

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego

Platforma rozwoju kształcenia zawodowego

Numer i nazwa Priorytetu: **IX Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach**

Numer konkursu: **1/9.2/IN/11**

Okres realizacji: **01.04.2012-30.06.2015**

Obszar realizacji: **województwo zachodniopomorskie**

Projekt z komponentem ponadnarodowym

Nazwa Projektodawcy: **Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Szczecinie**

Partnerzy: **AG Doradztwo Adam Górski, Doradztwo Społeczne i Gospodarcze Krzysztof Bondyra,
Olga Mausch-Dębowska**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Spis treści

I. Uzasadnienie	3
1.1 Opis sytuacji problemowej	3
1.2 Przyczyny występowania problemów	4
1.3 Skala występowania opisanych problemów	5
1.4 Konsekwencje zidentyfikowanych problemów	6
II. Cel wprowadzenia innowacji.....	7
III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego	9
3.1 Jakie elementy obejmować będzie innowacja?	9
3.2 Na czym polega innowacja?.....	10
3.3 Do kogo jest skierowana innowacja i komu może służyć w przyszłości?.....	11
3.4 Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie?.....	11
3.5 Jakie efekty może przynieść zastosowanie innowacji?.....	12
IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego	12
4.1. Dobór użytkowników i grup odbiorców do testowania	12
4.2. Opis przebiegu testowania	14
4.3. Kontrola i monitoring przebiegu procesu testowania (sposób sprawdzenia, czy innowacja działa).....	14
4.4. Materiały dla uczestników procesu testowania	15
V. Sposób sprawdzenia czy innowacja działa	15
5.1. Sposób oceny wyników testowania.....	15
5.2. Ewaluacja wewnętrzna projektu i produktu finalnego	16
5.3. Ewaluacja zewnętrzna produktu finalnego.....	16
5.4. Efekty zastosowania innowacji jakie uznane zostaną za wystarczające uzasadnienie do jej zastosowania w szerszej skali.....	17
VI. Strategia upowszechniania	17
6.1. Cel działań upowszechniających	17
6.2. Grupy, do których skierujemy działania upowszechniające wraz z analizą interesariuszy	17
6.3. Plan działań upowszechniających.	18
6.4. Miara sukcesu działań upowszechniających	19
VII. Strategia włączania do głównego nurtu.....	20
7.1. Cel działań włączających	20
7.2. Grupy, do których skierowane zostaną działania	20
7.3. Plan działań włączających	21
7.4. Miara sukcesu działań włączających.....	22
VIII. Kamienie milowe II etapu realizacji projektu	22
IX. Analiza ryzyka.....	22
9.1. Zidentyfikowane potencjalne zagrożenia z oszacowaniem prawdopodobieństwa ich wystąpienia, wpływu ryzyka na realizację projektu oraz określenie sposobu ograniczenia najważniejszych zagrożeń	22



I. Uzasadnienie

Uzasadnienie konieczności wdrożenia Projektu, przedstawione w przedmiotowej strategii opiera się w głównej mierze na wynikach badań empirycznych i analiz danych zastanych, realizowanych w trakcie jego trwania. Uzupełnienie wyników stanowią dodatkowe źródła, natomiast szczegóły odnoszące się do wyników badań własnych zostały zawarte w raportach i analizach oraz publikacji – dołączonych w formie załączników. W ramach projektu „Platforma Rozwoju Kształcenia Zawodowego” przeprowadzono badania wykorzystujące szereg metod i technik badawczych (podejście oparte o tzw. triangulację metodologiczną). Badania ilościowe przeprowadzone zostały na terenie województwa zachodniopomorskiego w okresie czerwiec - sierpień 2012 roku na reprezentatywnej próbie pracodawców (N=1012) z wykorzystaniem techniki wywiadu kwestionariuszowego. Badania jakościowe techniką indywidualnego wywiadu pogłębionego przeprowadzono natomiast wśród przedstawicieli szkół zawodowych - dyrektorów, nauczycieli, kierowników kształcenia praktycznego (10 wywiadów), przedstawicieli organów oświaty (10 wywiadów) oraz pracowników instytucji rynku pracy (10 wywiadów). W ramach badań jakościowych przeprowadzono także zogniskowane wywiady grupowe z pracodawcami z terenu województwa zachodniopomorskiego (4) oraz uczniami zachodniopomorskich szkół zawodowych (6). Ponadto wykorzystano metodę *desk research*, opartą na analizie danych wtórnych pochodzących z różnych źródeł statystycznych, opracowań, raportów z innych badań, itp.

1.1 Opis sytuacji problemowej

Problemy instytucjonalne:

- 1) Za jeden z kluczowych problemów w woj. zachodniopomorskim należy uznać brak stałej/instytucjonalnej współpracy między podmiotami sektora prywatnego, publicznego oraz szkołami zawodowymi/sektorem oświaty w zakresie strategicznego planowania i wdrażania spójnej polityki kształcenia zawodowego na rzecz rozwoju gospodarczego oraz społecznego.
- 2) Za kolejny kluczowy problem należy uznać niski poziom dopasowania regionalnej oferty edukacyjnej szkół zawodowych do potrzeb rynku pracy i potrzeb pracodawców.
- 3) W badaniach wyraźnie uwidoczniła się także wyraźnie niedopasowana do potrzeb pracodawców struktura kompetencji absolwentów szkół zawodowych oraz pracowników na lokalnym rynku pracy.
- 4) Wysoki poziom bezrobocia w województwie zachodniopomorskim

Problemy odbiorców:

- 1) Uczniowie: Niewystarczająca wiedza na temat rynku, zawodów i kariery zawodowej czy własnych predyspozycji, oparta często o stereotypowe wyobrażenia; Ograniczony dostęp do usług doradztwa zawodowego; Zawyżone aspiracje edukacyjne rodziców i uczniów, które prowadzą do wyboru nieracjonalnej ścieżki edukacyjnej, a w konsekwencji do problemów z zatrudnieniem lub niemożności podjęcia pracy w wyuczonym zawodzie; Podejmowanie kształcenia na kierunkach i w zawodach nadwyżkowych; Kształcenie zawodowe (szczególnie w zawodach związanych z wykorzystywaniem skomplikowanych maszyn i urządzeń) prowadzone w oparciu o przestarzałe podręczniki i na przestarzałych urządzeniach; Niewystarczające do podjęcia pracy zawodowej (zdaniem pracodawców) umiejętności praktyczne absolwentów szkół zawodowych, szczególnie techników;
- 2) Przedsiębiorcy: Brak dostępu do odpowiednio wykwalifikowanych kadr; Trudności personalne generujące bariery rozwoju firm; Relatywnie niższe możliwości konsumpcji ograniczające rozwój gospodarczy; Brak odpowiednich środków finansowych oraz świadomości przekładającej się na realne działania w zakresie podnoszenia kompetencji kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwach¹

¹ Większość badanych pracodawców uważa, że szkolenia pracowników są ważne dla firmy (72%), ale pracownicy ponad połowy badanych firm (54%) w czasie ostatnich 12 miesięcy nie brali udziału w szkoleniach warsztatach i kursach, na które wysłał ich zakład pracy.

- 3) Szkoły: Dezaktualizacja wiedzy nauczycieli przedmiotów zawodowych wynikająca z braku motywacji do podnoszenia kwalifikacji, braku oferty odpowiednich kierunków i szkoleń umożliwiających aktualizację wiedzy; Negatywny wizerunek szkół zawodowych, szczególnie zasadniczych szkół zawodowych powodujący niskie zainteresowanie kształceniem zawodowym oraz kierowanie do szkół zawodowych uczniów słabszych, co może wiązać się z koniecznością obniżania poziomu kształcenia, ale też może wynikać z nieodpowiednich proporcji między kształceniem na poziomie ogólnym a zawodowym; Szkoły formułują ofertę kształcenia w oparciu o niepełne i niewystarczające dane dotyczące sytuacji na rynku pracy;
- 4) Doradcy zawodowi: Mała skala korzystania z usług doradców zawodowych w regionie; Braki kadrowe uniemożliwiające dostarczenie uczniom szkół na każdym poziomie usługi doradztwa zawodowego w zakresie umożliwiającym diagnozę i zaplanowanie ścieżki edukacyjno-zawodowej zgodniej z preferencjami i predyspozycjami uczniów oraz odpowiadającej potrzebom rynku pracy; Ograniczenia fizyczno-geograficzne w dostępie do usług doradztwa zawodowego – szczególnie na obszarach wiejskich w regionie.

1.2 Przyczyny występowania problemów

Zidentyfikowana sytuacja i główne problemy mają swoje źródło w uwarunkowaniach narastających szczególnie w związku z dwoma momentami przełomowymi: transformacją ustrojową oraz reformą systemu edukacji z 1998 r. W uproszczeniu restrukturyzacja przemysłu, prywatyzacja oraz związane z nimi bezrobocie strukturalne po 89-tym roku dotknęło w głównej mierze osoby z wykształceniem zawodowym. Trudności na rynku pracy, niedopasowanie kwalifikacji do wymogów nowoczesnej gospodarki oraz wizje rozwoju społecznego opartego na usługach i kształceniu ogólnym doprowadziły do spadku znaczenia edukacji zawodowej oraz praktycznej marginalizacji tego segmentu edukacji, przypieczętowanego reformą z 1998 r. Do tego należy dodać niski prestiż kwalifikowanej pracy fizycznej w polskim społeczeństwie, stereotypowe postrzeganie szkół zawodowych i ich uczniów oraz brak zainteresowania mediów tą tematyką. Wzrost zapotrzebowania na dobrze wykwalifikowanych pracowników fizycznych (robotników i rzemieślników) obserwowany od kilku lat nie przełożył się automatycznie na zmianę świadomości społecznej i postaw. Dopiero w ostatnim czasie obserwowane jest przełamanie tendencji spadkowej liczby uczniów w szkołach zawodowych oraz większe zainteresowanie kształceniem zawodowym w kręgach decydenckich. Pomimo to przez lata narosły opisywane wcześniej problemy, mające swoje źródła m. in. w braku porozumienia a przede wszystkim zrozumienia i odpowiedniej komunikacji międzysektorowej.

Ponadto na poziomie zmian w ofercie edukacyjnej szybkie, elastyczne reagowanie na te zmiany jest bardzo ograniczone ze względów czasowych. Od decyzji o kształceniu w nowym zawodzie w danej szkole do pojawienia się pierwszych absolwentów danej profesji na rynku pracy trzeba (w najlepszym wypadku) przynajmniej czterech lat; w tym rok na przygotowanie szkoły i nauczycieli i co najmniej trzy lata przeznaczone na naukę.

Co więcej, posiadane zaplecze i wyposażenie szkoły, szczególnie w szkołach zawodowych jest istotną determinantą oferty edukacyjnej, głównie ze względu na koszty jakie wiążą się z utrzymaniem i unowocześnianiem warsztatów. Kształcenie zawodowe jest droższe niż ogólne i często nie nadąża za zmianami technologicznymi w gospodarce. Decyzja o ustanowieniu danych kierunków kształcenia często opiera się zatem o krótkowzroczną kalkulację ekonomiczną dyrektorów szkół bądź samorządów (tańsze kierunki typu fryzjer, sprzedawca) a nie faktyczne zapotrzebowanie lokalnej gospodarki.

W badaniach wykazano ponadto, że działalność Powiatowych Rad Zatrudnienia powołanych w założeniach w tym celu nie spełnia oczekiwań i pokładanych w nich nadziei odnośnie wpływu zwłaszcza pracodawców na politykę rynku pracy oraz przełożenia ustaleń na kształtowanie oferty

edukacyjnej. Co więcej, organ ten dysponuje ograniczoną wiedzą o rynku pracy w oparciu o dane publicznych służb zatrudnienia, które charakteryzują się bardzo ograniczonym charakterem – odnoszą się jedynie bezrobocia rejestrowego i zgłoszonych ofert pracy. W związku z tym nasilają się postawy roszczeniowe pracodawców wobec sektora publicznego, przy jednocześnie niskiej gotowości do zrzeszania się, czy zaangażowania się w działania na rzecz wspólnego interesu pracodawców, czy społeczności lokalnej.

