, min. 2-letnie doświadczenie w pracy na stanowisku doradcy zawodowego, chęć współpracy, zgoda przełożonego, dostęp do osób bezrobotnych 50+

**Uzasadnienie:** Doradcy zawodowi mają bezpośredni wpływ na aktywizowanie osób niepracujących w wieku 50+. Kontaktują się i rozpoznają potrzeby pracodawców i pracobiorców.

**Nabór:** Do udziału w procesie testowania wybrani zostaną doradcy zatrudnieni w PUP-ach
i agencjach zatrudnienia – użytkownikach wybranych do testowania. Warunkiem udziału
w testowaniu będzie zgoda władz oraz samego doradcy zawodowego na udział w testowaniu.

**Zakres testowania:** testowanie komponentów platformy WP 50+ w wersji papierowej i on-line
z osobami 50+ poszukującymi pracy i pracodawcami (tworzenie ofert osób 50+ i pracodawców, *matchowanie* ofert, narzędzia diagnostyczne). Przewidziane jest wynagrodzenie dla doradców zawodowych za raport, spostrzeżeń i uwag z testowania od osób 50+ i pracodawców.

**Harmonogram testowania**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 |
| III | IV | I | II | III | IV | I | II | III |
| **Testowanie Witryny Pracy**  |  VII |   |   |   |   |   |   |  VI |   |
| **Etap E1.** **Rekrutacja do fazy testowania i wdrażania**  | VII |  |   |   |   |   |    II |  |   |
| 1 | Rekrutacja uczestników do testowania  | VII |   |   |   |   |   |   II |   |   |
| 2 | Forum Witryny Pracy -działania rozpoczynające |  | X |   |   |   |   |   |   |   |
| **Etap E2. Testowanie opracowanego produktu** |   |  X |   |   |   |   |  II |   |   |
| 1 | Testowanie przez doradców narzędzia w wersji papierowej  |   |  X |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | Wprowadzanie zmian do WP  |  | X |  |  |  |  | II |  |  |
| 3 | Testowanie Witryny i procedur współdziałania przez IRP i organizacje przedsiębiorców  |   |  X |  |   |   |   |  II |   |   |
| 4 | Testowanie Witryny przez doradców i 50+ |   |   |  I |  |   |   |  II |   |   |
| 5 | Testowanie Witryny przez pracodawców  |   |   |  I |  |   |   |  II |   |   |
| 6 | Podsumowanie testów - seminarium dyskusyjne dla 60 osób |   |   |   |   |   |   | II |   |   |
| **Etap E3. Utworzenie i prowadzenie PALMA** |  VII |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1 | Utworzenie PALMA |  VII |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | Prowadzenie PALMA |   |  X |   |   |   |  |  |  VI |   |
| **Etap E4. Opracowanie Nawigatora umiejętności**  |   |  X |   |   |   |   |  II |   |   |
| 1 | Opracowanie nawigatora  |   | X |  |  | IX |  |   |   |   |
| 2 | Testowanie nawigatora przez doradców i 50+ |   |   |   |   |   |  X |  II |   |   |
| **Etap E5. Opracowanie oraz walidacja produktu finalnego WITRYNY i jego opis** |   |   |   |   |   |   |  I |  VI |   |
| 1 |  Wprowadzanie ostatecznych zmian do Witryny i procedur , nawigatora  |   |   |   |   |   |   |  II |   |   |
| 2 | Ewaluacja zewnętrzna przez podmiot z proj.EFS |   |   |   |   |   |   | III |  |   |
| 3 | Zmiany do Witryny i opisu produktu finalnego |   |   |   |   |   |   |   | IV |   |
| 4 | Ostateczna wersja produktu - walidacja  |   |   |   |   |   |   |   | V- VI |   |

**System monitoringu testowania**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Narzędzie** | **Grupa** | **Czas** | **Osoba odpowiedzialna** | **Odbiorca informacji** |
| wywiady pogłębione  | ambasadorzy projektu - osoby reprezentujące PUP-y , agencje zatrudnienia i organizacje przedsiębiorców, pracodawcy, osoby 50+, doradcy zawodowi | początek etapu testów;koniec etapu testów | Opiekun fazy testowania | Lider zespołu ds. narzędzi diagnostycznych (LND)Lider zespołu ds. procedur (LP)Koordynator technologiczny (KT) |
| kwestionariusz ankietowy | ambasadorzy projektu - osoby reprezentujące PUP-y , agencje zatrudnienia i organizacje przedsiębiorców, pracodawcy, osoby 50+, doradcy zawodowi | początek etapu testów;koniec etapu testów | opiekun fazy testowania | LND, LP, KT |
| okresowe spotkania z testerami | ambasadorzy projektu – osoby reprezentujące PUP-y, agencje zatrudnienia i organizacje przedsiębiorców, pracodawcy, osoby 50+, doradcy zawodowi | co najmniej raz na kwartał | opiekun fazy testowania/ lider IT/ lider ds. narzędzi | LND, LP, KT |
| bieżąca obserwacja | pracodawcy, osoby 50+,Instytucje rynku pracy | na bieżąco | opiekun fazy testowania | LND, LP, KT |
| bieżący kontakt mailowy/telefoniczny | Ambasadorzy projektu - osoby reprezentujące PUP-y , agencje zatrudnienia i organizacje przedsiębiorców, pracodawcy, osoby 50+, doradcy zawodowi | na bieżąco | opiekun fazy testowania/ specjalista ds. upowszechniania, doradca – opiekun PALMA | LND, LP, KT |
| analiza treści na platformie | Osoby 50+, pracodawcy | na bieżąco | opiekun fazy testowania | LND, LP, KT |
| raport z postępu testowania | opiekun testowania | co najmniej raz na kwartał | opiekun fazy testowania | menedżer projektu |
| panele dyskusyjne | ambasadorzy projektu - osoby reprezentujące PUP-y , agencje zatrudnienia i organizacje przedsiębiorców, pracodawcy, osoby 50+, doradcy zawodowi | początek etapu testów;koniec etapu testów | opiekun testowania,specjalista ds. upowszechniania | LND, LP, KT |

# Zestawienie materiałów jakie otrzymają testerzy w trakcie testowania[[8]](#footnote-8)

* dostęp do testowej wersji platformy Witryna Pracy 50+ z możliwością korzystania z programu zgłaszania błędów MANTIS oraz wyposażonej w program śledzenia ruchów użytkownika
* możliwość korzystania z usług Punktu PALMA (Punkt Aktywizacji Ludzi Mających Ambicję)
* Kwestionariusze ewaluacyjne dla poszczególnych grup testerów
* Materiały informacyjne
* Podręczniki dla testerów –opis systemu Witryna Pracy 50+
	+ Podręcznik dla doradców zawodowych
	+ Podręcznik dla pracodawców
	+ Podręcznik dla osób 50+ poszukujących pracy

# V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

Uzasadnieniem zastosowania produktu innowacyjnego na szeroką skalę będą wyniki badań pogłębionych przeprowadzanych przez opiekunów testowania oraz pozytywne wyniki ewaluacji zewnętrznej. Przed i po zastosowaniu Platformy WP 50+ i pozostałych elementów Systemu WP 50+ przez użytkowników i odbiorców zostanie sprawdzony poziom wskaźników realizacji zadań związanych ze aktywizacją osób 50+ biorących udział w testowaniu. Następnie na bazie systemu monitoringu procesu testowania zostanie przeprowadzona autoewaluacja opracowanego modelu oraz ocena przygotowanego rozwiązania. Uzyskanie wartości powyżej średnich (5 punktów i więcej w skali 10 punktowej) świadczyć będzie o słuszności upowszechniania i włączania do polityki wypracowanego narzędzia. Poniżej określono kryteria weryfikacji opracowanego narzędzia.

**Kryteria weryfikacji produktu innowacyjnego**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Przydatność produktu****innowacyjnego** | **Zakres oceny** | **Źródła danych** |
| Skuteczność i trafność produktu | -przydatność modelu do kojarzenia ofert pracy z ofertami osób poszukujących zatrudnienia-użyteczność zawartych informacji-użyteczność przygotowanych procedur-zgodność rezultatów testowania z zaplanowanymi założeniami-kompletność modelu-stopień osiągniętych rezultatów-stopień wpływu modelu na system kojarzenia popytu z podażą oraz aktywizację niepracujących osób 50+-stopień wpływu systemu na jakość procesu aktywizacji osób 50+-ocena doboru poszczególnych sub-produktów | wywiady pogłębione IDIkwestionariusz ankietowywywiad środowiskowy seminarium |
| Aktualność potrzeby wprowadzenia produktu | -niezbędność modelu dla kojarzenia popytu z podażą na rynku pracy ze szczególnym uwzględnieniem niepracujących osób 50+-istnienie i aktualność problemów i barier warunkujących wdrożenie modelu | bieżący kontakt mailowy/telefoniczny bieżąca obserwacjaokresowe spotkania z testerami wywiad środowiskowy seminarium |
| Łatwość zastosowania narzędzia | -łatwość obsługi Platformy WP 50+ przez użytkowników i odbiorców-intuicyjność interface’a-intuicyjność poruszania się po platformie-atrakcyjność wizualna platformy-łatwość odszukiwania potrzebnych informacji-czytelność przekazania poszczególnych informacji-czytelność procedur | okresowe spotkania z testerami analiza treści na platformie raport z postępu testowaniabieżąca obserwacja |
| Możliwości zastosowania przez użytkowników  | -uniwersalność procedur-możliwości technologiczne obsługi administracyjnej platformy-możliwości organizacyjne wdrożenia procedur, wzorów dokumentów-otwartość instytucji na wdrożenie nowych narzędzi-skala zmian niezbędnych do wdrożenia modelu | raport z postępu testowaniawywiad środowiskowyseminarium |
| Efektywność wprowadzenia rozwiązania | -koszt dostosowania platformy do korzystania przez poszczególne organizację-koszty administracji platformy-koszty update’u platformy i procedur do zmian stanu faktycznego i prawnego-koszty przygotowania organizacji do wdrożenia modelu | wywiady pogłębione IDIkwestionariusz ankietowy |
| Unikatowość rozwiązania | -nowatorstwo rozwiązań-porównanie rozwiązania do funkcjonujących na rynku-kompleksowość modelu | wywiady pogłębione IDIkwestionariusz ankietowywywiad środowiskowyseminarium |