Wskazana przez dyrektorów szkół zawodowych i innych badanych z sektora publicznego kolejna determinanta oferty edukacyjnej to źródła informacji, tj.: zapotrzebowanie na konkretne zawody oparte o badania, analizy, raporty opracowywane np. przez powiatowe urzędy pracy. Przede wszystkim należy zaznaczyć, że źródła te obarczone są pewnym błędem. Mamy tu szczególnie na uwadze *monitoring zawodów nadwyżkowych i deficytowych*, który ustawowo² należy do zadań samorządu województwa oraz samorządu powiatu w zakresie polityki rynku pracy. Problem wynika z faktu, iż *dane liczbowe o bezrobociu i wolnych miejscach pracy i miejscach aktywizacji zawodowej w roku*³ pozyskiwane są z powiatowych urzędów pracy. PUP jednak nie uwzględniają – bo nie pozyskują tego typu danych – zapotrzebowania kadrowego pracodawców, które jest zgłaszane agencjom zatrudnienia, agencjom pracy tymczasowej czy publikowane w dodatkach prasowych lub serwisach internetowych, albo jest zaspokajane w sposób niesformalizowany (poprzez znajomości czy kontakty społeczne). Wnioski te zostały potwierdzone w trakcie badań przeprowadzonych w ramach projektu⁴.

Kolejnym problemem jest ograniczony dostęp do doradztwa zawodowego dla uczniów ostatnich klas gimnazjów stających przed wyborem ścieżki kształcenia oraz uczniów szkół zawodowych – problem potwierdzono w woj. zachodniopomorskim, choć dotyczy on całej Polski (wskazują na to dane MEN i IPiSS).

Podsumowując determinanty sytuacji problemowej można powiedzieć, że sytuacja w woj. zachodniopomorskim wynika w dużej mierze z uwarunkowań identycznych z ogólnokrajowymi: prawnych (przepisy oświatowe, Ustawa o rzemiośle, Ustawa o instytucjach rynku pracy itd.), instytucjonalnych (słabość Powiatowych Rad Zatrudnienia i samorządu gospodarczego rzemiosła oraz innych organizacji pracodawców), finansowych (sposób i skala finansowania edukacji zawodowej i kształcenia praktycznego) oraz negatywnego stereotypu szkolnictwa zawodowego. Znaczącym jest jednak fakt, że szczególnie w woj. zachodniopomorskim sytuację pogarsza niski poziom kapitału społecznego i strategii izolacyjne oraz konkurencyjne głównych aktorów potencjalnej współpracy międzysektorowej – pracodawców.

1.3 Skala występowania opisanych problemów

1) W odniesieniu do braku odpowiedniej współpracy międzysektorowej

W badaniu zidentyfikowano zwłaszcza dwojakiego rodzaju postawy wśród pracodawców typu: jazda na gapę (z *ang. freeriding*) oraz syndrom NZS (*Niech Samorząd Zrobi*). Ich specyfikę wyznacza następująca konfiguracja opinii, postaw i motywów:

- Pracodawcy uważają, że władze samorządowe nie zapewniają wystarczającego wsparcia lokalnej gospodarce i rynkowi pracy (55%);
- Tylko 13% pracodawców wyraża chęć do zaangażowania się w działania mające na celu rozwój szkolnictwa zawodowego. 56% badanych nie jest tym zainteresowana, przy oczekiwaniu odpowiedniej podaży kadr. Pracodawcy generalnie nie chcą udostępniać danych na platformie, ale nie stoi to dla nich w sprzeczności z korzystaniem z tego narzędzia;

² Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001, art. 8 ust. 1, pkt 3 i art. 9 ust. 1, pkt 9).

³ Ibidem, s. 5.

⁴ Zob. m.in. *Analiza ofert pracy (prasa i internet) oraz danych powiatowych urzędów pracy – zawody deficytowe i nadwyżkowe*.

- Działania instytucji rynku pracy w województwie zachodniopomorskim oceniane są negatywnie. Zdaniem respondentów zarówno urzędy pracy jak i agencje zatrudnienia nie potrafią skutecznie przeciwdziałać bezrobociu (tego zdania jest ponad 62% badanych z czego ponad 36% nie ma co do tego wątpliwości);
- Ponad połowa (54%) badanych pracodawców z województwa zachodniopomorskiego nie zna ani jednej organizacji pracodawców. Jedynie 5,7% firm należało do organizacji zrzeszających pracodawców, z czego większość stanowiły firmy, które powstały przed 1989 rokiem (14%). Im młodsza firma tym mniej prawdopodobne, że będzie należeć do organizacji pracodawców.

2) W odniesieniu do niedopasowania regionalnej oferty edukacyjnej szkół zawodowych do potrzeb rynku pracy i potrzeb pracodawców:

Pracodawcy z województwa zachodniopomorskiego uważają, że władze lokalne tworząc ofertę edukacyjną nie przywiązują wagi do potrzeb lokalnych pracodawców (ponad 51%, w tym 28% nie ma co do tego wątpliwości). Jedynie około 16% respondentów zgadza się, że decydenci liczą się z potrzebami lokalnych firm (w tym 4% nie ma co do tego wątpliwości). Wspomniany deficyt przejawia się zdaniem badanych głównie brakiem prowadzenia monitoringu i badań lokalnego rynku pracy, tak aby oferta szkoleniowa dostosowana była do jego potrzeb (20% odpowiedzi).

3) W odniesieniu do struktury kompetencji absolwentów szkół zawodowych oraz pracowników na lokalnym rynku pracy:

Zdaniem pracodawców za dużo jest pracowników posiadających wiedzę głównie o charakterze teoretycznym, w dodatku nierzadko przestarzałą z punktu widzenia technologii czy procedur stosowanych aktualnie w przedsiębiorstwach. Pracodawców dodatkowo zniechęca w odniesieniu do tej kategorii pracowników z wykształceniem zawodowym brak przebytych kursów, czy specjalistycznych szkoleń, które mogłyby stanowić atut kandydata i przeciwwagę dla nikłego doświadczenia zawodowego, bądź doświadczenia niezwiązanego ściśle z profilem działalności firmy. Z kolei „świeżo upieczeni” absolwenci szkół zawodowych postrzegani są jako posiadający zaledwie podstawową wiedzę i znający ewentualnie podstawowe pojęcia, procesy czy zasady w swojej dziedzinie zawodowej. Wśród największych braków w przygotowaniu oraz słabych stron pracowników zgłaszających się do pracy wskazywano najczęściej na brak umiejętności i kwalifikacji zawodowych w postaci zwłaszcza braku ukończenia specjalistycznych kursów o elementarnych umiejętnościach praktycznych nie wspominając (49%). Wyniki te potwierdzają ponadto tendencje ogólnokrajowe.

4) W odniesieniu do wysokiego poziomu bezrobocia w województwie zachodniopomorskim – odsetek zarejestrowanych bezrobotnych z prawem do zasiłku w województwie zachodniopomorskim w latach 2002-2011 był wyższy średnio o 2 p. proc. niż średnio w Polsce (16%).

1.4 Konsekwencje zidentyfikowanych problemów

Skutki dla społeczeństwa

Praktykowane przez JST sposoby formułowania oferty kształcenia powodują, że w niewielkim stopniu odpowiada ona potrzebom rynku pracy. Skutkuje to kształceniem w zawodach i na kierunkach, których ukończenie raczej ogranicza niż zwiększa szanse zatrudnienia. Badania z pracodawcami wskazują, że w województwie zachodniopomorskim oferta kształcenia w niewielkim stopniu odpowiada ich potrzebom kadrowym, a trudno liczyć na możliwość rozpoczęcia i utrzymania własnej działalności gospodarczej przez większość absolwentów szkół zawodowych. Taki stan rzeczy powodować będzie wzrost wydatków na świadczenia socjalne, a w najlepszym wypadku utrzymanie ich na obecnym poziomie. Brak działań konsultacyjnych, koordynacyjnych i informacyjnych skutkować będzie ograniczeniem rozwoju społeczno-gospodarczego, co przekładać się będzie na obniżenie poziomu i jakości życia obywateli. Będzie się to wiązało z wysokimi wydatkami

przeznaczanymi na świadczenia socjalne, niższe wpływy podatkowe z podatków od firm i osób fizycznych oraz powstawanie i utrwalanie problemów społecznych wynikających z bierności i biedy, zwłaszcza na obszarach poza ściśle rozumianą aglomeracją szczecińską oraz koszalińską.

Skutki dla jednostki

Argument wskazujący na oferowanie tych kierunków, w których chcą się kształcić uczniowie traci na sile wobec faktu, że niewielu uczniów szkół gimnazjalnych zna ofertę kształcenia lokalnych szkół ponadgimnazjalnych. Dokonywane przez uczniów wybory edukacyjno-zawodowe są albo nieracjonalne z punktu widzenia możliwości podjęcia pracy po ukończeniu szkoły („bo szkoła jest blisko”, „bo kolega tam poszedł”, „bo nie dostałem się do lepszej szkoły”), albo oparte są o wiedzę potoczną, zasłyszaną, a przede wszystkim nieoprowadzoną analizą sytuacji na rynku pracy oraz własnych predyspozycji i umiejętności. Brak powszechnego dostępu do usług doradców zawodowych ogranicza możliwość podejmowania optymalnych dla jednostki i rynku pracy decyzji edukacyjno-zawodowych. Błędna decyzja dotycząca ścieżki rozwoju edukacyjno-zawodowego skutkuje problemami natury psychologicznej (frustracja, depresja, pasywność) i społecznej (bezrobocie, bieda, patologie).

Skutki dla władz publicznych

W celu podjęcia właściwej decyzji niezbędne jest posiadanie możliwie wielu informacji, ich liczba natomiast uzależniona jest od ilości, jakości i źródeł pozyskiwania danych. Opracowania instytucji publicznych zawierają jedynie skrawek danych, a sformułowane w oparciu o nie wnioski nie oddają pełnego obrazu sytuacji na rynku pracy. Tym samym mało prawdopodobne jest, że decyzje podejmowane w oparciu o te analizy okażą się słuszne. Brak lub błędne decyzje władz samorządowych i państwowych powodują negatywne skutki gospodarcze i społeczne, które przekładają się na niezadowolenie obywateli, eskalację postaw roszczeniowych, a wobec niemożności zaspokojenia żądań – podejmowanie prób omijania lub łamania prawa.

II. Cel wprowadzenia innowacji

Celem wprowadzenia innowacji, jak to zostało zapisane we wniosku o dofinansowanie projektu, jest **opracowanie, przetestowanie oraz upowszechnienie i wprowadzenie do polityki rozwoju innowacyjnego modelu platformy multimedialnej na rzecz kształcenia zawodowego w województwie zachodniopomorskim w okresie od 1.04.2012 – 30.06.2015**. Ww. multimedialna platforma jest komplementarna do innych wypracowanych w ramach projektu narzędzi, takich jak model Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego, narzędzia diagnozy potrzeb lokalnego rynku pracy na rzecz kształcenia zawodowego na poziomie powiatu wraz z przewodnikiem na rzecz użytkowników i odbiorców oraz programami doradztwa dla uczniów gimnazjum, zasadniczych szkół zawodowych oraz nauczycieli i szkolnych doradców zawodowych.

Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji (tj. w dniu 30.06.2015) będzie przedstawiał się następująco (w nawiasach podane numery wskaźników weryfikujących osiągnięcie celów):

W powiecie, w którym dokonywane jest testowanie (dalej: powiat testowy) funkcjonować będzie innowacyjna w pełni zintegrowana z innymi narzędziami platforma multimedialna na rzecz kształcenia zawodowego (W1), z której korzystać będą uczniowie, kadra szkół, pracodawcy i doradcy zawodowi (W2). Platforma ułatwia kontakt i współpracę między ww. instytucjami i osobami, a także umożliwi szybki dostęp do informacji. W oparciu o doświadczenia brytyjskie została wypracowana zarówno metodologia badań, która pozwoli na prowadzenie cyklicznych diagnoz dotyczących potrzeb rynku pracy i kształcenia zawodowego (W3), jak też koncepcja współpracy międzysektorowej oparta

na funkcjonowaniu Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego (W4). W powiecie testowym, przy Starostwie Powiatowym, działać będzie Powiatowe Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego (W4), oparte na partnerstwie samorządu, szkół, instytucji rynku pracy oraz pracodawców i ich organizacji (W5). Centrum będzie administrować platformą multimedialną i podejmować szereg działań w zakresie planowania strategicznego, działań sieciujących i opiniotwórczych, analitycznych i diagnostycznych (wg opracowanej metodologii badań (W6)), doradczych, promocyjnych i informacyjnych. Centrum będzie ściśle współpracować z Powiatową Radą Zatrudnienia, dostarczając jej wiedzy i opinii na tematy związane z kształceniem zawodowym (W7). Dzięki działaniom Centrum stworzony zostanie Wieloletni Plan Rozwoju Kształcenia Zawodowego wraz z planem rocznym na 2014 r. (W8) Stworzony model centrum wraz z narzędziami będzie upowszechniony wśród interesariuszy w województwie zachodniopomorskim (W9). Wszystkie te działania przyczynią się do rozwiązania wymienionych we wniosku o dofinansowanie problemów takich jak: mała efektywność działań Rad Zatrudnienia (W7), brak systemu współpracy instytucji na rzecz kształcenia zawodowego (W1, W4), brak pogłębionych i rzetelnych prognoz dotyczących zapotrzebowania na zawody (W6), niewystarczająca wiedza dotycząca potrzeb rynku pracy wśród uczniów, szkół i pracodawców (W2).

Powiatem testowym będzie powiat wałecki. Wybór tego powiatu wynika z analizy wskaźników dotyczących rynku pracy, szkolnictwa i sytuacji społeczno-gospodarczej w zestawieniu z danymi dla województwa zachodniopomorskiego (z wyłączeniem miast na prawach powiatu, które cechuje inna specyfika). Powiat wałecki ma zbliżoną do średniej dla powiatów ziemskich województwa zachodniopomorskiego: średnią liczbę uczniów zasadniczych szkół zawodowych (359 osób, wobec 350) w latach 2004-2011; średnią stopę bezrobocia w latach 2004-2011 (22,7%, wobec 25,4%); średnią liczbę podmiotów gospodarczych wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności w latach 2002-2011 (1081, wobec 1035); średnią liczbę osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym (14 osób, wobec 13) w latach 2002-2011; średni udział osób zarejestrowanych jako bezrobotne z wykształceniem zasadniczym zawodowym w ogóle zarejestrowanych (różnice na poziomie od 2 do 4 punktów procentowych przy wartościach najwyższych od 32% do 35% i najniższych od 24,3% do 28,7%). Udział wydatków na oświatę i wychowanie w wydatkach na 1 mieszkańca był w latach 2002 – 2011 wyższy niż średnia dla powiatów ziemskich i średnia wojewódzka, podobnie jeśli chodzi o udział % procentowy szkół wyposażonych w komputery przeznaczone do użytku uczniów z dostępem do Internetu, ale taki stan rzeczy jest pożądany w sytuacji testowania modelu opartego o ICT, a także znaczenie zainteresowania władz powiatowych uczestnictwem w PCRKZ i wykorzystaniem programów doradztwa zawodowego w szkołach na terenie powiatu.

Wskaźniki celu i sposób ich pomiaru

Lp.	Wskaźnik	Wartość bazowa	Wartość docelowa	Termin pomiaru wskaźnika	Źródła weryfikacji
1	Liczba działających platform multimedialnych na rzecz kształcenia zawodowego	0	1	30.06.2014	Internet (obserwacja, wydruk strony internetowej z datą dostępu)
2	Liczba uczniów, przedstawicieli kadry szkół, pracodawców i doradców zawodowych, którzy skorzystali z platformy multimedialnej	0	240	30.06.2015	Statystyki internetowe, liczba osób posiadających konta i korzystających z profilu
3	Liczba metodologii diagnozy	0	1	30.06.2014	Dokumentacja – pakiet



	potrzeb lokalnego rynku pracy na rzecz szkolnictwa zawodowego, opracowanych na podstawie doświadczeń brytyjskich				założeń metodologicznych
4	Liczba działających Powiatowych Centrów Rozwoju Kształcenia Zawodowego	0	1	30.06.2015	Dokumentacja działań Centrum (etaty i umowy pracowników centrum, karty czasu pracy, raporty z analizy, listy obecności ze spotkań), obserwacja
5	Liczba partnerów, którzy współpracują na rzecz Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego	0	15	30.06.2015	Umowa partnerska pomiędzy podmiotami reprezentującymi różne sektory (JST, szkoły, pracodawcy) Listy obecności ze spotkań partnerstwa Notatki i rekomendacje ze spotkań
6	Liczba raportów z pomiarów (diagnoz) prowadzonych wg stworzonej metodologii	0	3	30.06.2015	Dokumentacja (opracowane diagnozy)
7	Liczba spotkań sieciująco-opiniodawczych przedstawicieli Centrum i Powiatowej Rady Zatrudnienia	0	2	30.06.2015	Notatki i rekomendacje wypracowane podczas spotkań
8	Liczba opracowanych strategii rozwoju kształcenia zawodowego (Wieloletnich Planów Rozwoju Kształcenia Zawodowego)	0	1	31.10.2013	Dokumentacja (opracowana strategia)
9	Liczba przedstawicieli grup docelowych, do których skierowana będzie kampania upowszechniająca produkty wypracowane w trakcie realizacji projektu	0	915	30.06.2015	Listy obecności, wejścia na stronę, materiały szkoleniowe, ankiety ewaluacyjne (min. 60% ocen pozytywnych)

III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

3.1 Jakie elementy obejmować będzie innowacja?

Produktem finalnym Projektu „Platforma Rozwoju Kształcenia Zawodowego” jest zestaw narzędzi, obejmujących:

- 1) multimedialną platformę internetową;
- 2) pakiet założeń i metodologii narzędzia diagnozy potrzeb lokalnego rynku pracy na rzecz kształcenia zawodowego;



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- 3) model Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego;
- 4) trzy programy doradztwa zawodowego.

3.2 Na czym polega innowacja?

Innowacyjność modelu multimedialnej platformy na rzecz kształcenia zawodowego (dalej: Model) dotyczy w szczególności problemu, którego rozwiązanie Model stanowi, a także grup docelowych, których potrzeby ma zaspokajać. Za wiodącą należy jednak uznać innowacyjność problemu, ponieważ stanowi ona odpowiedź na wiele problemów funkcjonowania rynku pracy w Polsce i województwie zachodniopomorskim.

Innowacyjność problemu – Model umożliwia rozwiązanie problemów rynku pracy wynikających z: 1) braku współpracy między podmiotami sektora publicznego i prywatnego; 2) braku skutecznego doradztwa zawodowego szczególnie na poziomie gimnazjum i w szkołach ponadgimnazjalnych; 3) braku dostępu do danych, informacji i opracowań umożliwiających podejmowanie przez JST optymalnych decyzji w zakresie polityki edukacyjnej i gospodarczej; 4) niedostosowania kwalifikacji zawodowych i struktury kierunków kształcenia do potrzeb regionalnego i lokalnych rynków pracy, które jest wskazywane w licznych opracowaniach, jednak podejmowane działania mające na celu zapobieżenie temu niedostosowaniu mają jak dotąd charakter akcyjny i doraźny.

Innowacyjność grup docelowych - projekt pozwoli na wsparcie kategorii osób związanych z kształceniem zawodowym, które były marginalizowane w wyniku reformy systemu edukacji z 1999 r., a także odpowiada na zapotrzebowanie przedsiębiorców na wykwalifikowanych pracowników fizycznych.

Innowacyjność formy wsparcia – Model wykorzystuje i adaptuje do nowych celów elementy znanych już metodologii badawczych i dostosowania narzędzi badawczych do potrzeb konkretnych odbiorców, jednocześnie proponując zupełnie nowe i niestosowane wcześniej rozwiązania o charakterze komplementarnym; komplementarność programów doradztwa zawodowego pod względem ukierunkowania na kształcenie zawodowe i uwzględniająca różnych odbiorców (uczniowie gimnazjów, uczniowie zasadniczych szkół zawodowych, nauczyciele).

Innowacyjność Modelu wynika również z **innowacyjności** jego **części składowych**, a także z **efektu synergii** powstającego w skutek wykorzystania każdej z nich. Dodatkowe elementy stanowiące o sile zastosowanej technologii w oparciu o rozwiązania online to zwłaszcza:

- **asynchroniczność** – użytkownicy reprezentujący różne kategorie interesariuszy mogą korzystać z MPI niezależnie od siebie, jednocześnie mogą realizować swoje cele i pozyskiwać/wymieniać informacje;
- **astrefowość** – użytkownicy mogą korzystać z narzędzia niezależnie od miejsca, w którym aktualnie przebywają, mając stały dostęp do swoich profili;
- **przeciwdziałanie defaworyzacji, dyskryminacji i wykluczeniu** – dzięki równym możliwościom równoprawnego i jednoczesnego dostępu do informacji (analiz, ofert pracy/staży, oferty edukacyjnej, narzędzi diagnozy) bez względu na cechy demograficzno-społeczne.

Bardzo ważnym aspektem innowacyjności produktu finalnego jest **przełożenie i dyfuzja doświadczeń partnera ponadnarodowego**, w tym przypadku pochodzącego ze Szkocji (firma prowadzona przez eksperta w zakresie multimediiów i kształcenia zawodowego - Olgę Mausch-Dębowską, wykładowcę University of Glasgow). Doświadczenia brytyjskie we wdrażaniu platform internetowych o zbliżonych funkcjonalnościach są niezwykle bogate, zwłaszcza jeśli chodzi o kwestie związane z doradztwem zawodowym i projektowaniem ścieżek kariery dla uczniów i absolwentów.

3.3 Do kogo jest skierowana innowacja i komu może służyć w przyszłości?

Innowacja jest skierowana do grupy docelowej, która obejmuje:

- **Użytkowników** – podmioty działające w obszarze lokalnego rynku pracy, w tym Instytucje Rynku Pracy (szczególnie Powiatowe Urzędy Pracy), szkoły, placówki oświatowe prowadzące kształcenie zawodowe, gimnazja, jednostki samorządu terytorialnego z terenu województwa zachodniopomorskiego, doradcy zawodowi (szacowana skala wdrożenia – cały kraj);
- **Odbiorców** – uczniowie gimnazjów, uczniowie zasadniczych szkół zawodowych (i ich rodzice), pracodawcy z terenu województwa zachodniopomorskiego (docelowo z całego kraju).