Zakłada się, iż wdrożenie WP 50+ zwiększy skuteczność kojarzenia popytu z podażą na rynku pracy – obecnie znaczny odsetek osób rejestrujących się po raz kolejny (90,3% w grupie os. 50+ podczas gdy przeciętny koszt ponownego zatrudnienia os. bezrobotnej wyniósł w woj. zachodniopomorskim 12 207 zł (brak danych dla 50+). W efekcie wdrożenia rozwiązania WP 50+ nastąpi wzrost liczby skojarzeń popytu i podaży (w min. 50% pop. odbiorców), wzrost trafności wyników preselekcji kandydatów (w min. 30% populacji odbiorców) oraz skrócenie czasu trwania proc. rekrutacji (w min 30% pop. odb.).

Dla oceny przygotowanej innowacji zostanie zlecona ewaluacja zewnętrzna. Ewaluacja przeprowadzona będzie bezpośrednio po zakończeniu testowania produktu, przez niezależnego, wyłonionego w drodze zapytania ofertowego, ewaluatora zewnętrznego. Wyboru ewaluatora zewnętrznego dokona dwuetapowo komisja składająca się z członków zespołu zarządzającego i merytorycznego projektu: Etap 1. Wybór najlepszych ofert. Etap 2. Rozmowa kwalifikacyjna. Przy wyborze ewaluatora będą brane pod uwagę następujące kryteria: przygotowanie merytoryczne i doświadczenie przy prowadzeniu ewaluacji potwierdzone referencjami, prezentacja koncepcji badania ewaluacyjnego, która umożliwi dokonanie oceny przydatności produktu finalnego według następujących kryteriów:

1. zgodność i trafność produktu z zakresu celu i grupy docelowej,
2. skuteczność produktu (określenie korzyści dla grup docelowych wobec opisanych we wniosku i doprecyzowanych w Strategii problemów grup docelowych),
3. oddziaływanie produktu na grupę docelową,
4. efektywność rozwiązań,
5. aktualność potrzeby wprowadzenia produktu,
6. stopień skomplikowania produktu (łatwość zastosowania wypracowanych narzędzi),
7. możliwości zastosowania przez użytkowników (prawne, organizacyjne),
8. unikatowość rozwiązania.

Zadanie zewnętrznego ewaluatora będzie polegało na: przeanalizowaniu produktu finalnego wg wyżej wymienionych kryteriów, przeprowadzeniu badania wśród odbiorców i użytkowników objętych testowaniem produktu według zaakceptowanej koncepcji badania ewaluacyjnego oraz sporządzeniu recenzji produktu oraz sformułowaniu wniosków i rekomendacji dotyczących wprowadzenia niezbędnych modyfikacji, korekt i poprawek produktu.

**VI. Strategia upowszechniania**

# Cel upowszechniania

Celem działań upowszechniających będzie zwiększenie wiedzy grup docelowych (zarówno użytkowników, jak i odbiorców) z terenu woj. zachodniopomorskiego do końca 2015 r. o cechach opracowanego produktu finalnego i jego zaletach w stosunku do rozwiązań do tej pory stosowanych. Na etapie przygotowania wersji wstępnej Platformy WP 50+ oraz na etapie testowania działania upowszechniające będą służyły również zbieraniu uwag, opinii i komentarzy na temat opracowanej wstępnej wersji produktu, a zwłaszcza jego użyteczności. Będzie to element budowania pozytywnej atmosfery wokół nowych narzędzi, zachęcanie do ich stosowania jako rozwiązań skutecznych i korzystnych dla wszystkich uczestników „trójkąta” (instytucja rynku pracy – osoba niepracująca 50+ – potencjalny pracodawca). Celem będzie, nie tylko maksymalnie szeroka informacja o przygotowanym Systemie WP 50+ i jego zaletach, ale również uwypuklenie problemu jakości procesu aktywizacji niepracujących osób 50+ (oparcie jedynie na formalnych cechach potencjalnych pracobiorców). Planowane działania upowszechniające są komplementarne do działań włączających produkt do głównego nurtu polityki, dlatego w wielu miejscach będą one wzajemnie na siebie nakładać się i uzupełniać. Beneficjent zdecydował się na zaplanowanie działań upowszechniających w oparciu o mieszankę strategii push (skierowanie działań do potencjalnych użytkowników) i strategii pull (skierowanie działań do potencjalnych odbiorców).