Dzięki przeprowadzeniu badań społecznych zasada **empowerment** została zastosowana przy wypracowywaniu opisu produktu finalnego, a także opracowywaniu jego poszczególnych elementów. Zastosowanie innowacji **w przyszłości** pozwoli na uzyskanie właściwego przepływu informacji i stymulację współpracy między osobami, podmiotami a instytucjami, co przyczyni się do koordynacji potrzeb rynku pracy i kształcenia zawodowego. Innowacja może służyć przedstawicielom w/w grup docelowych z całej Polski. Dodatkowymi kategoriami odbiorców będą mogli być także: 1) uczniowie szkół zawodowych każdego typu, 2) absolwenci szkół zawodowych każdego typu, 3) nauczyciele, 4) kierownicy kształcenia praktycznego, 5) dyrektorzy szkół zawodowych (wszystkich typów), 6) studenci uczelni technicznych, 7) rodzice uczniów i kandydatów na uczniów do szkół zawodowych (wszystkich typów), 8) osoby z wykształceniem zawodowym (zasadniczym, średnim, policealnym) poszukujące pracy lub bezrobotne, 9) osoby bezrobotne bez kwalifikacji zawodowych zamierzające je nabyć bądź uzupełnić, 10) inwestorzy i potencjalni inwestorzy zamierzający prowadzić działalność gospodarczą (zwłaszcza produkcyjną, bądź usługowo-produkcyjną) na terenie województwa zachodniopomorskiego, 11) członkowie powiatowych rad zatrudnienia.

3.4 Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie?

Pełna efektywność funkcjonowania innowacyjnego modelu multimedialnej platformy na rzecz kształcenia zawodowego jest uzależniona od skali **zaangażowania odbiorców i użytkowników** w korzystanie z elementów produktu finalnego. Należy uświadomić zarządom JST, organom prowadzącym szkoły, instytucjom rynku pracy i pracodawcom ich wpływ na lokalną rzeczywistość społeczno-gospodarczą. Oznacza to konieczność uświadomienia grupom docelowym korzyści wynikających z: 1) współpracy międzysektorowej, 2) wykorzystania technologii ICT w celu pozyskiwania i przekazywania informacji oraz komunikowania się, 3) możliwości koordynacji i optymalizacji polityki edukacyjnej i gospodarczej poprzez działania planistyczne (w oparciu o rzetelne badania i diagnozy), sieciujące, opiniodawcze, analityczne i promocyjne. Pierwszy etap stanowi zaangażowanie Starostwa Powiatowego jako instytucji, przy której funkcjonować będzie PCRKZ – w tym celu przeprowadzono szereg wstępnych rozmów z JST na poziomie powiatu i zaprezentowano im planowaną formę wsparcia. Istotna jest też ciągłość i konsekwencja podejmowanych działań doradczych wobec uczniów. Oznacza to, że proces doradztwa zawodowego musi być prowadzony w sposób świadomy i ciągły, uwzględniający zarówno predyspozycje, jak i preferencje osób korzystających z doradztwa oraz uświadomienie im sytuacji i perspektyw związanych z możliwością rozwoju zawodowego na lokalnym rynku pracy w odniesieniu do jego potrzeb kadrowych. Czas przeznaczony na doradztwo zawodowe musi być wyraźnie określony i przestrzegany – w przeciwnym razie efektywność doradztwa będzie ograniczona, a działania wciąż będą mieć charakter doraźny i akcyjny.

Muszą również zostać spełnione określone **warunki techniczne i sposób zarządzania platformą**, które po stronie Projektodawcy będą związane z utrzymaniem infrastruktury technicznej w oparciu o pracę i miejsce na serwerach, niezbędne dla gromadzenia, przetwarzania i udostępniania danych. Całość procesu będzie na bieżąco monitorowana i kontrolowana zarówno od strony

informatycznej, jak również i merytorycznej. Wynika to z cykliczności pozyskiwanych danych i założonych badań o charakterze incydentalnym. Multimedialna platforma internetowa musi być obsługiwana przez administratora technicznego dbającego o poprawne działanie platformy pod kątem administracji IT w czasie trwania projektu. Spełnione muszą być również warunki kadrowe, lokalowe i techniczne, które zostaną zapewnione w ramach funkcjonowania Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego. Niezbędna jest także umiejętność korzystania przez odbiorców i użytkowników z urządzenia elektronicznego z dostępem do Internetu umożliwiającą przeglądanie stron internetowych.

3.5 Jakie efekty może przynieść zastosowanie innowacji?

Zastosowanie innowacyjnego modelu multimedialnej platformy na rzecz kształcenia zawodowego pozwoli lepiej **dopasować ofertę kształcenia do potrzeb** kadrowych pracodawców i potencjalnych inwestorów. Dzięki temu dopasowaniu **poprawi się sytuacja na lokalnych rynkach pracy** (szczególnie sytuacja osób z wykształceniem zawodowym i absolwentów szkół zawodowych), a w konsekwencji na rynku pracy w całym województwie i kraju. Owocna współpraca na partnerskich zasadach między przedstawicielami różnych sektorów wpłynie na **wzrost wartości kapitału społecznego w regionie** i będzie stanowić wzór do naśladowania na innych obszarach geograficznych i problemowych. **Więcej wiarygodnych informacji** dotyczących kształcenia zawodowego pozwoli z czasem zmienić postrzeganie i **wizerunek kształcenia zawodowego**. Wykorzystanie **narzędzia diagnozy** w ramach prowadzonych cyklicznie badań umożliwi opracowanie **diagnozy sytuacji** szkolnictwa zawodowego w kontekście rynków pracy na poziomie lokalnym. Sprofilowanie jego treści pod konkretne grupy docelowe określane mianem interesariuszy zewnętrznych **pozwoli w przyszłości w bardzo efektywny sposób przekazać zarówno stan rzeczy, jak i sposoby rozwiązania konkretnych problemów** dotyczących kształcenia zawodowego i rynku pracy. Ostatecznym efektem długotrwałego działania PCRKZ powinna być poprawa sytuacji w zakresie kształcenia zawodowego w powiecie, zintegrowanie działających tam instytucji i wytyczenie oraz aktualizacja kierunków działania prowadzących do rozwoju gospodarczego oraz społecznego. Wykorzystanie programów doradztwa zawodowego **wpływać będzie pozytywnie na całą ścieżkę edukacyjno-zawodową** uczniów gimnazjów i zasadniczych szkół zawodowych, dzięki wzrostowi satysfakcji z wykonywanej pracy, wzrostowi efektywności pracy, podniesieniu jakości i poziomu życia, wzrostowi świadomości znaczenia wyborów edukacyjno-zawodowych, zwiększeniu udziału osób aktywnych zawodowo w ogóle ludności, zmniejszeniu wydatków socjalnych oraz zwiększeniu wpływów z podatków.

IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

4.1. Dobór użytkowników i grup odbiorców do testowania

Testowanie produktu będzie miało miejsce w czasie od 1.02.2013 do 30.06.2014 roku. Sposób doboru uczestników do testowania zakłada postulat maksymalnie rzetelnej oceny produktu – stąd znaleźli się wśród nich przedstawiciele głównych grup użytkowników (uczniowie, przedstawiciele szkół i oświaty, pracodawcy, samorządy, doradcy zawodowi itd.) z uwzględnieniem zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Jednostki (dotyczy szkół i samorządów) wytypowane do fazy testowania wyłonione będą na drodze losowania z wykorzystaniem operatu w postaci wykazu wszystkich tego rodzaju podmiotów i algorytmu losującego w postaci komputerowego programu. Ponadto w proces testowania zaangażowani będą eksperci – zarówno projektowi, jak i zewnętrzni eksperci z zakresu kształcenia zawodowego oraz multimediiów. Konkretyzując, testowanie obejmie następujące działania i produkty:

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCIUNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Testowanie funkcjonowania multimedialnej platformy, w tym:

- opracowanie bazy pracodawców,
- opracowanie bazy uczniów i absolwentów ZSZ we współpracy ze szkołami zawodowymi,
- testowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych o kształceniu zawodowym i egzaminach czeladniczych,
- forum dyskusyjnego.

Testowanie narzędzi diagnostycznych, w tym:

- będzie miało miejsce w jednym powiecie przez 12 miesięcy (razem 4 pomiary),
- opracowanie bazy użytkowników na potrzeby diagnozy,
- szkolenia (3h) dla użytkowników narzędzi diagnostycznych – zapoznanie z instrukcją obsługi 15 grup szkoleniowych (min 5 osób, 20 w przypadku uczniów szkół zawodowych) – łącznie 45 h dla minimum 150 osób.

Testowanie modelu Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego:

- dobór użytkowników i grup odbiorców:
 - użytkownicy: użytkownikiem będzie 1 starostwo powiatowe, wybrane w drodze rozmów z różnymi samorządami na podstawie dotychczasowych doświadczeń w zakresie wspierania kształcenia zawodowego i posiadanych instrumentów w tym zakresie;
 - odbiorcy: do korzystania z projektu zaproszone zostaną osoby i instytucje z testowego powiatu (uczniowie, kadra zarządzająca szkół, instytucje rynku pracy itp.);
- opis przebiegu testowania:
 - będzie miało miejsce w jednym powiecie przez 12 miesięcy (razem 4 pomiary);
 - zbudowane zostanie partnerstwo tworzące Centrum:
 - zaproszenie instytucji kształcenia zawodowego i jego otoczenia (szkoły, samorządy, instytucje rynku pracy, organizacje pracodawców, pracodawcy);
 - wybór 15 stałych członków;
 - odbędą się cykliczne spotkania raz na miesiąc;
 - dokonana zostanie analiza wyników badań;
 - opracowane zostaną rekomendacje dla organów decyzyjnych w kwestii modernizacji oferty edukacyjnej kształcenia zawodowego;
 - opracowana zostanie 1 strategia rozwoju kształcenia zawodowego (Wieloletni Plan Rozwoju Kształcenia Zawodowego w Powiecie).

Pomiar – obowiązkowy raz na kwartał – kwartalna korekta produktu, w tym:

- ankiet internetowych wśród uczniów ostatnich klas gimnazjów i uczniów szkół zawodowych,
- ankiet internetowych wśród pracodawców,
- ankiet internetowych wśród przedstawicieli PUP,
- informacja od potencjalnych inwestorów na podstawie ankiet internetowych dostępnych na stronach JST oraz drukowanej wersji papierowej, dostępnej w urzędzie,
- informacja z wydziału rozwoju, promocji i inwestycji (lub pokrewnego w zależności od struktury organizacyjnej) na temat potencjalnych inwestycji i zapotrzebowania na wykwalifikowaną kadre,
- raporty krótkoterminowe (kwartalne - 4 szt.) i średnioterminowe (półroczne – 2 szt.),

Cykl zajęć z doradztwa zawodowego, w tym:

- dla uczniów ostatnich klas gimnazjów, ukierunkowane na kształcenie zawodowe – 64 lekcje,

- dla uczniów szkół zawodowych dotyczące rozwoju kariery zawodowej – uczniowie ostatnich klas z 2 szkół (4 klasy) - cykl 8 spotkań lekcyjnych dla minimum 15 osób.

4.2. Opis przebiegu testowania

Testowanie będzie się odbywało zgodnie z procedurami stosowanymi w badaniach użyteczności, a zatem zgodnie z metodologią badań społecznych - zwłaszcza w wymiarze procedur oraz tworzenia warunków eksperymentalnych. Celem takiego podejścia jest możliwe ograniczenie wpływu badaczy na ocenę dostarczonych materiałów. Testowanie produktu będzie poprzedzone instruktażem użytkownika. Wszelkie oceny, wrażenia i uwagi testujących będą utrwalane w kilku postaciach: bądź w postaci danych uzyskanych w wyniku formularzy ewaluacyjnych, bądź nagrań i dokonanych na ich podstawie transkrypcji. Dodatkowo projekt platformy przewiduje możliwość udzielania spontanicznych uwag i rekomendacji dla jej twórców na każdym etapie jej funkcjonowania poprzez kontakt z administratorami serwisu. Ocena rozwiązań będzie w zależności od obszaru badawczego wiązała się z przedstawieniem jej na gradacyjnej skali, bądź w ujęciu jakościowym (0-1), które stawia raczej na rozstrzygnięcie, czy rozwiązanie jest dobre czy nie i związane jest z pozyskaniem uzasadnienia takiej postawy.

4.3. Kontrola i monitoring przebiegu procesu testowania (sposób sprawdzenia, czy innowacja działa)

Sposób oceny wyników testowania będzie dotyczył działań prowadzonych bezpośrednio przez kierownika projektu a nadzorowany będzie na poziomie merytorycznym przez ekspertów projektowych. Obejmie on jednocześnie dwa rodzaje ewaluacji, na pierwszym etapie będzie to:

- **Ewaluacja wewnętrzna i wnioski z wyników procesu testowania** - uczestnicy projektu będą zobowiązani do udziału w badaniach ewaluacyjnych, których celem będzie pomiar rezultatów projektu. Ostateczną miarą efektów będą wyniki porównywane w oparciu o każdy moment testowy. W celu zachowania pełnego obiektywizmu, wyniki zostaną przeanalizowane zarówno przez zespół projektowy, jak i w dalszej kolejności niezależnego ewaluatora zewnętrznego.

- **Ewaluacja zewnętrzna** - będzie dotyczyła oceny wyników testowania innowacji, jak i narzędzi wchodzących w skład produktu finalnego (przed i po testowaniu produktu i w trakcie upowszechniania).

Rzetelność i obiektywizm procesu testowania gwarantuje w tym przypadku: wprowadzenie czynnika losowego, różnicowanie ekspertów odnoszących się do wyników testowania (utrwalonych fizycznie w postaci elektronicznych baz danych, nagrań wywiadów i transkrypcji), triangulacja, rozumiana jako zwielokrotnienie reprezentowanych przez ekspertów podejść, doświadczeń i spostrzeżeń, wprowadzenie eksperta spoza zespołu projektowego, przestrzeganie elementarnych zasad procesu badawczego zgodnego z metodologią nauk społecznych, szeroki zakres i liczność grup użytkowników testujących oraz połączenie permanentnego monitoringu z testowaniem i ewaluacjami o charakterze incydentalnym, planowym. Co więcej sam proces testowania odbędzie się przez samego kierownika projektu, bądź osoby przez niego gruntownie przeszkolone.

Produktem całego procesu ewaluacji (wewnętrznej i zewnętrznej) będą 3 raporty ewaluacyjne. Na podstawie wniosków i rekomendacji z procesu testowania oraz raportów ewaluacyjnych wprowadzone zostaną konieczne modyfikacje, których rezultatem będzie finalna wersja produktu. Wszelkie zmiany będą konsultowane i dyskutowane w gronie ekspertów projektu. Do finalnych produktów zaliczyć należy:



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- Publikację dotyczącą wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy na rzecz kształcenia zawodowego lokalnego rynku pracy (500 szt.),
- Informator dla pracodawców i samorządów na temat współpracy na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego (500 szt.).

4.4. Materiały dla uczestników procesu testowania

Materiały dla uczestników procesu testowania obejmą wszelkie wypracowane w projekcie treści, dedykowane konkretnym grupom użytkowników platformy reprezentowanych przez testujących. Dotyczyć to będzie zwłaszcza treści multimedialnych zawartych na platformie internetowej.

V. Sposób sprawdzenia czy innowacja działa

W celu sprawdzenia czy innowacja działa zostanie przeprowadzona ewaluacja wewnętrzna i zewnętrzna. Podejmowane działania służyć będą odpowiedzi na zasadnicze pytanie: czy efekty zastosowania innowacji mogą zostać uznane za wystarczające uzasadnienie dla jej zastosowania na szerszą skalę? W celu uzyskanie potwierdzenia, iż produkt finalny może być stosowany w szerszej skali zostanie określony: sposób oceny wyników testowania, zakres ewaluacji, zadania ewaluatora i sposób jego wyłonienia. Ostateczną miarą efektów będą wyniki porównywane w oparciu o każdy moment testowy.

5.1. Sposób oceny wyników testowania

Ocena wyników testowania i wprowadzanego produktu finalnego odbędzie się przy pomocy ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej. Ewaluacja prowadzona będzie systematycznie przez cały okres realizacji projektu (*on going*). Podczas ewaluacji zastosowane zostaną kryteria:

- **trafności** (cele a potrzeby), co pozwoli ocenić stopień zgodności celów z potrzebami użytkowników i odbiorców oraz adekwatność tych celów do przyjętych we wniosku założeń,
- **efektywności** (nakłady a efekty), co pozwoli ocenić relację uzyskanych efektów do poniesionych nakładów (finansowych, czasowych, ludzkich),
- **skuteczności** (plan a wykonanie), co pozwoli ocenić stopień osiągnięcia założonych celów,
- **użyteczności** (efekty a potrzeby), co pozwoli ocenić, w jakim stopniu wypracowany produkt finalny jest zgodny z potrzebami użytkowników i odbiorców,
- **trwałości** (oddziaływanie projektu (produktu finalnego) po jego zakończeniu), co pozwoli ocenić stopień trwałości wypracowanych w projekcie rozwiązań.

Zarówno ewaluacja wewnętrzna, jak i zewnętrzna zostanie przeprowadzona w 4 etapach, przy czym etapy ewaluacji wewnętrznej zostaną rozciągnięte na cały okres testowania oraz etapu upowszechniania i włączania, zaś ewaluacja zewnętrzna rozpocznie się przed rozpoczęciem właściwego testu i będzie kontynuowana pod koniec okresu testowania i po jego zakończeniu, przed walidacją produktu finalnego.

Etapy ewaluacji:

- planowanie (opracowanie metodologii ewaluacji z udziałem użytkowników i odbiorców),
- gromadzenie danych z udziałem interesariuszy. Uczestnicy projektu będą zobowiązani do udziału w badaniach ewaluacyjnych,
- analiza ilościowa i jakościowa
- ocena, wnioski, rekomendacje, propozycje działań naprawczych oraz przekazanie wyników ewaluacji RST Województwa Zachodniopomorskiego, WUP Szczecin, partnerom projektu, interesariuszom projektu.

5.2. Ewaluacja wewnętrzna projektu i produktu finalnego

Prace przygotowawcze do ewaluacji wewnętrznej zostały przeprowadzone już w trakcie I etapu realizacji projektu, szczególnie w okresie pracy nad strategią wdrażania. Ewaluację wewnętrzną przeprowadzi zespół projektowy. Za całość ewaluacji odpowiedzialny jest kierownik projektu, zaś za gromadzenie i przetwarzanie danych – specjalista ds. administracyjnych i sprawozdawczości. W ewaluację wewnętrzną zaangażowani będą odbiorcy i użytkownicy, dla których przygotowane zostaną specjalne narzędzia badawcze (ankiety). Ewaluacja prowadzona będzie *on going*, tak aby zapewnić możliwość szybkiego wprowadzenia zmian w projekcie. Podstawowe pytania ewaluacji projektu:

- czy i w jakim stopniu osiągnięto cele projektu?
- w jaki sposób przebiega zarządzanie projektem?
- jak jest realizowane partnerstwo?
- jak realizowana jest zasada *empowerment*?
- jak przebiega testowanie?
- jakie bariery wpływają na realizację projektu?
- jaka jest skuteczność działań upowszechniających i włączających?
- jak przebiega współpraca ponadnarodowa?

5.3. Ewaluacja zewnętrzna produktu finalnego

Celem ewaluacji zewnętrznej produktu będzie przede wszystkim udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy wypracowany produkt finalny jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny kosztowo od stosowanych dotychczas podejść w kwestii rozwiązania problemu. Podczas prac w I etapie realizacji projektu dokonano weryfikacji okresu ewaluacji zewnętrznej. Zacznie się ona zaraz po zatwierdzeniu strategii wdrażania poprzez wybór ewaluatora zewnętrznego i zrealizowaniu etapu planowania i wstępnego gromadzenia danych (kwestionariusze i wywiady pogłębione przed rozpoczęciem testu). Właściwe prace ewaluacyjne odbędą się w trakcie testowania i zaraz po jego zakończeniu. Inaczej niż zakładano we wniosku o dofinansowanie nie przewidujemy ewaluacji zewnętrznej produktu finalnego w okresie upowszechniania, natomiast ewaluator zacznie pracę znacznie wcześniej niż zakładano, gdyż już przed rozpoczęciem właściwego testu. Za ewaluację zewnętrzną odpowiada kierownik projektu.

Sposób wyłonienia ewaluatora zewnętrznego

Ewaluator zewnętrzny zostanie wybrany zgodnie z zasadą konkurencyjności. Kryteria wyboru: dysponowanie kadrą posiadającą wiedzę merytoryczną z zakresu kształcenia zawodowego, doświadczenie w ewaluacji projektów i działań edukacyjnych (co najmniej 2 ewaluacje), doświadczenie w ewaluacji projektów lub działań dotyczących kształcenia zawodowego (co najmniej 1 ewaluacja). Dodatkowo oceniane będą: jakość proponowanej metodologii, koncepcja badawcza, sposób organizacji procesu badań, cena.

Zakres ewaluacji

Ewaluacja obejmie ocenę stanu po wprowadzeniu innowacji (po zrealizowaniu testu) w porównaniu do stanu sprzed rozpoczęcia testu. Podstawowe pytania badawcze:

- czy i w jakim stopniu produkt odpowiada na realne potrzeby?
- czy wypracowany produkt (proponowane podejście do problemu kształcenia zawodowego) jest bardziej efektywny niż rozwiązania stosowane dotychczas?
- czy proponowane podejście jest efektywne ekonomicznie?
- czy produkt jest skuteczny?
- co wpływa na skuteczność produktu?
- czy możliwe jest zwiększenie skuteczności produktu?

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCIUNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- czy wypracowany produkt jest zgodny z aktualnymi potrzebami odbiorców i użytkowników?
- czy i w jakim stopniu produkt ma szanse funkcjonować po zakończeniu finansowania projektu? (multiplikowalność produktu);
- czy zaangażowano grupy docelowe (zasada *empowerment*)?
- jaka jest dostępność wypracowanych narzędzi?
- jaka jest jakość wypracowanych narzędzi?

Zadania ewaluatora:

- opracowanie metodologii ewaluacji z uwzględnieniem ww. kryteriów ewaluacji oraz przedstawienie jej do akceptacji Projektodawcy,
- opracowanie narzędzi badawczych, w tym ankiet, kwestionariuszy, scenariuszy wywiadów,
- stała współpraca z zespołem realizującym projekt,
- przeprowadzenie badań ewaluacyjnych,
- analiza wyników badań ewaluacyjnych i zawarcie ich w raportach cząstkowych lub notatkach oraz w raporcie końcowym,
- przekazanie w formie raportu oceny końcowej z ewaluacji. Raport zawierać będzie: opis przedmiotu ewaluacji, kryteria oceny, pytania ewaluacyjne, opis zastosowanych metod badawczych, opis próby badawczej, sposób prezentacji wyników, wnioski, rekomendacje, propozycje działań naprawczych.

5.4. Efekty zastosowania innowacji jakie uznane zostaną za wystarczające uzasadnienie do jej zastosowania w szerszej skali

- pozytywna ocena kompleksowej diagnozy kształcenia zawodowego w kontekście potrzeb regionalnego rynku pracy (wywiady, min.60%pozytywnych ocen)
- pozytywna ocena modelu Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego (badania ewaluacyjne, min. 60% pozytywnych ocen)
- pozytywna ocena metodologii diagnozy potrzeb lokalnego rynku pracy na rzecz szkolnictwa zawodowego (badania ewaluacyjne, min 60% pozytywnych ocen)
- pozytywna ocena programów doradztwa zawodowego ukierunkowanych na kształcenie zawodowe (badania ewaluacyjne, min. 60% pozytywnych ocen)
- upowszechnienie produktu finalnego wśród minimum 915 przedstawicieli grupy docelowej (potwierdzenie dotarcia do 915 osób).