**Cele pośrednie strategii upowszechniania:**

1. Uzyskanie wiedzy na temat postrzegania WP 50+ wśród grup odbiorców umożliwiających pełną optymalizację narzędzia do potrzeb grup odbiorczych.
2. Zwiększenie świadomości pracodawców o potrzebie aktywizacji osób 50+.
3. Zwiększenie świadomości pracodawców o możliwościach osób starszych jako ważnych szans w kontekście płynących korzyści z zatrudniania tychże osób.
4. Wytworzenie zainteresowania i potrzeby skorzystania z WP 50+ jako narzędzia użytecznego w selekcji i rekrutacji pracowniczej.
5. Uzyskanie wyższego wskaźnika zainteresowania i praktycznego wykorzystania innowacyjnych rozwiązań zaproponowanych przez realizatorów platformy WP 50+.

**Grupy docelowe i plan działań**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Grupa docelowa** | **Uzasadnienie** | **Proponowane działania i czas ich realizacji** |
| osoby 50+, | odbiorcy WP 50+ | - Centrum PALMA (od IV kw. 2013)- strona projektu (od IV kw. 2014)- kampania społeczna promująca aktywną postawę wśród 50+ i zachęcająca pracodawców do zatrudniania osób 50+ (w tym cykliczne emisje vlogów, powołanie ambasadora akcji – twarz akcji społecznej, marketing szeptany, fan page na Facebook, wsparcie grup dyskusyjnych na GoldenLine i społeczności LinkedIn, konferencje) – (od IV kw.2014)- drukowane materiały reklamowe (w tym m.in. ulotki, plakaty banery, roll-up’y itd.) – (od I kw. 2014) - drukowane materiały promocyjne (w tym teczki, informatory, długopisy, gadżety wspomagające działania w relacji bezpośredniej) – (od I kw. 2014) - artykuły sponsorowane (od II kw. 2015)- spoty radiowe (od III kw. 2015)- emisja programu telewizyjnego (od III kw. 2015) |
| Przedsiębiorcy i pracodawcy indywidualni, | odbiorcy WP 50+ | - strona projektu (od VII 2013)- kampania społeczna promująca aktywną postawę wśród 50+ i zachęcająca pracodawców do zatrudniania osób 50+ – (od IV kw.2014)- drukowane materiały reklamowe (w tym m.in. ulotki, plakaty banery, roll-up’y itd.) – (od I kw. 2014) - drukowane materiały promocyjne (w tym teczki, informatory, długopisy, gadżety wspomagające działania w relacji bezpośredniej) – (od I kw. 2014) - artykuły sponsorowane (od II kw. 2015)- spoty radiowe (od III kw. 2015)- emisja programu telewizyjnego (od III kw. 2015) |
| Doradcy zawodowi, | odbiorcy WP 50+ | - strona projektu (od VII 2013)- drukowane materiały reklamowe (w tym m.in. ulotki, plakaty banery, roll-up’y itd.) – (od I kw. 2014) - drukowane materiały promocyjne (w tym teczki, informatory, długopisy, gadżety wspomagające działania w relacji bezpośredniej) – (od I kw. 2014) - artykuły sponsorowane (od II kw. 2015)- spoty radiowe (od III kw. 2015)- emisja programu telewizyjnego (od III kw. 2015)- spotkania i kontakty bezpośrednie (od III kw. 2013)- poradnik dla użytkowników ukierunkowany na potrzeby doradców zawodowych i Wojewódzkiego Urzędu Pracy (od IV kw. 2015)- podręcznik dobrych praktyk – publikacja finalizująca przebieg projektu (od IV kw. 2015) |
| Instytucje rynku pracy, w tym Powiatowe Urzędy Pracy, | użytkownicy WP 50+ | - poradnik dla użytkowników wydawany na etapie testowania (od IV kw. 2013)- strona projektu (od VII 2013)- drukowane materiały reklamowe (w tym m.in. ulotki, plakaty banery, roll-up’y itd.) – (od I kw. 2014) - drukowane materiały promocyjne (w tym teczki, informatory, długopisy, gadżety wspomagające działania w relacji bezpośredniej) – (od I kw. 2014) - spotkania i kontakty bezpośrednie (od III kw. 2013)- poradnik dla użytkowników ukierunkowany na potrzeby doradców zawodowych i Wojewódzkiego Urzędu Pracy (od IV kw. 2015)- poradnik użytkownika (wydawany na etapie upowszechniania i włączania – po zakończeniu testów) (od IV kw. 2015)- podręcznik dobrych praktyk – publikacja finalizująca przebieg projektu (od IV kw. 2015) |
| Organizacje okołobiznesowe | użytkownicy WP 50+ | - poradnik dla użytkowników wydawany na etapie testowania (od IV kw. 2013)- strona projektu (od VII 2013)- drukowane materiały promocyjne (w tym teczki, informatory, długopisy, gadżety wspomagające działania w relacji bezpośredniej) – (od I kw. 2014) - spotkania i kontakty bezpośrednie (od III kw. 2013)- poradnik użytkownika (wydawany na etapie upowszechniania i włączania – po zakończeniu testów) (od IV kw. 2015)- podręcznik dobrych praktyk – publikacja finalizująca przebieg projektu (od IV kw. 2015) |
| Media jako interesariusze pośredni | Obiektywne źródło informacji o WP 50+ dla regionu | - przygotowanie materiałów prasowych (od III kw. 2013), PR- spotkania i kontakty bezpośrednie (od III kw. 2013)- konferencje prasowe (od III kw. 2013)- podręcznik dobrych praktyk – publikacja finalizująca przebieg projektu (od IV kw. 2015) |