VI. Strategia upowszechniania

6.1. Cel działań upowszechniających

Celem działań upowszechniających jest szerokie poinformowanie o produkcie i projekcie wszystkich potencjalnie zainteresowanych. Projektodawca nie planuje zmian do działań upowszechniających w stosunku do wniosku o dofinansowanie. Jednak w toku prowadzenia prac I etapu realizacji projektu i w trakcie przygotowywania strategii wdrażania wystąpiła potrzeba doprecyzowania opisu działań upowszechniających.

6.2. Grupy, do których skierujemy działania upowszechniające wraz z analizą interesariuszy

Działania upowszechniające będą miały szeroki charakter i dotyczyć będą:



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



- przedstawicieli szkół zawodowych województwa zachodniopomorskiego (dyrektorzy szkół, kierownicy kształcenia praktycznego, nauczyciele zawodu). Jest to kluczowa grupa użytkowników, która bezpośrednio będzie korzystała z wypracowanego produktu (minimum 5 ZSZ),
- uczniów gimnazjów i szkół zawodowych i ich rodziców – jest to kluczowa grupa odbiorców, dla której przygotowany zostanie produkt, aby zwiększyć ich szanse na rynku pracy (375 gimnazjalistów, 250 uczniów ZSZ),
- pracodawców – jest to kluczowa grupa odbiorców zainteresowana powodzeniem kształcenia zawodowego i wejściem na rynek pracy odpowiednio przygotowanych absolwentów szkół zawodowych (80 pracodawców),
- przedstawicieli samorządów (głównie starostw), którzy jako organy prowadzące szkół zawodowych zainteresowani są poprawą kondycji kształcenia zawodowego na swoim terenie oraz przedstawicieli podmiotów działających w obszarze związanym z analizą lokalnego rynku pracy, w tym szczególnie PUP (minimum 10 starostw, 30 doradców zawodowych, 80 przedstawicieli JST),
- przedstawiciele gimnazjów, zainteresowani odpowiednią ofertą kształcenia zawodowego dla swoich absolwentów (minimum 5 gimnazjów),

6.3. Plan działań upowszechniających.

Upowszechnianie przewidziano na cały okres realizacji projektu. Poniżej opisano działania jakie zostały lub będą wykorzystane do upowszechniania.

I etap realizacji projektu (badania i analizy) 01.04.2012r. – 30.11.2012r.

W I etapie, upowszechnianie odbywało się głównie poprzez stronę internetową, konferencję upowszechniającą wyniki badań oraz poprzez dotarcie do uczestników badań, jakie przeprowadziliśmy w tym etapie. W tym czasie, z oczywistych powodów, przekazywaliśmy tylko wstępne informacje o projekcie. Najbardziej wykorzystaliśmy konferencję w Szczecinie, w której wzięło udział 100 osób, w tym ponad 50 przedstawicieli szkół zawodowych. Wykorzystaliśmy też wywiady kwestionariuszowe z pracodawcami (1012 osób), zogniskowane wywiady grupowe z pracodawcami (4 FGI), zogniskowane wywiady grupowe z uczniami (6 FGI), indywidualne wywiady pogłębione (30 osób, w tym: dyrektorzy szkół, nauczyciele przedmiotów zawodowych, kierownicy kształcenia praktycznego – 10 osób, przedstawiciele instytucji oświatowych – 10 osób, przedstawiciele instytucji rynku pracy – 10 osób). Upowszechnianie odbyło się również poprzez stronę projektu www.prkz.pl. W tym czasie przygotowano też wstępną wersję multimedialnego portalu dla uczniów i pracodawców. Upowszechnianie odbywało się również za pośrednictwem członków zespołu ekspertów, w którym reprezentowane były kluczowe dla projektu grupy. Eksperti pełnili rolę swoistych ambasadorów projektu w swoich środowiskach. Do promocji projektu i zainteresowania produktem finalnym wykorzystamy też przygotowane w tej fazie projektu plakaty informacyjne (2012r - 150 sztuk), ogłoszenia prasowe (2012 – 3 sztuki). Do działań upowszechniających wykorzystamy publikacje z badań – 500 egzemplarzy.

II etap realizacji projektu (testowanie i opracowanie produktu finalnego) 1.02.2013r. – 30.12.2014r.

- spotkania (raz na miesiąc) Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego z udziałem cechów rzemieślniczych, władz powiatu, przedstawicieli ZSZ (dyrekcji, nauczycieli), PUP, przedstawicieli samorządów gminnych i ich jednostek organizacyjnych, lokalnych organizacji pracodawców, NGO związanych z kształceniem zawodowym (15 stałych członków),
- szkolenia dla użytkowników i uczniów (testowanie narzędzi diagnostycznych) (razem min.150 osób)
- zajęcia z doradztwa zawodowego dla uczniów gimnazjów (min. 25 uczniów ostatnich klas)



- zajęcia z doradztwa zawodowego dla uczniów ZSZ (min. 25 uczniów ostatnich klas)
- cykl zajęć dla nauczycieli i szkolnych doradców zawodowych – min. 15 osób
- opracowanie i wydruk publikacji dotyczącej wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy kształcenia zawodowego na potrzeby lokalnego rynku pracy (500 sztuk)
- opracowanie i wydruk informatora dla pracodawców i samorządów na temat współpracy na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego (500 sztuk)
- funkcjonowanie multimedialnego portalu dla uczniów i pracodawców
- funkcjonowanie strony internetowej projektu
- ogłoszenia prasowe (2012 – 3 sztuki, 2013 – 3 sztuki, 2014r. – 3 sztuki).

III etap realizacji projektu (upowszechnianie i włączanie) 1.01.2015r. – 30.06.2015r.

Działania w tym etapie są kluczowe dla powodzenia strategii upowszechniania. Projektodawca dysponował już będzie zwalidowanym produktem finalnym, wdrożone zostaną rekomendacje z działań ewaluacyjnych. W tym okresie zostanie zogniskowanych najwięcej działań, będą one miały najszerzy charakter i dotrzymy do największej liczby osób. Ten etap projektu składał się będzie z dwóch faz.

Celem I fazy będzie wzbudzenie zainteresowania projektem i upowszechnieniem jego rezultatów. W tym czasie zwrócimy szczególną uwagę na promocję platformy internetowej, która jest podstawowym źródłem informacji o produkcie finalnym. Platforma będzie przez cały czas moderowana, aby odpowiadać na wszelkie zapytania, uwagi i propozycje. Podczas tego etapu zwrócimy uwagę na media relations – opracujemy specjalne komunikaty prasowe, zwiększymy kontakty z mediami regionalnymi i specjalistycznymi.

Celem II fazy będzie realizacja właściwej części strategii upowszechniania (i jednocześnie włączania produktu finalnego do polityki – opis w części VII). Model upowszechniany będzie wśród użytkowników i odbiorców z województwa zachodniopomorskiego. W tej fazie nastąpi istotna intensyfikacja działań z I fazy w odniesieniu do produktu finalnego.

- szkolenia i warsztaty dla nauczycieli i szkolnych doradców zawodowych na temat programów doradczych dotyczących kształcenia zawodowego dla gimnazjalistów (30 osób)
- wydruk materiałów szkoleniowych (30 sztuk), zakup pakietów szkoleniowych (915 sztuk)
- cykl zajęć z doradztwa zawodowego dla uczniów gimnazjów – 5 szkół, minimum 15 klas po średnio 25 uczniów (375 uczniów)
- cykl zajęć z doradztwa zawodowego dla uczniów ZSZ – 5 szkół, minimum 10 klas po średnio 25 uczniów (250 uczniów)
- warsztaty dla władz samorządowych i ich jednostek organizacyjnych (4 warsztaty w 4 subregionach województwa zachodniopomorskiego) (4 x 20 osób)
- seminaria dla pracodawców w subregionach dotyczące udziału w rozwoju kształcenia zawodowego (4 seminaria w 4 subregionach województwa zachodniopomorskiego) (4 x 20 osób)
- artykuły prasowe (6 emisji) + artykuły promujące projekt (3 emisje 2015r.)
- konferencja kończąca projekt dla użytkowników i odbiorców (min. 100 osób)
- funkcjonowanie multimedialnego portalu dla uczniów, ich rodziców i pracodawców
- funkcjonowanie strony internetowej projektu
- dystrybucja publikacji dotyczącej wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy kształcenia zawodowego na potrzeby lokalnego rynku pracy (500 sztuk),
- dystrybucja informatora dla pracodawców i samorządów na temat współpracy na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego (500 sztuk)

6.4. Miara sukcesu działań upowszechniających.

Potwierdzeniem sukcesu działań upowszechniających będą:



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- pozytywne opinie użytkowników i odbiorców wyrażone w ankietach (min. 60% pozytywnych opinii)
- wdrożenie produktu finalnego w powiecie objętym testem i 2 dodatkowych powiatach.

Należy podkreślić, iż dostęp (całkowicie bezpłatny) do wszelkich materiałów wypracowanych w projekcie zostanie utrzymany również po zakończeniu projektu poprzez funkcjonowanie platformy multimedialnej. Funkcjonalność zapewnią partnerzy projektu.

VII. Strategia włączania do głównego nurtu

7.1. Cel działań włączających

Celem działań włączających jest jak najszersze włączenie produktu finalnego do polityki lokalnej poprzez wdrożenie produktu do praktyki szkół zawodowych i gimnazjów. Projektodawca nie planuje zmian do działań włączających w stosunku do wniosku o dofinansowanie. Jednak w toku prowadzenia prac I etapu realizacji projektu i w trakcie przygotowywania strategii wdrażania wystąpiła potrzeba doprecyzowania opisu działań włączających.

7.2. Grupy, do których skierowane zostaną działania

Działania włączające skierowane zostaną głównie do :

- przedstawiciele szkół zawodowych województwa zachodniopomorskiego (dyrektorzy szkół, kierownicy kształcenia praktycznego, nauczyciele zawodu). Jest to kluczowa grupa użytkowników, która bezpośrednio będzie korzystać z wypracowanego produktu (minimum 5 ZSZ) – dyrektorzy szkół zawodowych i nauczyciele będą bezpośrednimi użytkownikami, przekonanie tej grupy osób do włączenia produktu do praktyki staje się zatem kluczowym czynnikiem sukcesu etapu włączania,
- uczniów gimnazjów i szkół zawodowych i ich rodziców – chcemy, aby grupa tych osób wywierała pozytywną presję na potencjalnych użytkownikach, tak aby jak najszerszy zakres szkół był zainteresowany produktem, dotarcie zatem do świadomości uczniów i ich rodziców z przekonaniem ich o korzyściach płynących z zastosowania produktu stanie się jednym z filarów działań włączających (375 gimnazjalistów, 250 uczniów ZSZ),
- pracodawców – chcemy, aby grupa ta była nie tylko odbiorcą działań upowszechniających, lecz aby poprzez swoje struktury wywierała wpływ na szkoły, dlatego planujemy włączenie pracodawców m.in. do Powiatowych Rad Rozwoju Kształcenia Zawodowego (80 pracodawców),
- przedstawiciele samorządów (głównie starostw), którzy jako organy prowadzące szkół zawodowych zainteresowani są poprawą kondycji kształcenia zawodowego na swoim terenie – grupa ta ma kluczowe znaczenie w procesie włączania produktu do polityki lokalnej. Samorząd powiatowy ma liczne możliwości oddziaływania na swoje jednostki, jakimi są szkoły, chcemy ten potencjał włączający mocno wykorzystać (min. 10 starostw, 80 przedstawiciele JST)
- przedstawiciele podmiotów działających w obszarze związanym z analizą lokalnego rynku pracy, w tym szczególnie PUP (30 doradców zawodowych) – liczymy, iż pozytywna ocena produktu finalnego dokonana przez tę grupę, doprowadzi do włączenia tej grupy do działań lobbingsowych na rzecz produktu (np. poprzez kreowanie dobrych opinii o produkcie),
- przedstawiciele gimnazjów, zainteresowani odpowiednią ofertą kształcenia zawodowego dla swoich absolwentów – grupa ta również ma istotny potencjał wspierający działania na rzecz włączenia produktu, poprzez co najmniej pozytywną presję na władze lokalne, (minimum 5 gimnazjów).



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

7.3. Plan działań włączających

Działania włączające będą realizowane głównie w czasie III etapu realizacji projektu. Specyfika projektu nie wymaga konieczności wprowadzania zmian prawnych, które warunkowałyby wdrożenie innowacji, zatem niemal każdy element planowanych działań upowszechniających będzie miał również potencjał włączający produkt do polityki. Brak potrzeby zmian prawnych, czy też innych regulacji formalnych (nawet na poziomie szkoły) powoduje, iż szeroki mainstreaming wertykalny nie jest konieczny. Działania mainstreamingowe będą miały zatem głównie charakter horyzontalny. Jesteśmy bowiem nastawieni na włączenie produktu do codziennej praktyki jst, szkół, uczniów, pracodawców. Nie oznacza to, iż zaniechamy jakichkolwiek działań związanych z mainstreamingiem wertykalnym. Ograniczymy je jednak do starostw, ewentualnie do urzędów gmin, gdyż szersze działania włączające nie są potrzebne. Kontakty z instytucjami regionalnymi jakie przewidujemy podczas upowszechniania (WUP, Kuratorium Oświaty, KIW) będą wzmacniały działania włączające prowadzone na poziomie powiatów i gmin. Poniżej opisano działania jakie zostały lub będą wykorzystane do włączania produktu do polityki.

I etap realizacji projektu (badania i analizy) 01.04.2012r. – 30.11.2012r.

Każde działanie upowszechniające, jakie opisaliśmy w rozdziale VI wykorzystaliśmy do budowania potencjału włączającego na przyszłość. Brak na tym etapie produktu finalnego oczywiście nie dawał szans na włączenie, jednak zdobyte kontakty i wzbudzone zainteresowanie przyszłym produktem pozytywnie rokuje na przyszłość.

II etap realizacji projektu (testowanie i opracowanie produktu finalnego) 1.02.2013r. – 30.12.2014r.

W tym czasie udostępniemy już wstępną wersję produktu finalnego. Dokonywany wybór grupy docelowej do testu będzie również uwzględniał aspekt analizy możliwości skutecznego włączenia produktu po zakończeniu testu. Zakładamy, iż wybrany do testu powiat włączy produkt do praktyki. Na tym etapie realizacji projektu, do strategii włączania wykorzystamy:

- spotkania (raz na miesiąc) Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego z udziałem cechów rzemieślniczych, władz powiatu, przedstawicieli ZSZ (dyrekcji, nauczycieli), PUP, przedstawicieli samorządów gminnych, lokalnych organizacji pracodawców, NGO związanych z kształceniem zawodowym (15 stałych członków) – działanie to, na tym etapie projektu będzie miało największy potencjał włączający. Skupienie w jednym miejscu tak szerokiej i różnorodnej grupy osób wyzwoli potrzebę rozmowy nie tylko o jakości samego produktu, ale również o zakresie jego przyszłego wykorzystania na poziomie testowego powiatu,
- szkolenia dla użytkowników i uczniów (testowanie narzędzi diagnostycznych) (razem min.150 osób)
- to działanie również przyczyni się do powodzenia działań włączających – liczymy, iż pozytywna opinia uczestników będzie wpływała na decyzje przyszłych użytkowników produktu,
- cykl zajęć dla nauczycieli i szkolnych doradców zawodowych – min. 15 osób – tak jak wyżej
- nie bez znaczenia dla powodzenia mainstreamingu będą miały pozostałe działania upowszechniające prowadzone na tym etapie (opracowanie i wydruk publikacji dotyczącej wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy kształcenia zawodowego na potrzeby lokalnego rynku pracy (500 sztuk), opracowanie i wydruk informatora dla pracodawców i samorządów na temat współpracy na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego (500 sztuk), funkcjonowanie multimedialnego portalu dla uczniów i pracodawców – każde z tych działań wzmocni starania wdrożeniowe produktu.

III etap realizacji projektu (upowszechnianie i włączanie) 1.01.2015r. – 30.06.2015r.

Działania w tym etapie są kluczowe dla powodzenia strategii włączania. Projektodawca dysponował już będzie zwalidowanym produktem finalnym, wdrożone zostaną rekomendacje z działań ewaluacyjnych. W tym okresie zostanie zogniskowanych najwięcej działań, będą one miały

najszerzy charakter i dotrzemy do największej liczby osób. Oprócz wykorzystania opisanych w części VI strategii działań, dużą rolę odegrają działania prowadzone na mniejszą skalę, często bezkosztowe, ale nie mniej efektywne w procesie strategii włączania. Będą do nich należeć zintensyfikowane spotkania indywidualne ze starostami (co najmniej 10 spotkań), przedstawicielami wydziałów oświaty (10 spotkań), kierownictwem PUP (5 spotkań), dyrekcjami szkół zawodowych i gimnazjów (co najmniej 10 spotkań). Spotkania będziemy organizować zarówno z podmiotami, które wykażą zainteresowanie naszym produktem (np. poprzez udział w konferencji), jak i z podmiotami, które nie odpowiedziały na nasze zaproszenia.

W strategii włączania wykorzystamy część instrumentów upowszechniających: szkolenia i warsztaty dla nauczycieli i szkolnych doradców zawodowych na temat programów doradczych dotyczących kształcenia zawodowego dla gimnazjalistów (30 osób); cykl zajęć z doradztwa zawodowego dla uczniów gimnazjów – 5 szkół, minimum 15 klas po średnio 25 uczniów (375 uczniów); cykl zajęć z doradztwa zawodowego dla uczniów ZSZ – 5 szkół, minimum 10 klas po średnio 25 uczniów (250 uczniów); warsztaty dla władz samorządowych i ich jednostek organizacyjnych (4 warsztaty w 4 subregionach województwa zachodniopomorskiego) (4 x 20 osób); seminaria dla pracodawców w subregionach dotyczące udziału w rozwoju kształcenia zawodowego (4 seminaria w 4 subregionach województwa zachodniopomorskiego) (4 x 20 osób); konferencję kończącą projekt dla użytkowników i odbiorców (min. 100 osób); funkcjonowanie multimedialnego portalu dla uczniów, ich rodziców i pracodawców.

7.4. Miara sukcesu działań włączających

Potwierdzeniem sukcesu działań włączających będzie wdrożenie produktu finalnego w powiecie objętym testem i co najmniej 2 dodatkowych powiatach. Potwierdzeniem tego stanu będą zawarte porozumienia i listy intencyjne.

VIII. Kamienie milowe II etapu realizacji projektu

1. Powołanie Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego – IV 2013
2. Szkolenia dla użytkowników narzędzi diagnostycznych – IV 2013
3. Opracowanie strategii rozwoju szkolnictwa zawodowego – VI 2013
4. Zakończenie testów narzędzi diagnostycznych – IX 2013
5. Zakończenie procesu testowania – VI 2014
6. Ewaluacja zewnętrzna produktu finalnego – XI 2014
7. Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego – XII 2014
8. Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu – V 2015

IX. Analiza ryzyka

9.1. Zidentyfikowane potencjalne zagrożenia z oszacowaniem prawdopodobieństwa ich wystąpienia, wpływu ryzyka na realizację projektu oraz określenie sposobu ograniczenia najważniejszych zagrożeń

W procesie zarządzania ryzykiem podczas realizacji projektu konieczne jest podejmowanie wielu działań. Po pierwsze monitorowanie, czyli ciągłe i okresowe śledzenie wybranych parametrów oraz badanie wpływu składowych ryzyka. Po drugie podejmowanie działań w celu minimalizacji ryzyka, czyli właściwe planowanie, projektowanie uwzględniające ryzyko, ciągłe próbnego testowanie.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wspomniane elementy są głównymi narzędziami wykorzystywanymi w celu minimalizowania ryzyka. Ponadto regularnie odbywają się spotkania Partnerów oraz Zespołu Ekspertów, na bieżąco prowadzona jest komunikacja elektroniczna, dokonywana jest analiza postępów realizacji projektu. Ryzyko wystąpienia zagrożeń zostanie znacząco ograniczone dzięki sprawnie funkcjonującej sprawozdawczości wewnętrznej oraz pracy zespołowej.

Poniżej zdefiniowano najbardziej prawdopodobne zagrożenia, oszacowano prawdopodobieństwo ich wystąpienia oraz wpływ na realizację projektu.

P - prawdopodobieństwo wystąpienia zagrożenia; (skala od 1 do 3, gdzie 1 oznacza niskie, a 3 – wysokie prawdopodobieństwo)

W - wpływ ryzyka na realizację projektu; (skala od 1 do 3, gdzie 1 oznacza bardzo mały, a 3 –bardzo duży wpływ na realizację projektu)

Z - zidentyfikowane najważniejsze zagrożenie/obliczenie na podstawie przemnożenia punktów przyznanych w kategorii „prawdopodobieństwa wystąpienia” oraz kategorii „wpływ na realizację projektu” ($p \times w = z$).

Za minimalizację zagrożeń odpowiedzialny będzie Kierownik Projektu oraz Zespół Projektowy.

Analiza ryzyka, które mogą się pojawić na etapie testowania innowacji

Zidentyfikowanie potencjalnych zagrożeń	p	w	z	Sposób ograniczenia zagrożenia
Problemy w organizacji sprawnej współpracy z partnerami (w tym z partnerem ponadnarodowym)	1	2	2	<ul style="list-style-type: none"> - okresowe spotkania partnerów - komunikacja drogą elektroniczną - opracowanie harmonogramów działań - wspólna akceptacja kluczowych etapów - zrozumienie specyficznego języka technicznego Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu
Niskie zainteresowanie udziałem w testowaniu Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego (w szczególności wśród pracodawców)	2	2	4	<ul style="list-style-type: none"> - promocja projektu - pozyskanie do udziału w testowaniu w pierwszej kolejności partnerów po stronie samorządów (w szczególności powiatu), organizacji pracodawców i ewentualnie wiodących firm lokalnych i ponadlokalnych wprowadzających w życie spójną politykę CSR w swoich działaniach, - podpisanie umowy partnerskiej pomiędzy min. 15 instytucjami/podmiotami - ścisła współpraca ze starostwem powiatowym i władzami samorządowymi oraz lokalnymi organizacjami pracodawców na terenie powiatu, w którym odbywać się będzie testowanie - bezpośrednie spotkania członków partnerstwa - upowszechnianie PCRKZ w środowiskach lokalnych przez członków partnerstwa Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu, specjalista ds. rekrutacji
Niskie zainteresowanie udziałem w testowaniu metodologii diagnozy potrzeb lokalnego rynku pracy (w szczególności wśród pracodawców)	2	3	6	<ul style="list-style-type: none"> - promocja projektu - opracowanie bazy użytkowników na potrzeby diagnozy, - szkolenia dla użytkowników narzędzi diagnostycznych – zapoznanie z instrukcją obsługi - atrakcyjna forma graficzna i minimalna ilość pytań w ankietach (czas wypełnienia kwestionariusza ankiety nie powinien zająć więcej niż 10 minut) - ankiety wysyłane mailem bezpośrednio do uczestników testowania w postaci linku - oferta nieodpłatnego udostępnienia wyników badań - pokazanie korzyści (dla konkretnych użytkowników) płynących z