Zakres działań upowszechniających co do zasady zgodny jest z zapisami wniosku o dofinansowania. Odstępstwa od wniosku w zakresie niektórych z zaproponowanych narzędzi są wynikiem przeprowadzonych badań i prac związanych z przygotowaniem wstępnej wersji WP 50+. Oszczędności z pierwszej fazy projektu Beneficjent proponuje przeznaczyć na zaktualizowane w niniejszej strategii działania upowszechniające.

# VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

**Cel włączania**

Celem działań włączających będzie zwiększenie ilości osób i instytucji (zarówno użytkowników, jak i odbiorców) z terenu woj. zachodniopomorskiego korzystających z rozwiązań WP 50+ do końca 2015 r.. Na etapie przygotowania wstępnej wersji Platformy WP 50+ oraz na etapie testowania działania włączające będą służyły zdobywaniu formalnych i nieformalnych deklaracji o wdrożeniu i/lub korzystaniu z Modelu i Platformy WP 50+. Grunt stworzony przez działania upowszechniające ma się przełożyć na skuteczność we wdrażaniu w kolejnych podmiotach WP 50+. Ze względu na charakter rozwiązania podstawą włączania będzie mainstreaming horyzontalny zakładający przyjęcie modelu przez inne organizację dzięki działaniom powodującym wykreowanie WP 50+ jako wysokiej jakości system kojarzenia popytu i podaży na rynku pracy w kontekście aktywizacji osób 50+.

**Grupy docelowe i plan działań**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Grupa docelowa** | **Uzasadnienie** | **Proponowane działania i czas ich realizacji** |
| Instytucje rynku pracy, ze szczególnym uwzględnieniem Powiatowych Urzędów Pracy (18 jednostek +filie) i agencji zatrudnienia (ok. 200 jednostek) wraz z innymi instytucjami (ośrodki pomocy społecznej, centra integracji społecznej i centra aktywizacji zawodowej, kluby pracy i inne) | użytkownicy WP 50+  | - spotkania i kontakty bezpośrednie z odbiorcami, użytkownikami i przedstawicielami instytucji oraz organizacji wspierających. (od III kw. 2013)- spotkania i szkolenia instruktażowo-szkoleniowe dla grup reprezentantów i użytkowników (od I kw. 2014)- Forum Doradców (od III kw. 2014)- konkursy z nagrodami (od I kw. 2014)- konferencja kończąca projekt (IV kw. 2015)- wyłonienie Ambasadorów Witryny Pracy (od I kw. 2014) |
| - osoby 50+ | Odbiorcy WP 50+ | - centrum PALMA (od IV kw. 2013)- szkolenia e-learningowe (od I kw. 2014)- konkursy z nagrodami (od I kw. 2014)- wyłonienie Ambasadorów Witryny Pracy (od I kw. 2014) |
| 6 organizacji zrzeszających pracodawców | użytkownicy WP 50+  | - spotkania i kontakty bezpośrednie z odbiorcami, użytkownikami i przedstawicielami instytucji oraz organizacji wspierających. (od III kw. 2013)- spotkania i szkolenia instruktażowo-szkoleniowe dla grup reprezentantów i użytkowników (od I kw. 2014)- Forum Doradców (od III kw. 2014)- szkolenia e-learningowe (od I kw. 2014)- konkursy z nagrodami (od I kw. 2014)- konferencja kończąca projekt (IV kw. 2015) |
| kadra właścicielska i zarządcza firm zachodniopomorskich (ok. 1000 firm) | Odbiorcy WP 50+ | - szkolenia e-learning (od I kw.2014)- konkursy z nagrodami (od I kw. 2014) |
| Doradcy zawodowi | Odbiorcy WP 50+ | - spotkania i kontakty bezpośrednie z odbiorcami, użytkownikami i przedstawicielami instytucji oraz organizacji wspierających. (od III kw. 2013)- spotkania i szkolenia instruktażowo-szkoleniowe dla grup reprezentantów i użytkowników (od I kw. 2014)- Forum Doradców (od III kw. 2014)- konkursy z nagrodami (od I kw. 2014)- konferencja kończąca projekt (IV kw. 2015)- wyłonienie Ambasadorów Witryny Pracy (od I kw. 2014) |
| Narodowe Forum Doradców Zawodowych | Stowarzyszenie potencjalnych odbiorców projektu na szczeblu krajowym | - stworzenia dodatkowego modułu (docelowo w panelu informacyjno-edukacyjnym), w którym doradcy mogliby otrzymywać informacje dotyczące strategii radzenia sobie ze zmianami wprowadzanymi przez inne ośrodki w całym kraju (od I kw. 2015) |
| organizacje reprezentowane w RST (w obecnej chwili ok. 40 instytucji; 48 członków + zastępcy) | reprezentanci szeroko pojętego otoczenia społeczno-gospodarczego posiadający wpływ na kreowanie i realizację działań związanych z rynkiem pracy | - prezentacje na posiedzeniach RST (od 02.2015)- indywidualne rozmowy i spotkania bezpośrednie z członkami RST (od 02.2015)- dystrybucja materiałów informacyjnych (od 02.2015)- konferencja/seminaria (od 07.2015)- konferencja kończąca projekt (IV kw. 2015) |
| Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, instytucje samorządowe i rządowe | Organy kreujące politykę w zakresie rynku pracy | - prezentacja modelu na spotkaniach i konferencjach (od 02.2015)- przygotowanie wysyłki informacyjnej o projekcie (II kw. 2015)- Lobbing |

LOBBING - to działania zgodne z prawem i standardami etycznymi podejmowane w interesie społeczeństwa lub grupy społecznej w celu wywierania wpływu na proces decyzyjny w instytucjach państwowych (in. rzecznictwo interesów). Planuje się podjęcie działań lobbingowych na rzecz rozwiązań dotyczących osób bezrobotnych 50+ skierowanych do administracji rządowej
i samorządowej (np. Wojewódzki Urząd Pracy) oraz do organizacji przedsiębiorców.

Planowany przebieg działań lobbingowych:

* gromadzenie informacji o stanie dostosowania przepisów prawnych do potrzeb osób w wieku 50+ poszukujących pracy ( informacje od testerów, monitoring mediów,
* zdiagnozowanie luk prawnych, obszarów wymagających zmian,
* określenie pożądanych rozwiązań, zebranie dobrych praktyk (np. rozwiązań obowiązujących w innych krajach),
* zdefiniowanie grup interesu , decydentów i możliwych sojuszników,
* plan działań takich jak wnioski z propozycjami zmian, zbieranie podpisów pod wnioskami obywatelskimi, spotkania z przedstawicielami decydentów, kontakty z mediami)

Zakres działań włączających co do zasady zgodny jest z zapisami wniosku o dofinansowania. Odstępstwa od wniosku w zakresie niektórych z zaproponowanych narzędzi są wynikiem przeprowadzonych badań i prac związanych z przygotowaniem wstępnej wersji WP 50+. Oszczędności z pierwszej fazy projektu Beneficjent proponuje przeznaczyć na zaktualizowane
w niniejszej strategii działania włączające (zmiany opisane w „Raport syntetyczny – upowszechnianie

i włączanie” str. 27.

# VII. Kamienie milowe II etapu projektu

1. Czerwiec 2013 – Ocena strategii wdrażania produktu przez RST. Dokonanie ewentualnych korekt w dalszych etapach realizacji projektu.

2. Sierpień 2013 – utworzenie Centrum PALMA

3. Październik 2013 – Rozpoczęcie testowania WP 50+

4. Wrzesień 2014 – Opracowanie Nawigatora Umiejętności

4. Luty 2015 –Zakończenie testowania

5. Marzec 2015 – Zakończenie ewaluacji zewnętrznej produktu

6. Kwiecień 2015 – Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego

7. Czerwiec 2015 – Walidacja produktu finalnego

8. Grudzień 2015 - Zakończenie upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki w ramach projektu.

# IX. Analiza ryzyka

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Potencjalne zagrożenie** | **Prawdo-podobie-ństwo wystąpie-nia ryzyka[[9]](#footnote-9)** | **Wpływ ryzyka na reali-zację pro-jektu[[10]](#footnote-10)** | **Waga ryzyka[[11]](#footnote-11)** | **Ograniczenie występowania ryzyka (strategia unikania ryzyka)** | **Minimalizowanie skutków wystąpienia ryzyka (strategia łagodzenia)** | **Osoba odpowie-dzialna** |
| **Etap testowania** |
| Obawa testerów przed nie-uprawnionym dostępie do udostępnio-nych danych i informacji | 3 | 3 | **9** | - egzekwowanie ustalonej polityki bezpieczeństwa danych i regulaminu platformy; posługiwanie się stworzonym systemem logowania i weryfikacji użytkowników- informowanie na bieżąco testerów o mechanizmach bezpieczeństwa; wsparcie testów przez opiekunów testów; rekomendacje do używania zaufanych komputerów przez testerów | - zmiana hasła- implementacja dodatkowych systemów zabezpieczających- zgłoszenie do odpowiednich organów ścigania | Koordynator technologiczny |
| Zagrożenie odpływu testerów w trakcie procesu testowania | 3 | 3 | **9** | - indywidualne wsparcie (spotkania w Centrum PALMA, szkolenia, w tym szkolenia e-learningowe)- na bieżąco monitorowanie procesu testowania (obserwacja, praca opiekunów testów, monitoring logów na serwerze, list obecności na spotkaniach, bieżący kontakt mailowy/osobisty) | - dodatkowe wynagrodzenie dla testerów za wykonywanie dodatkowych czynności monitoringowych- pozyskanie nowych testerów  | Opiekun etapu testowania |
| Problemy z rekrutacją użytkowni-ków -testerów | 2 | 3 | **6** | - wdrożenie opracowanego na etapie przygotowania wstępnej wersji produktu finalnego planu kontaktu z poszczególnymi grupami z założeniami dla planu rezerwowego w razie wystąpienia ryzyka-intensyfikacja działań rekrutacyjnych | - włączenie do działań władz Szkoły i osób będących liderami opinii | Specjalista ds. upowszechniania |
| Problemy z rekrutacją odbiorców -testerów | 2 | 3 | **6** | - wdrożenie opracowanego na etapie przygotowania wstępnej wersji produktu finalnego planu kontaktu z poszczególnymi grupami z założeniami dla planu rezerwowego w razie wystąpienia ryzyka- realizacja kampanii społecznej -intensyfikacja działań rekrutacyjnych | - włączenie do działań władz Szkoły i osób będących liderami opinii (w wybranych powiatach) | Specjalista ds. upowszechniania |
| Zbyt ogólny opis procedur powodujący trudności we wdrażaniu modelu | 2 | 2 | **4** | -konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania; przekazywanie danych liderowi ds. procedur; | - uszczegółowienie procedur w ramach modyfikacji produktu- modyfikacja procedur użytkowych | Lider ds. procedur |
| Opóźnienia w testach | 2 | 2 | **4** | -bieżąca motywacja i stymulacja testerów przez opiekunów testów; bieżący kontakt z testerami; bieżąca weryfikacja i nadzór nad harmonogramem zespołu zarządzającego | - wprowadzenie dodatkowych narzędzi (przy rekrutacji testerów, rekrutacji na staże i praktyki, organizacja dodatkowych spotkań, wykorzystanie liderów opinii) | Specjalista ds. upowszechniania,Opiekun etapu testowania |
| Brak działania wybranych funkcjonalności zgodnie z założeniami | 1 | 3 | **3** | -testy wstępnej wersji produktu przed rozpoczęciem fazy testowania- analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania;- analiza opinii testerów | - wprowadzenie większej ilości opiekunów testów- modyfikacja funkcjonalności- modyfikacja procedur technologicznych | Koordynator technologiczny |
| Luki w zakresie funkcjonalno-ści platformy IT | 1 | 3 | **3** | -konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania;- analiza opinii testerów | - modyfikacja funkcjonalności- modyfikacja procedur technologicznych | Koordynator technologiczny |
| Luki w zakresie diagnostyki kompetencji osób 50+ | 1 | 3 | **3** | -konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania;- analiza opinii testerów | - modyfikacja narzędzi diagnostycznych | Lider ds. narzędzi diagnostycznych |
| Niska intuicyjność modelu | 1 | 3 | **3** | -konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania;- analiza opinii testerów | - modyfikacja interface’u- modyfikacja procedur technologicznych | Koordynator technologiczny |
| Niska ocena produktu . przez ewaluatora zewn. | 1 | 3 | **3** | - przygotowanie odpowiedniego systemu monitoringu i autoewaluacji procesu testowania- na bieżąco wprowadzanie korekt w trakcie testowania; | - wdrożenie systemu monitoringu i autoewaluacji procesu testowania | Menedżer projektu |
| Brak walidacji produktu finalnego | 1 | 3 | **3** | - wprowadzanie modyfikacji i rekomendacji pochodzących z autoewaluacji i raportu ewaluatora zewnętrznego | - zmiana koncepcji produktu | Menedżer projektu |
| **Etap upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki** |
| Niskie zainteresowanie odbiorców do korzystania z modelu | 3 | 3 | **9** | -wdrożenie strategii upowszechniania i włączania ze szczególnym uwzględnieniem narzędzi on-line  | - organizacja dodatkowych narzędzi (konkursów, dni otwartych, wykorzystanie liderów opinii, marketing szeptany)- zmiana strategii upowszechniania | Specjalista ds. upowszechniania |
| Obawy przed wdrożeniem nowego i/lub kolejnego narzędzia przez IRP | 3 | 3 | **9** | -rekomendacje pracowników i osób decyzyjnych zaangażowanych na etapie testowanie; - otwarta polityka dostosowania modelu do rozwiązań funkcjonujących w IRP | - organizacja spotkań „uświadamiających”, spotkań z władzami; wsparcie lokalnych autorytetów; wykorzystanie sieci kontaktów | Specjalista ds. upowszechniania |
| Problemy z rekrutacją użytkowni-ków do włączenia modelu | 2 | 3 | **6** | -wdrożenie strategii upowszechniania i włączania wraz ze szczegółowym planem kontaktów z poszczególnymi grupami  | -włączenie do działań władz Szkoły i osób będących liderami opinii; zastosowanie dodatkowych narzędzi motywacyjnych | Specjalista ds. upowszechniania |
| Opóźnienie we włączaniu spowodo-wane długim procesem decyzyjnym | 2 | 3 | **6** | - przygotowanie pakietu instruktażowego (w wersji tradycyjnej, elektronicznej i multimedialnej | - zmiana strategii włączania | Specjalista ds. upowszechniania |
| Wycofanie się odbiorców z wcześniej-szych ustaleń dot. wdrożeń modelu | 2 | 2 | **4** | -bieżąca analiza postępu w zakresie upowszechniania i włączania oraz ewentualnych problemów; - analiza logów, realizacji umów;  | -organizacja dodatkowych spotkań, szkoleń, organizacja sieci wsparcia i kontaktów- podpisanie umów dodatkowych | Menedżer projektu |
| Niska skuteczność działań upowszech-niających i włączających | 1 | 3 | **3** | -bieżąca analiza postępu w zakresie upowszechniania i włączania oraz ewentualnych problemów; - na bieżąco aktualizacja wykorzystywanych narzędzi; analiza postępu i wyników poszczególnych narzędzi; śledzenie reakcji grup odbiorców | - zmiana strategii upowszechniania i włączania | Specjalista ds. upowszechniania |

-

1. Niniejsza część strategii została przygotowana na podstawie wyników badań „Bariery i szanse grupy 50+ na rynku pracy

w województwie zachodniopomorskim” przeprowadzonych przez Beneficjenta w ramach projektu. Badania przeprowadzono w IV kwartale 2012 roku. Objęto nimi łącznie 380 osób 50+, 340 przedsiębiorców działających na terenie woj. zachodniopomorskiego, oraz 30 doradców zawodowych (dobór celowo-kwotowy - Na podstawie danych demograficznych zastosowano warstwy z podziałem na zaludnienie badanych obszarów (powiatów) i liczono rozkład procentowy względem liczebności wybranych struktur
w całej populacji (na podstawie danych GUS).). Raport z badań stanowi załącznik do niniejszej strategii. [↑](#footnote-ref-1)
2. Rynek pracy a osoby bezrobotne 50+. Bariery i szanse. Raport Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Joanna Tokarz (red.), Warszawa 2007. [↑](#footnote-ref-2)
3. Wskaźnik prognozy netto zatrudnienia, która jest wyrażony w procentach różnicą pomiędzy liczbą respondentów przewidujących wzrost zatrudnienia, a liczbą respondentów deklarujących jego spadek. Dane za „Nastroje zatrudnieniowe pracodawców w woj. zachodniopomorskim w II kw. 2013 r.” WUP, Szczecin, 2013 [↑](#footnote-ref-3)
4. GUS - Bank Danych Lokalnych, [www.stat.gov.pl/bdl](http://www.stat.gov.pl/bdl) [↑](#footnote-ref-4)
5. mimo dużej skali przedsiębiorczości, wyrażającej się zarówno w liczbie podmiotów gosp. zarejestrowanych w systemie Regon (ponad 220 tys.), jak i w liczbie przedsiębiorstw przypadających na 10 tys. ludności (1302 firm, wobec średniej dla Polski wynoszącej 1270 firm; dane za 2012 r.) region jest jednocześnie relatywnie słaby pod względem innowacyjności i efektywności (9 miejsce wśród województw pod względem wartości PKB; dane GUS - Bank Danych Lokalnych, [www.stat.gov.pl/bdl](http://www.stat.gov.pl/bdl) [↑](#footnote-ref-5)
6. na dzień 25 kwietnia 2013 r. [↑](#footnote-ref-6)
7. W raporcie pt. „Bariery i szanse grupy 50+ na rynku pracy w województwie zachodniopomorskim” przygotowanego w ramach projektu będącego wynikiem przeprowadzonych przez Beneficjenta badań analizie porównawczej poddano dostępne rozwiązania IT w obszarze pośrednictwa pracy (systemu kojarzenia podaży z popytem na rynku pracy) zarówno dedykowane szerokiemu gronu pracobiorców i pracodawców, jak i dedykowane osobom 50+. Pełne wyniki analizy porównawczej dostępne w raporcie z badań. [↑](#footnote-ref-7)
8. Szczegółowy opis i zakres materiałów znajduje się w opracowaniu będącym załącznikiem do niniejszej strategii („Produkty finalne”, „Opis testowania”) [↑](#footnote-ref-8)
9. Skala od 1 do 3, gdzie 3 oznacza wysokie prawdopodobieństwo wystąpienia danego zagrożenia, a 1 niskie prawdopodobieństwo [↑](#footnote-ref-9)
10. Skala od 1 do 3, gdzie 3 oznacza wysoki wpływ zagrożenia na realizację projektu , a 1 niski wpływ [↑](#footnote-ref-10)
11. Przemnożenie punktów przyznanych za prawdopodobieństwo wystąpienia danego zagrożenia i jego wpływ na projekt; za istotne uznano ryzyka, które otrzymały minimum 4 punkty [↑](#footnote-ref-11)