				zastosowania diagnozy Osoba odpowiedzialna – Specjalista ds. rekrutacji, Ekspert ds. testowania
Niskie zainteresowanie udziałem w testowaniu platformy multimedialnej (w szczególności wśród pracodawców)	2	3	6	<ul style="list-style-type: none"> - promocja projektu - opracowanie bazy pracodawców - opracowanie bazy uczniów i absolwentów ZSZ we współpracy ze szkołami zawodowymi, - ścisła współpraca ze szkołami (uczniowie, nauczyciele, doradcy zawodowi w szkołach, urzędach pracy i poradniach) oraz władzami samorządowymi (m.in. upowszechnianie i promocja na Konwencie Starostów) i wybranymi organizacjami pracodawców (działania promocyjne i upowszechniające będą skierowane głównie do organizacji pracodawców – jak wynika z badań skupiają one najbardziej zaangażowanych i świadomych pracodawców) - promocja i upowszechnianie podczas konferencji Narodowego Forum Doradztwa Kariery - oferta prezentacji instytucji/placówki/firmy na platformie multimedialnej (w pełni darmowy dostęp oraz korzyści wizerunkowe) - dostęp do ofert praktyk, staży i pracy (darmowy kanał rekrutacyjny) - możliwość darmowego kanału komunikacji marketingowej (np. poprzez zamieszczenie logotypu firmy/szkoły na platformie) - przygotowanie instrukcji użytkownika dostępnej na platformie (przystępna forma, w połączeniu z intuicyjnie zaprojektowanym interfejsem graficznym i nawigacyjnym portalu będzie sprzyjała wygodzie użytkownika i szybkości odnajdywania pożądaných informacji) - poza udostępnieniem informacji na portalu instrukcje użytkownika będą dostarczane w wersji elektronicznej do instytucji (szkół, zrzeszeń pracodawców, samorządów itd.) i osób fizycznych potencjalnie zainteresowanych udziałem w przedsięwzięciu (uczniów szkół zawodowych, indywidualnych przedsiębiorców itd.). - rozwiązania pozwalające na optymalizację platformy i coraz lepsze dostosowanie do potrzeb użytkowników (możliwość zgłaszania administratorom platformy uwag na temat jej funkcjonowania; ankieta ewaluacyjna dotycząca platformy oraz komponentu służącego pozyskiwaniu, agregowaniu i prezentowaniu danych analitycznych) - użytkownikom instytucjonalnym zaproponowane zostanie dedykowanie pracowników odpowiedzialnych za pozyskiwanie oraz aktualizację danych instytucji i profili na platformie, zwłaszcza po stronie szkół, przedsiębiorstw, czy instytucji rynku pracy; po stronie zespołu projektowego będzie także osoba odpowiedzialna za kontakt z interesariuszami - działania informacyjne i promocyjne będą realizowane także poprzez współpracę z WUP oraz na Konwentach Dyrektorów PUP - pokazanie korzyści płynących z zastosowania platformy Osoba odpowiedzialna – Specjalista ds. rekrutacji, Ekspert ds. testowania

Niskie zainteresowanie udziałem w testowaniu 3 programów doradztwa zawodowego	1	1	1	<ul style="list-style-type: none"> - promocja projektu - ścisła współpraca ze szkołami (uczniowie oraz rodzice, wychowawcy, i dyrektorzy, doradcy zawodowi) – m.in. 3 szkoły zawodowe i 4 gimnazja oraz 1 poradnia psychologiczno-pedagogiczna, które znajdują się wśród 15 partnerów - pokazanie korzyści płynących z zastosowania programów doradztwa <p>Osoba odpowiedzialna – Specjalista ds. rekrutacji, Ekspert ds. testowania</p>
Utrata płynności finansowej w projekcie związana z opóźnieniami w wypłacie kolejnych transz przewidzianych w harmonogramie płatności	2	1	2	<ul style="list-style-type: none"> - Beneficjent ma doświadczenie w realizacji projektów oraz planowaniu i wydatkowaniu środków finansowych, dysponuje doświadczonym personelem, który sprawnie przygotowuje dokumenty rozliczeniowe i nanosi ewentualne poprawki, - ciągły monitoring i nadzór nad realizacją poszczególnych zadań, - na wypadek większego opóźnienia zaangażowane zostaną środki własne Lidera i Partnerów do czasu otrzymania przewidzianych w budżecie środków; - Partnerzy dysponują możliwościami okresowego finansowania ze środków własnych realizacji zadań <p>Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu</p>
Braki w produkcji finalnym	2	2	4	<ul style="list-style-type: none"> - włączenie interesariuszy do prac związanych z budowaniem finalnej wersji modelu poprzez umowę partnerską podpisaną przez minimum 15 partnerów, - bezpośrednie spotkania partnerów, - prowadzenie monitoringu i ewaluacji wewnętrznej, - sukcesywne uzupełnianie produktu finalnego adekwatnie do zdiagnozowanych braków. <p>Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu</p>

Analiza ryzyka, które mogą wystąpić na etapie upowszechniania innowacji i wprowadzania do polityki/praktyki

Zidentyfikowanie potencjalnych zagrożeń	p	w	z	Sposób ograniczenia zagrożenia
Finansowanie funkcjonowania Powiatowego Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego po zakończeniu Projektu	2	3	6	<ul style="list-style-type: none"> - ograniczenie stałych kosztów prowadzenia PCRKZ do minimum przy jednoczesnym delegowaniu części zadań powiatu z zakresu edukacji ponadgimnazjalnej i zawodowej oraz polityki rynku pracy na PCRKZ - pozyskiwanie środków finansowych nie tylko z budżetu JST, ale także z zewnętrznych źródeł finansowania (np. części subwencji oświatowej, funduszy unijnych w nowej perspektywie 2014-2020), - współfinansowanie przez partnerów (np. także poprzez udostępnienie lokalu przez instytucje otoczenia biznesu), finansowanie w ramach pożytku publicznego i/lub darmowego użyczenia pomieszczeń (ograniczenie kosztów; konkurs ogłaszany przez powiat) - wypracowanie rekomendacji dla zabezpieczenia i przeznaczenia środków finansowych w budżecie państwa na wsparcie dla kształcenia zawodowego, <p>Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu</p>

<p>Niskie zainteresowanie udziałem w cyklicznych badaniach potrzeb lokalnego rynku pracy (szczególnie wśród publicznych służb zatrudnienia oraz pracodawców)</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> - działania upowszechniające na temat korzyści wynikających udostępniania danych i informacji potrzebnych do cyklicznej diagnozy potrzeb lokalnego rynku pracy - darmowy dostęp do opracowań i wyników analiz - możliwość agregacji danych i prowadzenia własnych analiz porównawczych przez użytkowników platformy - zaangażowanie przedstawicieli instytucji rynku pracy, publicznych służb zatrudnienia, JST, pracodawców i przedstawicieli szkół - atrakcyjna forma graficzna i minimalna ilość pytań w ankietach (czas wypełnienia kwestionariusza ankiety nie powinien zająć więcej niż 10 minut) - ankiety wysyłane mailem bezpośrednio do respondentów w postaci linku - oferta nieodpłatnego udostępnienia wyników badań - organizacja seminariów dla pracodawców oraz konferencji na zakończenie Projektu - opracowanie i wydruk publikacji dotyczącej wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy kształcenia zawodowego na potrzeby lokalnego rynku pracy - opracowanie i wydruk informatora dla pracodawców i samorządów na temat współpracy na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego <p>Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu, Specjalista ds. rekrutacji</p>
<p>Niskie zainteresowanie korzystaniem z platformy multimedialnej</p>	<p>1</p>	<p>3</p>	<p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - działania upowszechniające na temat korzyści wynikających z korzystania z platformy (dostęp do kluczowych informacji zgromadzonych w jednym miejscu i stale aktualizowanych, dostęp do ofert pracy i staży, darmowy kanał rekrutacji, darmowy kanał marketingowy dla przedsiębiorstw i szkół) - promocja platformy - rozwiązania pozwalające na optymalizację platformy i coraz lepsze dostosowanie do potrzeb użytkowników (możliwość zgłaszania administratorom platformy uwag na temat jej funkcjonowania; ankieta ewaluacyjna dotycząca platformy oraz komponentu służącego pozyskiwaniu, agregowaniu i prezentowaniu danych analitycznych) - użytkownikom instytucjonalnym zaproponowane zostanie dedykowanie pracowników odpowiedzialnych za pozyskiwanie oraz aktualizację danych instytucji i profili na platformie, zwłaszcza po stronie szkół, przedsiębiorstw, czy instytucji rynku pracy; po stronie zespołu projektowego będzie także osoba odpowiedzialna za kontakt z interesariuszami - działania informacyjne i promocyjne będą realizowane także poprzez współpracę z WUP oraz na Konwentach Dyrektorów PUP - pokazanie korzyści płynących z zastosowania platformy - przygotowanie instrukcji użytkownika dostępnej na platformie (przystępna forma, w połączeniu z intuicyjnie zaprojektowanym interfejsem graficznym i nawigacyjnym portalu będzie sprzyjała wygodzie użytkownika i szybkości odnajdywania pożądaných informacji) oraz opracowanie informatora - oferta prezentacji instytucji/placówki/firmy na platformie

				<p>multimedialnej (w pełni darmowy dostęp oraz korzyści wizerunkowe)</p> <ul style="list-style-type: none"> - organizacja seminariów dla pracodawców oraz konferencji na zakończenie Projektu - organizacja warsztatów dla władz samorządowych i ich jednostek organizacyjnych na zakończenie Projektu - opracowanie i wydruk publikacji dotyczącej wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy kształcenia zawodowego na potrzeby lokalnego rynku pracy - opracowanie i wydruk informatora dla pracodawców i samorządów na temat współpracy na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego <p>Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu, Specjalista ds. rekrutacji</p>
Niskie zainteresowanie korzystaniem z programów doradztwa przez uczniów, nauczycieli i doradców zawodowych	1	2	2	<ul style="list-style-type: none"> - szkolenia dla nauczycieli i doradców (ściśła współpraca ze szkołami) - promocja i upowszechnianie doradztwa zawodowego wśród uczniów - organizacja warsztatów dla władz samorządowych i ich jednostek organizacyjnych na zakończenie Projektu - organizacja konferencji na zakończenie Projektu - cykl zajęć z doradztwa zawodowego na zakończenie Projektu - opracowanie i wydruk publikacji dotyczącej wykorzystania multimedialnych narzędzi wsparcia diagnozy kształcenia zawodowego na potrzeby lokalnego rynku pracy <p>Osoba odpowiedzialna – Kierownik projektu, Specjalista ds. rekrutacji</p>

Przeprowadzona analiza nie wskazuje istotnych zagrożeń dla powodzenia osiągnięcia celów Projektu. Projektodawca przygotowując Projekt większość zagrożeń zidentyfikował i przewidział działania zaradcze, a wszystkie pojawiające się dodatkowe ryzyka są na bieżąco wykrywane dzięki stałemu monitoringowi. Najważniejsze ryzyka są ograniczane dzięki podejmowaniu działań wskazanych powyżej, a jednocześnie dzięki zaangażowaniu do Projektu profesjonalnej kadry, która współpracując z ekspertami podejmuje skuteczne działania zmierzające do osiągnięcia wszystkich założonych w Projekcie celów. Bieżący nadzór, wyznaczanie zadań i określanie harmonogramu sprzyja uporządkowaniu prac i sprawnej realizacji Projektu.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego