

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

Pomysł dla mamy – innowacyjny projekt współpracy PSZ z przedsiębiorcami na rzecz aktywizacji młodych matek



Pomysł dla Mamy

Temat innowacyjny: Współpraca podmiotów działających w obszarze zatrudnienia oraz integracji i pomocy społecznej z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzeniu na rynek pracy osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym.

Nazwa projektodawcy: ECORYS Polska Sp. z o.o.

Tytuł projektu: Pomysł dla mamy – innowacyjny projekt współpracy PSZ z przedsiębiorcami na rzecz aktywizacji młodych matek

Numer umowy: UDA-POKL.01.02.00-00-003/11-00

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



Spis treści

| | |
|--|----|
| 1. Uzasadnienie | 3 |
| 1.1 Opis problemu | 3 |
| 1.2 Przyczyny występowania problemu | 5 |
| 1.3 Skala występowania problemu | 5 |
| 1.4 Konsekwencje problemu | 6 |
| 2. Cel wprowadzenia innowacji | 7 |
| 3. Opis innowacji, w tym produktu finalnego | 11 |
| 3.1 Na czym polega innowacja | 11 |
| 3.2 Grupy docelowe – komu ma służyć innowacja | 13 |
| 3.3 Warunki działania innowacji | 15 |
| 3.4 Efekt zastosowania innowacji | 16 |
| 3.5 Elementy innowacji | 17 |
| 4. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego | 19 |
| 4.1 Podejście do doboru grup użytkowników i odbiorców wraz z opisem przebiegu testowania | 19 |
| 4.2 Opis przebiegu testowania | 22 |
| 4.3 Charakterystyka materiałów jakie otrzymają uczestnicy testowania | 24 |
| 4.4 Planowany sposób monitorowania przebiegu testowania | 25 |
| 5. Sposób sprawozdania czy innowacja działa | 26 |
| 6. Strategia upowszechniania | 27 |
| 6.1 Cel działań upowszechniających | 27 |
| 6.2 Grupy docelowe projektu, do których skierowane będą działania upowszechniające | 27 |
| 6.3 Plan upowszechniania | 29 |
| 7. Strategia włączania do głównego nurtu polityki | 32 |
| 7.1 Cel działań włączających do głównego nurtu polityki | 32 |
| 7.2 Grupy docelowe projektu, do których skierowane będą działania włączające | 32 |
| 7.3 Plan działań włączających | 33 |
| 8. Kamile milowe II etapu projektu | 34 |
| 9. Analiza ryzyka | 35 |

1. Uzasadnienie

1.1 Opis problemu

Publiczne Służby Zatrudnienia ustawowo zobowiązane są do prowadzenia działań w zakresie promocji zatrudnienia oraz aktywizacji zawodowej, świadcząc usługi rynku pracy (pośrednictwo pracy, poradnictwo zawodowe i informacja zawodowa, pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy, organizacja szkoleń) za pomocą dostępnych instrumentów, w celu osiągnięcia pełnego i efektywnego zatrudnienia. Przy tym szczególne wysiłki powinny być kierowane wobec osób, które ze względu na określone uwarunkowania mają znaczące problemy z wydobyciem się ze stanu bezrobocia. Do takiej kategorii osób znajdujących się w szczególnej sytuacji na rynku pracy zalicza się kobiety, które nie podjęły zatrudnienia po urodzeniu dziecka oraz bezrobotni samotnie wychowujący dziecko. Beneficjent na podstawie przeprowadzonych badań wydzielił grupę wymagającą szczególnego wsparcia, tj. kobiety do 25 roku życia, w tym samotnie wychowujące dziecko, bezrobotne i nieaktywne zawodowe. Jednocześnie PSZ zobowiązane są do udzielania pracodawcom pomocy w pozyskiwaniu pracowników. Projekt „Pomysł dla mamy (...)” służy wypracowaniu instrumentów i narzędzi, bazujących na współpracy z przedsiębiorcami, które będą wspierały PSZ w realizacji usług wobec wyżej wspomnianych grup bezrobotnych.

W ramach pierwszej fazy realizacji projektu przeprowadzono diagnozę i analizę sytuacji problemowej z wykorzystaniem źródeł zastanych oraz wyników własnych badań zrealizowanych za pomocą metod i technik jakościowych oraz ilościowych. Przeprowadzono 30 wywiadów pogłębionych i 321 ankiet z użyciem techniki CAWI oraz 1 wywiad grupowy z pracownikami PSZ, młodymi matkami i pracodawcami (w tym przedsiębiorcami)¹. Zebrane informacje pozwoliły uzyskać dogłębny obraz sytuacji Młodych i/lub Samotnych Matek (MSM) na rynku pracy a także uwarunkowań i stanu współpracy PSZ z MSM i z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy MSM. Dzięki temu zostały zdiagnozowane obszary deficytowe z zakresu funkcjonowania PSZ we wsparciu MSM i współpracy z przedsiębiorcami w tym kontekście.

W toku zrealizowanych badań i analiz rozpoznano jako szczególnie ważne następujące problemy:

- Brak systemowych rozwiązań;
- Brak kompleksowych i trafnych interwencji (programów, projektów) cechujących się trwałością oddziaływania na rzecz aktywności w działaniu oraz selektywności podejmowanych działań;
- Brak skutecznie wykorzystywanych „narzędzi” dla pracowników PSZ, ukierunkowanych celowo na aktywizację zawodową MSM
- Niewystarczające kompetencje do pracy z tą grupą docelową u pracowników Publicznych Służb Zatrudnienia (pracownicy PSZ są świadomi własnych ograniczeń i deficytów w zakresie kompetencji zwiększających skuteczność pracy z młodymi, samotnymi, biernymi zawodowo matkami);
- Podejmowanie przez pracowników PSZ działań „zastępczych” nie rozwiązujących problemu matek z dziećmi, na przykład takich jak unikanie przedstawiania ofert pracy/wydawania skierowania do pracy ze względu na brak możliwości jej podjęcia przez matkę, która nie jest w stanie zorganizować opieki nad dzieckiem by móc podjąć i wykonywać pracę.

¹ W wyniku przeprowadzonych badań przyjęto rekomendację badaczy i rozszerzono kategorię przedsiębiorców o pracodawców, w których zawierają się przedsiębiorcy.

- Brak „narzędzi” wspierających pracowników Publicznych Służb Zatrudnienia w pracy z przedsiębiorcami na rzecz zwiększenia u przedsiębiorców gotowości do zatrudnienia Młodych i/lub Samotnych Matek;
- Niewystarczające kompetencje pracowników Publicznych Służb Zatrudnienia do pracy z przedsiębiorcami.

Badanie kwestionariuszowe pracowników PSZ pokazuje, że współpraca między Publicznymi Służbami Zatrudnienia a pracodawcami w zakresie wspierania Młodych i/lub Samotnych Matek w ich integracji z rynkiem pracy jest niewystarczająca. Opiera się głównie na subsydiowaniu zatrudnienia. Można odnieść wrażenie, że pracownicy PSZ izolują się bądź są izolowani od kontaktu z pracodawcami. W stopniu niewystarczającym rozpoznają i akceptują potrzeby pracodawców. Nie postrzegają pracodawców (w tym przedsiębiorców) jako podmiotu, z którym należy współpracować w integrowaniu z rynkiem pracy Młodych i/lub Samotnych Matek. Sytuację tę dobrze obrazują wynik przeprowadzonego badania ankietowego, w którym tylko 9% pracowników PSZ na pytanie czy przedsiębiorcy są aktywni jako partnerzy PSZ w obszarze ułatwiania MSM wejścia na rynek pracy, odpowiedziało twierdząco. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, że według badań pracodawcy nie oceniają zbyt wysoko efektywności Powiatowych Urzędów Pracy jako skutecznej metody rekrutacji pracowników poszukiwanych przez firmę. W większości uważają, że poleceni przez nich pracownicy nie odpowiadają potrzebom przedsiębiorstw. Większość z respondentów nie miała również problemów z określeniem deficytów na polu współpracy z młodymi matkami na rzecz ich integracji z rynkiem pracy. Dotyczą one głównie znajomości problematyki z perspektywy pracodawców (w tym przedsiębiorców) oraz informacji o pracodawcach. Mimo, iż respondenci w większości widzą u siebie deficyty w zakresie umiejętności współpracy z przedsiębiorcami, to znaczna ich część nie dostrzega ich wpływu na jakość usług świadczonych na rzecz integracji Młodych i/lub Samotnych Matek z rynkiem pracy. Połowa z badanych nie widzi potrzeby szkolenia się w tej tematyce. Pozostawia to wrażenie, iż nie dostrzegają wpływu znajomości lokalnego rynku pracy i potrzeb pracodawców na jakość pomocy niesionej klientom Publicznych Służb Zatrudnienia. W efekcie nie są w stanie skutecznie pomagać MSM w kontaktowaniu się z pracodawcami (i w konsekwencji w podejmowaniu zatrudnienia) bez świadomości zapotrzebowania rynku pracy i znajomości potrzeb i oczekiwań pracodawców.

Ponadto w badaniu kwestionariuszowym, badani pracownicy Publicznych Służb Zatrudnienia (PSZ) w przeważającej większości stwierdzili, iż nie istnieją rozwiązania prawne i organizacyjne, które umożliwiłyby szczególne wsparcie grupy Młodych i/lub Samotnych Matek (MSM) w ich integracji z rynkiem pracy. Grupa ta, choć postrzegana jako wymagająca interwencji, jest traktowana na równi ze wszystkimi innymi osobami korzystającymi z usług Publicznych Służb Zatrudnienia. Wyjątkami są tu działania nieformalne, podejmowane z własnej inicjatywy przez pracowników PSZ (osoby z dziećmi bywają obsługiwane bez kolejki, pracownicy urzędów pracy pomagają matkom wnosić wózek w sytuacji braku windy w instytucji / placówce, w niektórych urzędach zainstalowano przewijaki dla małych dzieci).

Tylko 13% badanych pracowników PSZ zadeklarowało, że urząd/instytucja, w której są zatrudnieni oferowała i realizowała w ciągu ostatnich trzech lat usługi, działania, projekty adresowane do MSM. Prawie 76% respondentów stwierdziło, że nie było prowadzonych takich działań w przeciągu ostatnich trzech lat. Tylko 2,8% twierdzi, że w pozostałych programach PSZ są specjalne warunki dla uczestnictwa MSM. Jednocześnie ponad połowa badanych (52,6%) twierdzi, że realizowane przez PSZ formy aktywizacji bezrobotnych są nieskuteczne wobec MSM ze względu na ich specyficzną sytuację życiową. Odczuwalny przez pracowników PSZ jest brak specjalistycznych instytucji realizujących „szyte na miarę” programy wspierające MSM.

1.2 Przyczyny występowania problemu

W odniesieniu do zarysowanego wyżej problemu braku wystarczającej współpracy pracowników PSZ z przedsiębiorcami w celu aktywizacji zawodowej MSM, można podać kilka przyczyn związanych z funkcjonowaniem Publicznych Służb Zatrudnienia. Do powodów tej sytuacji, badani pracownicy PSZ, zaliczają nadmierną proceduralność i biurokrację, zniechęcającą pracodawców (w tym przedsiębiorców) do podejmowania współpracy z PSZ, brak tradycji współpracy i wspólnych celów dla przedsiębiorców i PSZ oraz brak mechanizmów prawnych, które taką współpracę by stymulowały lub wręcz wymuszały. Ale też, myśląc o postawach pracodawców wobec PSZ i klientów PSZ, podkreślają ich krótką perspektywę czasową zwrotu nakładu / inwestycji. Pracodawcy nie chcą inwestować w pracowników długofalowo, strategicznie, nie mając pewności, że korzyści z tych inwestycji na pewno do nich wrócą. Sytuację tę dobrze obrazują przeprowadzone w ramach projektu badania. Postawą, która wyraża się w wypowiedziach niektórych respondentów, jest zachowawczy stosunek a nawet niechęć wobec pracodawców i lęk pracowników PSZ przed pracodawcami, którzy postrzegani są jako osoby interesowne, kierujące się w relacji z innymi, w tym z urzędem pracy, wyłącznie własną korzyścią i realnym wymiernym zyskiem. Badani pokazują szereg barier tkwiących w przedsiębiorstwach, stanowiących o niskim poziomie zainteresowania pracodawców, a nawet niechęci do współpracy z PSZ na rzecz klienta należącego do kategorii MSM. Są to m. in. obawy pracodawców związane z brakiem dyspozycyjności i mobilności młodych matek, brak doświadczenia MSM, brak świadomości i zrozumienia przedsiębiorców dotyczących potrzeb MSM, brak postaw prospołecznych wśród pracodawców. Bez odpowiednich narzędzi i przeszkolenia w zakresie kontaktów z pracodawcami, pracownicy PSZ nie są w stanie przezwyciężyć tych barier i włączyć przedsiębiorstwa w działania na rzecz aktywizacji zawodowej MSM.

Ponadto deficyty w działaniach z zakresu aktywnej polityki rynku pracy na rzecz MSM, są według biorących udział w badaniu pracowników PSZ powodowane przez brak mechanizmów i uregulowań dotyczących szczególnych warunków traktowania Młodych i/lub Samotnych Matek będących klientkami Publicznych Służb Zatrudnienia. Choć wymagają one innych narzędzi i kompleksowego wsparcia, to traktowane są na jednakowo z innymi osobami korzystającymi z usług PSZ.

1.3 Skala występowania problemu

Skalę problemu braku współdziałania PSZ z przedsiębiorstwami w zakresie integracji MSM z rynkiem pracy obrazuje niski wskaźnik aktywności zawodowej i zatrudnienia kobiet w wieku tworzenia i rozwoju rodziny, w szczególności kobiet/Młodych i/lub Samotnych Matek. W końcu listopada 2012 roku w urzędach pracy zarejestrowanych było 221,9 tys. kobiet, które nie podjęły zatrudnienia po urodzeniu dziecka, co stanowi 20,6% ogółu bezrobotnych i daje wynik zdecydowanie wyższy niż w przypadku innych grup defaworyzowanych na rynku pracy, np. osób niepełnosprawnych (108,7 tys. – 5,3%), osób po odbyciu kary pozbawienia wolności (39,3 tys. – 1,9%). Dla porównania, w końcu listopada 2011 roku w urzędach pracy zarejestrowanych było 202,4 tys. kobiet które nie podjęły pracy po urodzenia dziecka co stanowi 19,4% ogółu bezrobotnych. W końcu września 2012 roku zarejestrowanych było ponad 30 tys. kobiet w wieku 18-24 lata, samotnie wychowujących dziecko i ponad 41 tys. kobiet będących w tym przedziale wiekowym, które nie podjęły zatrudnienia po urodzenia dziecka. Pojawienie się dziecka zmusza rodziców/opiekunów do organizacji czasu opieki nad

dzieckiem i wyboru przez nich takiego modelu funkcjonowania, który w ich przekonaniu pozwoli pogodzić pracę zawodową/karierę z rolą rodzica. Godzenie ról sprowadza się zwykle do wyboru pomiędzy rolami i rezygnacji z jednej z nich. Ponieważ aktywność zawodowa oraz zatrudnienie kobiet w wieku tworzenia i rozwoju rodziny utrzymują się w Polsce i pozostałych krajach UE, poniżej poziomu obserwowanego dla mężczyzn [GUS 2011, Zatrudnienie w Polsce 2009] należy wnioskować, że z uczestnictwa w rynku pracy rezygnują zwykle kobiety. W efekcie najsilniej związaną z rynkiem pracy grupą są mężczyźni w wieku 30-39 lat, którzy mają większe szanse zatrudnienia, pracy i wyższe zarobki. Wglądu i potwierdzenia „relatywnej” sytuacji kobiet jako uczestniczek rynku pracy w Polsce, dostarcza analiza zmian wskaźników aktywności, zatrudnienia i bezrobocia w latach 2009-2012 [GUS, MPiPS na podstawie badania BAEL]. Analizowany wskaźnik bezrobocia dla kobiet wykazuje tendencję wzrostową. W 2011 wynosił 46% w 2012 47%. W przypadku mężczyzn w 2011 54% a w 2012 53%. Wskaźniki aktywności i zatrudnienia w przypadku kobiet wykazują nieznaczny trend wzrostowy, za to z wyraźną różnicą na korzyść mężczyzn. W 2009 wskaźnik aktywności zawodowej kobiet wynosił 47,3%, w 2010 48,2%, w 2011 – 48,0 w 2012 48,4%. W przypadku mężczyzn wskaźnik ten osiągał następujące wartości w kolejnych latach: 2009 – 63,4%, 2010 – 64,3%, 2011 – 64,4%, 2012 – 64,7%. W 2009 współczynnik zatrudnienia kobiet wynosił 43,2 %, w 2010 43,4%, w 2011 42,9%, w 2012 43,9%. W przypadku mężczyzn współczynnik ten przyjmował następujące wartości w kolejnych latach 2009 – 58,5%, w 2010 - 58,6% w 2011 – 59,1%, w 2012 – 58,9%.

1.4 Konsekwencje problemu

W efekcie ww. problemów marnowany zostaje olbrzymi potencjał, który mógłby zostać wykorzystany na rynku pracy. Postępujące bezrobocie wśród młodych kobiet powoduje dalsze problemy społeczne: wzrost ubóstwa, obniżenie jakości życia, ryzyko patologii społecznych, możliwość przekazywania negatywnych wzorców i międzypokoleniowy transfer niekorzystnej sytuacji życiowej, ograniczający szanse edukacyjne i rozwojowe dzieci. Ekonomiczne i społeczne przesłanki wskazują na bezwzględny potrzebę zmniejszenia stopnia dezaktywizacji zawodowej MSM. Bezdyskusyjne jest znaczenie wzrostu zatrudnienia, w tym zatrudnienia kobiet, dla poprawy perspektyw wzrostu gospodarczego zwłaszcza w warunkach przewidywanego starzenia się ludności i spadku liczby osób w wieku produkcyjnym, oraz konieczność wzrostu liczby urodzeń. Kraje o najwyższym zatrudnieniu kobiet odnotowują jednocześnie najwyższą intensywność urodzeń i odwrotnie, kraje o najniższym zatrudnieniu cechuje najniższa dzietność [Zatrudnienie w Polsce 2009].

W związku z przyjętym systemem emerytalnym uzależniającym wysokość przyszłego świadczenia od uzyskiwanych dochodów, istotne jest posiadanie jak najdłuższych okresów zatrudnienia i opłacania składek. Długie okresy bierności zawodowej, spowodowane m.in. pozostawaniem bez pracy, mogą skutkować w przyszłości niskimi świadczeniami emerytalnymi. Dlatego osiągnięcie wysokiej efektywności działań aktywizacyjnych powinno stanowić przesłankę do ich wdrożenia jako rozwiązań systemowych.

Ograniczoność środków budżetu państwa przeznaczanych na aktywne instrumenty rynku pracy powoduje konieczność staranniejszego lokowania pomocy i szczególnego zadbania o zwiększenie skuteczności działań finansowanych z Funduszu Pracy. Należy optymalizować dobór form i metod pomocy w uzyskaniu zatrudnienia wobec najtrudniejszych grup bezrobotnych. Jak zostało wskazane powyżej PSZ nie posiadają odpowiednich

narzędzi niwelowania problemu niskiego zatrudnienia MSM, co powoduje doniosłe konsekwencje społeczne i gospodarcze. Potwierdzają to nie tylko przedstawione wyżej analizy i cytowane wyniki badań własnych, ale również inne próby przezwyciężenia wskazanych deficytów podejmowane w ramach projektów innowacyjnych testujących PO KL. Jako przykład można podać realizowany w zachodniopomorskim projekt „GPS dla rodziny”, czy realizowane w województwie wielkopolskim projekty „Model aktywizacji zawodowej rodziców samotnie wychowujących dzieci pozostających bez zatrudnienia” i „Mam dziecko-pracuję”. Powyższe projekty podobnie jak projekt CAM powstały w odpowiedzi na problem braku odpowiednich narzędzi wspierających młode matki w powrocie na rynek pracy. Skupiają się na promowaniu idei flexicurity wśród matek oraz szkoleniu pracowników PSZ z zakresu współpracy z tą grupą docelową. Jedynie w nieznacznym stopniu uwzględniały problem braku współpracy na linii PSZ – pracodawcy w obszarze reintegracji młodych matek z rynkiem pracy.

7

2. Cel wprowadzenia innowacji

Celem wprowadzenia innowacji w ramach projektu jest wypracowanie i przetestowanie modelu współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym matkom zagrożonym wykluczeniem społecznym do 15 stycznia 2014 r.*

Cele szczegółowe, które w bezpośredni sposób wpływają na osiągnięcie celu głównego:

- Przeprowadzenie badań na temat uwarunkowań i stanu współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym matkom, zagrożonym wykluczeniem społecznym do końca 2012 roku.
- Wypracowanie i przetestowanie w woj. mazowieckim programu CAM jako lokalnego narzędzia współpracy PSZ z przedsiębiorcami do połowy stycznia 2014 r.
- Stworzenie i przetestowanie platformy jako narzędzia współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym matkom, zagrożonym wykluczeniem społecznym wśród 300 pracowników PSZ, 30 pracodawców oraz 50 MSM do 15.01.2014 r.
- Stworzenie, przetestowanie i upowszechnienie wśród PSZ testu talentów jako narzędzia diagnostycznego w rozwoju zawodowym młodych matek do 14.08.2014 r.
- Upowszechnienie założeń i programu CAM wśród 300 pracowników PSZ, 500 pracodawców oraz 3000 MSM do 14.08.2014 r.

Jaki będzie pożądaný stan docelowy po wprowadzeniu innowacji w ramach projektu:

Stan pożądaný, który uzyskamy dzięki realizacji projektu to wypracowanie skutecznego modelu współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym matkom, zagrożonym wykluczeniem społecznym. W jego wyniku powstaną i zostaną przetestowane 3 innowacyjne produkty:

- Centrum Aktywnej Mamy, którego zadaniem będzie pomoc MSM w utrzymaniu aktywności zawodowej oraz nieostabianiu ich pozycji na rynku pracy
- test talentów jako innowacyjne narzędzie dla doradców zawodowych i doradców kariery, pracujących z młodymi matkami
- ekstranet z innowacyjną platformą współpracy PSZ z przedsiębiorcami

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



- **Stan pożądany, w wymiarze długofalowym, po wdrożeniu modelu współpracy PSZ z pracodawcami w tym zastosowaniu wypracowanych w projekcie narzędzi / rozwiązań (CAM, platforma internetowa, test talentów):**
- Wzmocnienie kompetencji i podniesienie wiedzy pracowników PSZ w zakresie współpracy z pracodawcami (m.in. lepsze rozpoznanie potrzeb pracodawców i rynku pracy, usprawnienie procesu selekcji / rekrutacji kandydata na stanowisko pracy i trafny dobór kandydatów, poprawa umiejętności komunikacji).
- Wykorzystanie dobrych praktyk w zakresie współpracy z pracodawcami (formy nawiązywania kontaktu, pozyskiwanie ofert pracy, czy pozyskiwanie ich jako partnerów w realizacji projektów skierowanych do młodych matek czy też innych grup bezrobotnych) wypracowanych podczas funkcjonowania Centrum Aktywnej Mamy czy też platformy internetowej w realizacji zadań PSZ.
- Lepsza ocena kompetencji i potencjału młodych matek na rynku pracy z wykorzystaniem nowego narzędzia diagnostycznego.
- Lepsze wykorzystanie usług oraz instrumentów rynku pracy, a tym samym środków finansowych PSZ w celu aktywizacji młodych matek.
- Podniesienie jakości i skuteczności świadczonych usług przez PSZ zarówno dla pracodawców jak i młodych matek.
- Poprawa wizerunku PSZ wśród pracodawców oraz młodych matek.
- Wzrost motywacji pracodawców do współpracy partnerskiej z PSZ.
- Poprawa efektywności współpracy PSZ z pracodawcami.
- Zwiększenie poziomu zatrudnienia młodych matek i związane z tym obniżenie wskaźnika bezrobocia.
- Lepsze wykorzystanie środków PSZ na odpowiednie działania mające na celu aktywizację MSM.

*Z powodu zmian w harmonogramie realizacji projektu w opisie celów zostały zmienione daty realizacji w stosunku do zapisów wniosku o dofinansowanie.

| Cel | Wskaźnik realizacji celu | Wartość docelowa | Sposób realizacji wskaźnika oraz źródło pozyskiwania danych |
|---|---|------------------|---|
| Wypracowanie i przetestowanie modelu współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwienia wchodzenia na rynek pracy młodym matkom, zagrożonym wykluczeniem społecznym do połowy stycznia 2014. | Liczba centrów aktywnej mamy powstałych w woj. mazowieckim | 1 | -podpisanie umowy wynajęcia ośrodka na potrzeby CAM Źródło i częstotliwość pomiaru: -dokumentacja projektowa -raporty z monitoringu -co m-c na etapie wdrażania i na koniec realizacji projektu |
| | Liczba platform współpracy inst. rynku pracy z przedsiębiorcami zawierających ekstranet | 1 | -podpisanie umów i raportów odbioru na opracowanie, uruchomienie i prowadzenie platformy Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| | Liczba testów talentów do diagnozy kierunków rozwoju zawodowego młodych matek | 1 | -podpisanie umów i raportów odbioru na opracowanie testów talentu Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |

| | | | |
|---|--|-----|---|
| | Liczba pracowników PSZ, którzy uczestniczyli w projektach mających na celu wdrożenie standardowych usług * | 300 | -raporty użytkowników platformy, wskazujące na korzystanie z wypracowanych w ramach projektu narzędzi -uczestnictwo w szkoleniach pracowników PSZ (umowy szkoleniowe, listy obecności) -ankiety i wywiady ewaluacyjne Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| Przeprowadzenie badań nt. uwarunkowań i stanu współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym matkom, zagrożonym wykluczeniem społecznym do końca 2012 | Liczba przygotowanych raportów badawczych obrazujących warunki pracy PSZ w zakresie wspierania młodych matek | 1 | -podpisanie umów i raportów odbioru na realizację badań i opracowanie raportu Źródło: -dokumentacja projektowa -raporty z monitoringu Częstotliwość pomiaru: -co m-c w okresie badania i na koniec I fazy realizacji projektu |
| Wypracowanie i przetestowanie w województwie mazowieckim programu CAM jako lokalnego narzędzia współpracy PSZ z przedsiębiorcami do połowy stycznia 2014 r. | Liczba instytucji PSZ, które uczestniczyły w projektach mających na celu wdrożenie standardu usług | 5 | -podpisanie listu intencyjnego PSZ z CAM** -udział w szkoleniu pracowników PSZ z zakresu stosowanych w CAM narzędzi współpracy z pracodawcami i narzędzi aktywizacji zawodowej matek -raporty z wywiadów ewaluacyjnych z pracownikami PSZ korzystającymi ze standardów usług CAM, świadczące o przydatności wypracowanych rozwiązań Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| | Liczba kobiet, które w wyniku udziału w programie CAM podejmie aktywność zawodową | 15 | -podpisanie umowy z PSZ -programy staży -raporty z wywiadów ewaluacyjnych Źródło: -dokumentacja projektowa -raporty z monitoringu Częstotliwość pomiaru: -co m-c na etapie wdrażania i na koniec realizacji projektu |
| | Liczba pracodawców, którzy podejmą współpracę z CAM | 20 | -raporty użytkowników platformy -raporty z działalności Koordynatora oraz Konsultanta CAM -raporty z wywiadów ewaluacyjnych Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| Stworzenie i przetestowanie | Liczba pracowników PSZ, którzy uczestniczyli | 300 | -raporty użytkowników platformy -raporty z wywiadów ewaluacyjnych |

| | | | |
|--|--|------|--|
| platformy jako narzędzia współpracy PSZ z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym matkom zagrożonym wykluceniem społecznym, wśród 300 pracowników PSZ, 30 pracodawców oraz 50 MSM do 15.01.2014 r. | w projektach mających na celu wdrożenie standardu usług* | | Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| | Liczba MSM, które korzystały z platformy | 50 | -raporty użytkowników platformy -raporty z wywiadów ewaluacyjnych Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| | Liczba pracodawców, którzy skorzystali z platformy | 30 | -raporty użytkowników platformy, świadczące o korzystaniu z platformy -raporty z wywiadów ewaluacyjnych Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| Stworzenie, przetestowanie i upowszechnienie wśród PSZ testu talentów jako narzędzia diagnostycznego w rozwoju zawodowym młodych matek do 14.08.2014 | Liczba kluczowych pracowników PSZ, którzy w wyniku udzielonego wsparcia podnieśli swoje kwalifikacje | 208 | -uczestnictwo w szkoleniach pracowników PSZ (umowy szkoleniowe, listy obecności) -ankiety i wywiady ewaluacyjne Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| Upowszechnienie założeń i programu CAM wśród 300 pracowników PSZ, 500 pracodawców oraz 3000 MSM do 14.08.2014 | Liczba kluczowych pracowników PSZ, którzy zapoznają się z założeniami CAM* | 300 | -lista wysyłkowa -raporty użytkowników platformy -lista uczestników konferencji Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| | Liczba pracodawców, którzy zapoznają się z założeniami CAM | 500 | -lista wysyłkowa -raporty użytkowników platformy -lista uczestników konferencji Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |
| | Liczba MSM, którzy zapoznają się z założeniami CAM | 3000 | -raporty mediowe Źródło: -dokumentacja projektowa -raporty z monitoringu Źródło i częstotliwość pomiaru: j.w. |

*Wskaźniki przyjęte w strategii różnią się w sposobie sformułowania od opisu we wniosku i precyzują użytkowników wypracowanych rozwiązań jako pracowników a nie instytucje PSZ.

** Na podstawie badań jakościowych stwierdzono ewentualną trudność przy podpisywaniu umowy o współpracy przez PSZ zatem w celu zmniejszenia kosztów transakcyjnych i niwelowania problemów formalnych przy realizacji projektu, w strategii wprowadzono list intencyjny o współpracy.

Powyżej przedstawione cele szczegółowe oraz wskaźniki zostały doprecyzowane w stosunku do wniosku o dofinansowanie, wynika to m.in. ze zmian w harmonogramie oraz budżecie realizacji projektu. Harmonogram i daty poszczególnych faz w II etapie wdrażania projektu zostały dostosowane do specyfiki projektów innowacyjnych. Powstałe oszczędności w budżecie z tytułu nieuwzględnienia przerwy technicznej pozwoliły na zaplanowanie działań upowszechniających skierowanych do MSM (audycje radiowe) nie przewidzianych wcześniej w projekcie. Również poszerzenie grona użytkowników platformy spowodowało pojawienie się dwóch nowych wskaźników – liczby MSM oraz pracodawców w zakresie celu szczegółowego nr 3.

3. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

3.1 Na czym polega innowacja

W ramach projektu opracowany zostanie innowacyjny model rozwoju współpracy pomiędzy Publicznymi Służbami Zatrudnienia a pracodawcami, w tym przedsiębiorcami w obszarze aktywizacji zawodowej młodych lub/i samotnych matek. Innowacja wyraża się w 3 obszarach: problemu, formy wsparcia i uczestnika, z których kluczowym jest obszar problemowy.

Innowacja w obszarze problemu

W toku realizacji projektu, na podstawie przeprowadzonych analiz zdiagnozowano, iż jednym z największych problemów w kontekście aktywizacji zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek są deficyty w zakresie współpracy pomiędzy PSZ a pracodawcami, w tym przedsiębiorcami (PSZ-P) i potrzebne są rozwiązania sprzyjające zmianom w tym obszarze. Przeprowadzone badania również potwierdzają tą kwestię. Wynika z nich, iż obecna współpraca PSZ-P opiera się głównie na subsydiowaniu zatrudnienia. Ze strony PSZ brak jest znajomości potrzeb pracodawców, nawyków/chęci do współpracy oraz narzędzi i kompetencji w tym zakresie. Pracodawcy są z kolei zniechęceni biurokracją, ryzykiem inwestycji w niepewnego pracownika i potencjalnym brakiem korzyści. Respondenci piszą o braku wspólnego celu, tradycji współpracy, znajomości drugiej strony i mechanizmów regulujących taką współpracę. (Szerszy opis sytuacji i wyników badań znajduje się w pkt I – Uzasadnienie realizacji projektu). W efekcie występowania problemu cierpią pośredni interesariusze projektu, którymi są najważniejsi aktorzy rynku pracy, czyli pracownicy – w tym przypadku młode matki, mające trudności w znalezieniu zatrudnienia. Zastosowanie nowego rozwiązania, czyli modelu współpracy i jego 3 produktów finalnych, proponowanych w ramach tego projektu, spowoduje trwałą, pozytywną zmianę we wzajemnej recepcji międzysektorowej (PSZ-biznes), co skutkować będzie większym zaangażowaniem we współpracę obu stron z korzyścią dla aktywności zawodowej MSM. Wartość o charakterze przewagi konkurencyjnej proponowanego rozwiązania stanowi fakt, iż do tej pory w Polsce nie opracowano i nie stosowano w sposób ciągły podobnego systemowego rozwiązania i modelu. Jakkolwiek realizowane były projekty, które w zbliżonym wymiarze uwzględniały proponowane rozwiązania, jednak były to krótkotrwałe

inicjatywy w ramach VII Priorytetu POKL, np. projekt „Wracamy - program aktywizacji zawodowej kobiet wychowujących dzieci”. Zastosowane w nich zostało wsparcie dla młodych, bezrobotnych lub nieaktywnych zawodowo kobiet, które co prawda okazało się skuteczne i zostało potwierdzone wysokim odsetkiem zatrudnialności, nie odpowiadało jednak potrzebom w zakresie nawiązania współpracy PSZ-P. Inne próby podejmowane były w ramach projektów innowacyjnych testujących PO KL - projekt „GPS dla rodziny”, „Model aktywizacji zawodowej rodziców samotnie wychowujących dzieci pozostających bez zatrudnienia” i „Mam dziecko-pracuję”. Powyższe projekty podobnie jak projekt CAM powstały w odpowiedzi na problem braku odpowiednich narzędzi wspierających młode matki w powrocie na rynek pracy. Skupiły się jednak na promowaniu idei flexicurity wśród matek oraz szkoleniu pracowników PSZ z zakresu współpracy z tą grupą docelową. Jednakże wszystkie wymienione projekty jedynie w nieznacznym stopniu uwzględniały problem braku współpracy na linii PSZ – pracodawcy w obszarze reintegracji Młodych i/lub Samotnych Matek z rynkiem pracy. **Narzędziem realizacji pożądaney zmiany, a zarazem elementem innowacyjnym w stosunku do dotychczas stosowanych rozwiązań, jest zatem opracowanie modelu współpracy PSZ –P obejmującego innowacyjne produkty projektu, które zostaną opisane poniżej.**

Innowacyjność w obszarze form wsparcia

Projekt zakłada wdrożenie nowych form działania z wykorzystaniem innowacyjnych narzędzi: **1. Regionalnych ośrodków Centrum Aktywnej Mamy:** Proponowane rozwiązanie polega na stworzeniu dla Młodych i/lub Samotnych Matek, aktywizującej przestrzeni maksymalnie sprzyjającej rozwojowi osobistemu i zawodowemu. Proponowane formy wsparcia w CAM, zawierające się co najmniej w 5 etapach aktywizacji zawodowej oraz horyzontalnemu wsparciu uzupełniającemu w zakresie psychologicznym, prawnym i opieki nad dzieckiem, stanowią nową jakość w obszarze aktywizacji zawodowej tej grupy osób bezrobotnych i nieaktywnych zawodowo. Innowacyjność narzędzia CAM polega na zrównoważonym, dostosowanym do przebadanych potrzeb i możliwości Młodych i/lub Samotnych Matek, wzmacnianiu kompetencji psychospołecznych i zawodowych. W stosunku do obecnej praktyki PSZ aktywizacji zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek, rozwiązanie ma charakter zorientowany na ich potrzeby, uwzględnia ich wielowymiarowe aspiracje rozwojowe oraz koncentruje się w sposób holistyczny na aktualnej sytuacji społeczno-zawodowej. Dotychczasowa praktyka wspierania Młodych i/lub Samotnych Matek nie ma takiego charakteru, gdyż wsparcie dla nich oferowane jest w taki sam standardowy sposób jak dla innych grup defaworyzowanych. Dodatkowo PSZ i ich pracownicy nie dysponują tak kompleksowymi narzędziami wspierającymi młode matki, do których mogłyby się odwołać w codziennej pracy. Co więcej, CAM będzie przestrzenią w procesie nawiązywania współpracy PSZ-P i aktywnym podmiotem inicjującym tę współpracę. Według analiz przeprowadzonych przez beneficjenta do tej pory nie powstały tego rodzaju ośrodki w Polsce. **2. Platformy internetowej aktywizującej współpracę PSZ-P:** Platforma, zgodnie z założeniami Projektu, ma być wirtualną przestrzenią, narzędziem, które ułatwi współpracę PSZ-P w zakresie wspierania Młodych i/lub Samotnych Matek w powrocie do aktywności zawodowej. Innowacyjność platformy przejawia się w jej formie – będzie to pierwsza w Polsce platforma społecznościowa działająca na rzecz idei aktywizacji zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek. Jej użytkownikami będą zarówno pracownicy PSZ, przedstawiciele biznesu, jak i same młode matki. Wirtualna przestrzeń i społecznościowy charakter platformy pozwolą na realizację skuteczniejszych działań, wymianę poglądów, poznanie wzajemnych oczekiwań, a także nawiązywanie współpracy, czy promowanie dobrych praktyk.

Dostępne w Internecie platformy, strony internetowe nie odpowiadają w pełni na istniejące problemy. Choć pełnią ważne role informacyjne i społeczne i mają swoje szerokie grono odbiorców, to jednak nie stanowią wirtualnej przestrzeni, która ma – jak to założono dla platformy www.PomysldlaMamy.pl – tworzyć wielosektorowy dialog i służyć nawiązywaniu wielosektorowej współpracy. Jednym z najpopularniejszych serwisów z zakresu pośrednictwa rynku pracy jest Zielona Linia. Urzędy pracy wykorzystują go do komunikowania się z klientami. Nie stanowi on jednak narzędzia do nawiązywania współpracy, podejmowania dialogu, czy promowania dobrych praktyk. Podobnie, jedynie informacyjną funkcję posiadają portale www.bezrobocie.org oraz www.psz.praca.gov.pl. Bardziej rozbudowaną formę posiada platforma edukacyjna KOWEziU oraz „Edukator Zawodowy”. Jednak przegląd powyższych portali wskazuje, iż nie istnieje portal, który koncentrowałby się na budowaniu współpracy pomiędzy PSZ i pracodawcami. Nie ma również stron dedykowanych problemowi niskiej aktywności zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek. Żadna z dostępnych stron nie ma charakteru społecznościowego. **3. Narzędzia diagnostycznego (Test Talentów):** Innowacyjność Testu Talentów polega na tym, że ujmuje w jednym teście aspekty zachowania, zainteresowań, możliwości sytuacyjnych i potencjału intelektualnego (dotychczas mierzonego tylko przez psychologów testami inteligencji). Test będzie dostępny w wersji elektronicznej oraz papierowej. Nie ma obecnie na rynku testu łączącego wszystkie powyższe funkcje i atrybuty. W wersji elektronicznej testu doradca zawodowy otrzyma bardzo szybko wynik w formie wykresu do interpretacji, co jest znaczącym usprawnieniem pracy. Żaden dostępny na rynku test wykorzystywany w doradztwie nie uwzględnia możliwości i gotowości do brania odpowiedzialności za pracę przez osobę badaną. Analiza tego obszaru wpłynie na skonstruowanie adekwatnych działań doradczych.

3.2 Grupy docelowe – komu ma służyć innowacja

Innowacja służy 3 grupom docelowym projektu: Publicznym Służbom Zatrudnienia (użytkownik), pracodawcom, w tym przedsiębiorcom (użytkownik), Młodym i/lub Samotnym Matkom (odbiorca). **Publiczne Służby Zatrudnienia** otrzymają wypracowany i przetestowany model współpracy PSZ-P oraz wzbogacą swój *know-how* w obszarze świadczenia wsparcia dla grupy szczególnie zagrożonej wykluczeniem społecznym, tj. młodych matek dzięki współpracy z partnerami zewnętrznymi – pracodawcami, w tym przedsiębiorcami. W rezultacie grupa ta nabędzie kompetencje bardziej zrównoważonego, pełniejszego zaspokajania potrzeb rozwojowych osób bezrobotnych przy jednoczesnym uwzględnieniu zapotrzebowania pracodawców i lokalnego rynku pracy. Przyjęcie modelu współpracy do codziennej praktyki funkcjonowania PSZ, wzmocni również jakość i wymiar współpracy innych interesariuszy z pracodawcami, w tym przedsiębiorcami, np. jednostkami samorządu terytorialnego i ich jednostkami organizacyjnymi (np. OPS). Z kolei **pracodawcy, w tym przedsiębiorcy** będą mieli okazję przedstawienia aktualnych i potencjalnych potrzeb biznesowych oraz nawiązania współpracy z PSZ w zdobywaniu zmotywowanych i przygotowanych na konkretne stanowisko, adekwatnie do potrzeb pracodawcy, pracowników. Podniosą też swój poziom wiedzy w zakresie stosowania instrumentów rynku pracy i nawiązywania skutecznej, owocnej współpracy z PSZ. Trwałą, długofalową korzyścią będzie wzrost jakości współpracy międzysektorowej i bardziej skoncentrowane powiązanie ofert wsparcia PSZ z potrzebami lokalnego/regionalnego rynku pracy. **Młode i/lub Samotne Matki** poprzez aktywny udział w usługach świadczonych w ramach projektu, uzyskają holistyczne, potrzebne im wsparcie: indywidualne i grupowe,

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



edukacyjne i zawodowe, psychologiczne i prawne. Młode i/lub Samotne Matki – za wyjątkiem specjalnie dedykowanych im projektów o krótkiej żywotności – w systemie PSZ, nie są traktowane w sposób zindywidualizowany. Jako jedna z grup użytkowników platformy będą miały możliwość brania udziału w dyskusjach, opiniowania pomysłów projektów, czy inspirowania pracowników PSZ i pracodawców do współpracy. Liczebność użytkowników i odbiorców w wymiarze docelowym to: jako użytkownicy - 600 pracowników PSZ, 1000 pracowników przedsiębiorstw kluczowych z punktu widzenia zatrudniania nowej kadry jako odbiorcy - potencjalnie zainteresowane MSM. Przyjmuje się, że będzie to łącznie ok. 20 000 tys. kobiet².

Innowacyjność w obszarze grupy docelowej

Grupa Młodych i/lub Samotnych Matek nie była dotychczas wyróżnioną, jako posiadającą odrębną specyfikę i wymagającą szczególnego wsparcia. Są to – głównie z uwagi na młody wiek – kobiety, które często nie mają żadnego doświadczenia zawodowego, zaś sytuacja rodzinna uniemożliwiła im rozwój zawodowy. W grupie odbiorców znajdują się także kobiety w ciąży. W Polsce kobiety w ciąży często uznawane są jako niezdolne do aktywności zawodowej. W Polsce ze zwolnienia lekarskiego w czasie ciąży korzysta od 70 do blisko 80 % kobiet. Tymczasem często stan zdrowia ciężarnej kobiety nie uniemożliwia rozwoju zawodowego, co potwierdza fakt, iż wiele kobiet wykorzystuje ten okres na dodatkowe studia, szkolenia czy doktorat. Młode i/lub Samotne Matki nie mają możliwości, głównie z uwagi na swoją sytuację finansową, na rozwój kwalifikacji. Nie ma jednak dla nich żadnych narzędzi wsparcia, czy też rozwoju, niezależnie od ich postawy aktywnej. Innowacyjny model obejmuje wsparciem również kobiety, które są Młodymi i/lub Samotnymi Matkami, które jednak nie podjęły jeszcze decyzji o powrocie do aktywności zawodowej. Tworzony w ramach projektu ośrodek Centrum Aktywnej Mamy stanowi swego rodzaju inkubator dla kobiet – Młodych i/lub Samotnych Matek, który wspiera je w rozwoju jednak umożliwiając im sprawowanie osobistej opieki nad dzieckiem. Ma to wymiar działań prewencyjnych. Dotychczasowe projekty, których interesariuszami były młode matki, można podzielić na: projekty adresowane do kobiet powracających na rynek pracy po przerwie zw. z urodzeniem lub/i wychowaniem dziecka (np. „Mam dzieci i mam pracę!”, dofinansowany z priorytetu VII, woj. mazowieckie; „Przyszłość w turystyce - kompleksowe wsparcie dla kobiet wchodzących lub powracających na rynek pracy”, Priorytet VI, woj. zachodniopomorskie, „Nowe kwalifikacje – szkolenia dla kobiet powracających do pracy”, Priorytet VI, woj. Mazowieckie) z założenia nastawione są na grupę docelową, która podjęła decyzję o powrocie do aktywności. Projekty promujące ideę flexicurity (np. „Flexicurity w poszukiwaniu równowagi na lubuskim rynku pracy”, „Flexicurity – szansa na zrównoważony rozwój rynku pracy”) Projekty (w tym projekty Publicznych Służb Zatrudnienia) adresowane do szerszej grupy docelowej, które w toku rekrutacji premiowały fakt bycia kobietą powracającą na rynek pracy po przerwie zw. z urodzeniem i/lub wychowaniem dziecka. Zatem żaden z projektów nie był dotychczas adresowany do grupy zdefiniowanej tak, jak w projekcie.

² Źródło: MPiPS, portal publicznych służb zatrudnienia ww.psz.praca.gov.pl, statystyki rynku pracy, Statystyki strukturalne listopad 2012, TABLICA 40/T40

3.3 Warunki działania innowacji

Warunki, jakie muszą być spełnione, aby innowacja działała właściwie dotyczą m.in. pozyskania zaangażowania kadry zarządzającej PSZ, pracodawców oraz innych interesariuszy projektu (m.in. organizacje pozarządowe, samorządy, organizacje zrzeszające pracodawców, MPiPS) do aktywnego udziału w funkcjonowaniu modelu współpracy PSZ-P na rzecz aktywizacji zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek, zarówno w fazie testowania, jak i docelowo na poziomie 16 województw. Zaangażowanie powyższych instytucji zostanie zapewnione poprzez właściwą promocję projektu i wypracowywanych w nim konkretnych rozwiązań oraz działania wdrażające do polityki/praktyki. Kolejnym warunkiem jest właściwe przygotowanie jego użytkowników. W tym celu zaplanowano cykl szkoleń dla pracowników PSZ z 16 województw wzmacniających ich kompetencję w zakresie współpracy z pracodawcami (w tym przedsiębiorcami) oraz szkolenia w zakresie stosowania nowego narzędzia jakim jest Test Talentów. Zaplanowano również wsparcie PSZ poprzez utworzenie platformy internetowej, która poza stworzeniem przestrzeni do nawiązywania dialogu PSZ-P, będzie pełniła funkcję edukacyjną w zakresie ułatwiającym współpracę. Równie ważnym warunkiem właściwego działania innowacji jest prawidłowe przetestowanie poszczególnych produktów składających się na model współpracy PSZ-P oraz opracowanie ostatecznych ich wersji uwzględniających opinie grup docelowych zaangażowanych w tę fazę realizacji projektu. Biorąc pod uwagę kluczową rolę CAM jako instytucji wspierającej współpracę PSZ-P na rzecz aktywizacji Młodych i/lub Samotnych Matek, bardzo istotne jest właściwe dobranie personelu zatrudnionego w tym Centrum, a w szczególności osoby nim zarządzającej pozwalające na sprawne organizowanie wymiany informacji pomiędzy PSZ a pracodawcami oraz angażowanie ich we wspólne działania na rzecz Młodych i/lub Samotnych Matek. Centrum Aktywnej Mamy powinno stanowić miejsce wypracowania dobrych praktyk w zakresie współpracy PSZ-P oraz testowania skuteczności nowego podejścia do współpracy z grupą Młodych i/lub Samotnych Matek. Platforma internetowa dodatkowo powinna inicjować współpracę między szerszą grupą interesariuszy projektu (PSZ-PSZ, PSZ-NGOs) i skutkować kreowaniem nowych pomysłów na realizację projektów skierowanych do Młodych i/lub Samotnych Matek. Warunkiem technicznym dla wdrożenia platformy będzie dostęp pracowników PSZ do komputera z dostępem do Internetu. Test Talentów powinien zostać przekazany wraz z podręcznikiem jego stosowania bezpłatnie w wersji papierowej oraz elektronicznej doradcom zawodowym z wszystkich 16 województw. Test talentów jest dostępny również w wersji papierowej, więc nie wymaga spełnienia specjalnych warunków technicznych, aczkolwiek korzystanie z niego w wersji elektronicznej znacznie usprawni pracę. Zastosowanie innowacji nie wymaga zmian natury legislacyjnej, ponieważ obecna ustawa (Ustawa z dnia 20.04.2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy Dz.U.08.69.415 ze zmianami) pozwala na realizację działań skierowanych do Młodych i/lub Samotnych Matek we współpracy z pracodawcami/przedsiębiorcami z wykorzystaniem usług rynku pracy zdefiniowanych w ustawie. Warunkiem dla wdrożenia wypracowanego modelu współpracy PSZ-pracodawcy i wchodzących w jego skład produktów jest powierzenie tego zadania jednej Instytucji, która będzie wspierała formalnie i merytorycznie regionalnych aktorów na poziomie województw w tworzeniu nowych ośrodków CAM. W tym celu planuje się utworzenie ogólnopolskiej Fundacji CAM, której zadaniem będzie wdrażanie idei współpracy PSZ-P na rzecz aktywizacji Młodych i/lub Samotnych Matek na poziomie województw i powiatów. Powołana Fundacja CAM będzie miała za zadanie inicjować i inkubować powstanie Rad Programowych na poziomie województw, w skład których wejdą przedstawiciele PSZ, samorządu województwa i powiatów, biznesu, NGO, innych IRP i MSM. W ramach Rad Programowych w sposób konstruktywny dyskutowane będą

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



propozycje rozwiązania zdiagnozowanych problemów funkcjonowania PSZ w danym regionie, przy jednoczesnym uwzględnieniu kontekstu aktywizacji Młodych i/lub Samotnych Matek. Dzięki w ten sposób przyjętej formule możliwe będzie wypracowanie optymalnej ścieżki wdrożenia modelu, która będzie uwzględniała regionalne uwarunkowania, w szczególności potrzeby i możliwości interesariuszy.

3.4 Efekt zastosowania innowacji

Efektom zastosowania innowacji będzie podniesienie jakości usług świadczonych przez PSZ dla pracodawców oraz osób bezrobotnych i poszukujących pracy, w tym w szczególności grup Młodych i/lub Samotnych Matek. Podniesienie jakości świadczonych usług spowoduje polepszenie wizerunku Publicznych Służb Zatrudnienia wśród pracodawców i pozostałych interesariuszy rynku pracy. Powyższe przełoży się na wzmocnienie motywacji pracodawców do partnerskiej współpracy z PSZ, co wpłynie na zwiększenie szans pozyskiwania pracodawców zainteresowanych usługami świadczonymi przez PSZ i ich pracowników. **Efekty zastosowania modelu współpracy PSZ z pracodawcami w tym wypracowanych w projekcie narzędzi / rozwiązań (CAM, platforma internetowa, test talentów):** Wzmocnienie kompetencji i podniesienie wiedzy pracowników PSZ w zakresie współpracy z pracodawcami (m.in. lepsze rozpoznanie potrzeb pracodawców i rynku pracy, usprawnienie procesu selekcji / rekrutacji kandydata na stanowisko pracy i trafny dobór kandydatów, poprawa umiejętności komunikacji);_Wykorzystanie dobrych praktyk w zakresie współpracy z pracodawcami (formy nawiązywania kontaktu, pozyskiwanie ofert pracy, czy pozyskiwanie ich jako partnerów w realizacji projektów skierowanych do Młodych i/lub Samotnych Matek czy też innych grup bezrobotnych) wypracowanych podczas funkcjonowania Centrum Aktywnej Mamy czy też platformy internetowej w realizacji zadań PSZ;_Lepsza ocena kompetencji i potencjału Młodych i/lub Samotnych Matek na rynku pracy z wykorzystaniem nowego narzędzia diagnostycznego; Lepsze wykorzystanie usług oraz instrumentów rynku pracy, a tym samym środków finansowych PSZ w celu aktywizacji Młodych i/lub Samotnych Matek; Podniesienie jakości i skuteczności świadczonych usług przez PSZ zarówno dla pracodawców jak i Młodych i/lub Samotnych Matek; Poprawa wizerunku PSZ wśród pracodawców oraz Młodych i/lub Samotnych Matek; Wzrost motywacji i zaangażowania pracodawców do partnerskiej współpracy z PSZ; Poprawa efektywności współpracy PSZ z pracodawcami; Zwiększenie poziomu zatrudnienia Młodych i/lub Samotnych Matek i obniżenie wskaźnika bezrobocia. **Z przeprowadzonej analizy warunków i efektów wprowadzenia innowacji wynika, że szanse wdrożenia produktu finalnego do powszechnej praktyki są duże.** Proponowane rozwiązanie, które będzie wypracowywane na etapie testowania oraz wdrażania produktu do polityki / praktyki oraz wysokiej jakości finalne wersje produktów dostosowane do rzeczywistych potrzeb użytkowników i odbiorców, daje możliwość osiągnięcia trwalszych i lepszych efektów przy podobnych jak dotychczas nakładach. Wymagane jest jedynie właściwe zaangażowanie poszczególnych instytucji. **Wypracowane rozwiązanie przyniesie trwalsze i lepsze efekty przy zastosowaniu podobnych nakładów** ponoszonych na aktywizację Młodych i/lub Samotnych Matek przez PSZ, ze względu na lepsze dostosowanie wykorzystywanych usług i instrumentów rynku pracy do potrzeb lokalnego rynku pracy. Koszt funkcjonowania modelu można porównać do aktualnych kosztów ponoszonych przez PSZ na tworzenie i funkcjonowanie klubów pracy czy na organizację szkoleń, które skierowane są do ogółu bezrobotnych i nie uwzględniają szczególnych uwarunkowań grupy odbiorców, jaką są młode matki oraz w niewystarczającym stopniu rozpoznają potencjał Młodych i/lub Samotnych Matek w kontekście możliwości

oferowanych na lokalnym rynku pracy. Również platforma – przy podobnych nakładach jak dotychczas prowadzone portale PSZ – będzie generowała trwalsze i lepsze efekty w obszarze wzmocnienia współpracy PSZ-pracodawca, tworząc wirtualną, aktywizującą przestrzeń do dyskusji, inspiracji, podnoszenia kwalifikacji pracowników PSZ, a także nawiązywania współpracy międzysektorowej w szeroko rozumianym celu aktywizacji zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek. Dotychczasowo funkcjonujące portale mają inne cele charakter, przez co nie stwarzają takich możliwości ich użytkownikom. Dodatkowo powyższe efekty będą wzmocniane poprzez wdrożenie do dotychczasowej praktyki PSZ Testu Talentów (TT) – całkowicie nowego diagnostycznego narzędzia do „warsztatu pracy” doradcy zawodowego, pozwalającego na zdefiniowanie kluczowych kompetencji i talentów a następnie pokierowanie działaniami rozwojowymi klienta w sposób dopasowujący jego umiejętności do oczekiwań pracodawców i rynku pracy. Przewiduje się, że koszt zaniechania działań (wypłata zasiłków i koszty ubezpieczenia zdrowotnego) będzie wyższy niż koszt wdrożenia innowacji.

3.5 Elementy innowacji

Centrum Aktywnej Mamy – w wyniku realizacji projektu otrzymamy przetestowany model funkcjonowania Centrum Aktywnej Mamy jako przestrzeni do nawiązywania i rozwijania współpracy PSZ-P w obszarze wspierania aktywizacji zawodowej Młodych i/lub Samotnych Matek. Usługi świadczone dla Młodych i/lub Samotnych Matek będą bezpłatne oraz będą realizowane w następujących obszarach: praca indywidualna (zaawansowane doradztwo zawodowe), praca grupowa (warsztaty), szkolenia „miękkie” i „twarde” (psychospołeczne i zawodowe), pośrednictwo pracy. Oprócz powyższych form wsparcia prowadzone będą działania tzw. horyzontalne dla MSM, które obejmą pośredniczenie w zapewnieniu usług pomocy psychologicznej i prawnej oraz pomoc w opiece nad dzieckiem. **Platforma internetowa** www.PomysldlaMamy.pl będzie pierwszą w Polsce społecznością internetową zgromadzoną wokół tematu rynku pracy. Będzie stanowiła wirtualną przestrzeń do nawiązywania współpracy PSZ-P w celu wypracowania skutecznych rozwiązań aktywizacji Młodych i/lub Samotnych Matek. Ważnym elementem platformy będzie ścieżka edukacyjna. Znajdą się na niej materiały informacyjne, e-szkolenia oraz tutoriale, które mają za zadanie ułatwianie pracownikom PSZ nawiązywania długotrwałych relacji z pracodawcami, a pracodawcom – możliwość poznania oraz pełnego korzystania z możliwości jakie dają te instytucje. **Test Talentów** będzie stanowił wielowymiarową metodę, odpowiadającą potrzebom rynku pracy i jednocześnie wymaganiom pracodawców. Skonstruowana metoda ma być wsparciem w pracy doradców zawodowych, aby właściwie pokierować działaniami rozwojowymi osoby bezrobotnej czy poszukującej zatrudnienia, żeby jej wysiłek i wysiłek pracownika służb zatrudnienia został uwieńczony uzyskaniem zatrudnienia klienta. Szczegółowe opisy poszczególnych produktów stanowią załącznik do niniejszej strategii.

Szacowany koszt i czas wdrożenia modelu.

Wdrożenie opracowanego modelu współpracy i składających się na niego produktów będzie wymagało nakładów finansowych na utworzenie i bieżące koszty działalności Centrów Aktywnej Mamy (np. wyposażenie lokalu, sprzętu biurowego, koszty administracyjne i utrzymanie biura, koszty realizacji szkoleń, koszty opieki nad dzieckiem) na poziomie 16 województw oraz na prowadzenie platformy. Wdrożenie testu talentów nie będzie wymagało nakładów finansowych, ponieważ reprezentatywna grupa pracowników PSZ z 16 województw

zostanie przeszkolona w zakresie wykorzystania nowego narzędzia diagnostycznego, udostępniony bezpłatnie zostanie sam test oraz podręcznik do stosowania testu, a przeszkolone osoby, będą mogły przekazać wiedzę zdobytą podczas szkoleń oraz swoje doświadczenia z okresu testowania narzędzia swoim współpracownikom. Środki na utworzenie i funkcjonowanie CAM-ów w każdym województwie będą pozyskiwane w ramach wielo- lub minimum dwusektorowej współpracy (np. sektor publiczny – prywatny, sektor publiczny – pozarządowy) w zależności od uwarunkowań regionalnych / lokalnych. Szczegółowo o formie funkcjonowania centrów, zakresie pozyskiwania środków na ich tworzenie i dalszym funkcjonowaniu będą decydować Rady Programowe z poszczególnych województw (idea opisana w wymaganych warunkach właściwego działania innowacji). Przewiduje się udostępnienie lokalu na uruchomienie działalności CAM-ów przez gminy, PSZ-y, organizacje pozarządowe, parafie bądź firmy (w ramach realizacji ich wewnętrznych strategii społecznej odpowiedzialności biznesu – CSR) w zależności od możliwości istniejących w regionie. Zakłada się, że powstające centra będą funkcjonować jako prywatne agencje zatrudnienia specjalizujące się we wspieraniu matek znajdujących się w niekorzystnej sytuacji na rynku pracy. CAM mogą finansować realizację usług szkoleniowych z Funduszu Pracy i innych źródeł krajowych na podstawie umów zawieranych z PSZ. W szczególności należy pozycjonować CAM jako kontraktorów usług społecznych, co zbieżne jest z kierunkiem zmian wytyczanym przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej w obszarze kontraktowania usług społecznych. PSZ-y też będą dodatkowo wspierać funkcjonowanie CAM poprzez m.in. czasowe oddelegowanie doradców zawodowych czy Liderów Klubów Pracy do świadczenia usług w CAM na rzecz Młodych i/lub Samotnych Matek i pracodawców (m.in. organizacja szkoleń, spotkań informacyjnych, udział w targach, świadczenie usług Urzędu Pracy – rejestracja bezrobotnych, formalna organizacja staży) bez konieczności przychodzenia do Urzędu Pracy. W sposób uzupełniający do podstawowych, systemowych form finansowania, poszczególne CAM-y będą pozyskiwać fundusze zewnętrzne na realizację swoich działań z dostępnych na ten cel środków (m.in. konkursy na dofinansowanie działań integracyjnych i w obszarze rynku pracy z budżetu JST, krajowe programy operacyjne poszczególnych ministerstw i agencji centralnych i struktur wojewódzkich, środki finansowe od strategicznych regionalnych partnerów biznesowych (w ramach CSR), środki z Europejskiego Funduszu Społecznego dla Polski w okresie programowania funduszy strukturalnych 2014-2020, konkursy w obszarze rynku pracy i integracji społecznej ogłaszane przez Komisję Europejską i agencje narodowe, konkursy dotacyjne realizowane przez duże Fundacje Grantowe). Również w ramach nawiązanej współpracy w regionie, lokalne PSZ-y i JST mogą ubiegać się o odrębne, komplementarne środki zewnętrzne na realizację projektów we współpracy z CAM w formule projektów partnerskich. Zakłada się pozyskanie odpowiedniej liczby reklamodawców w czasie 18 miesięcy od zakończenia realizacji projektu, pozwalającej na samofinansowanie się produktu jakim jest platforma internetowa. W czasie tych 18 miesięcy koszt utrzymania platformy będzie ponoszony przez Fundację CAM jako jedno z narzędzi dalszego rozpowszechniania idei CAM. Wraz z pozyskiwaniem dodatkowych środków z tytułu reklam można wprowadzać dodatkowe usługi i funkcjonalności, zwiększając tym samym jej efektywność.

4. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

4.1 Podejście do doboru grup użytkowników i odbiorców wraz z opisem przebiegu testowania

Obszarem działania w fazie testowania jest cała Polska. Model współpracy PSZ-przedsiębiorca zostanie przetestowany z wykorzystaniem powstających w jego ramach trzech produktów (CAM, platforma oraz test talentów) na terenie województwa mazowieckiego, tak samo jak funkcjonowanie samego ośrodka CAM, będącego narzędziem innowacji. Dwa z pozostałych narzędzi platforma internetowa oraz test talentów zostaną przetestowane również na obszarze całej Polski, uwzględniając ich wykorzystanie zarówno przez pracowników PSZ jak i pracowników przedsiębiorstw, w celu nawiązywania trwałej współpracy na rzecz aktywizacji młodych matek.

Poniżej przedstawiamy **dobór grupy użytkowników** gwarantujący włączenie w proces testowania osób kluczowych z punktu widzenia realizacji modelu współpracy oraz wykorzystania 3 innowacyjnych produktów, to znaczy reprezentatywnych dla swojego środowiska i posiadających niezbędną wiedzę i doświadczenie (poniższe działania będą prowadzone równoległe w czasie):

W pierwszej kolejności planuje się pozyskanie **osób zarządzających z 5 Instytucji PSZ** na terenie województwa mazowieckiego i zaangażowanie ich w ścisłą współpracę z pracodawcami zainteresowanymi zatrudnianiem młodych matek za pośrednictwem CAM. Udział powyższych Instytucji zostanie zapewniony poprzez skuteczny lobbying personelu projektu po stronie Lidera oraz promocyjne działania podejmowane na platformie internetowej. W rezultacie podpisane zostaną listy intencyjne z powyższymi Instytucjami, w którym nastąpi deklaracja zakresu zaangażowania w działalność CAM. Powyższe instytucje zostaną wybrane pod kątem dogodności lokalizacyjnej w stosunku do powstałego CAM-u, pod uwagę będzie brany również stopień zainteresowania działaniami planowanymi do przeprowadzenia w CAM, przekładającym się na późniejszy stopień zaangażowania tych instytucji przez cały okres testowania CAM. Określenie zasad współpracy pozwoli na usprawnienie funkcjonowania CAM, poprzez zaangażowanie w działania CAM poszczególnych pracowników tych instytucji stymulowanych dodatkowo inicjatywą odgórną kierownictwa.

Równoległe do powyższego planuje się pozyskanie **13 osób z kadry zarządzającej PSZ z każdego województwa (łącznie 208 osób)** w celu przygotowania ich do podjęcia i sprawnej realizacji współpracy z pracodawcami czy organizacjami pracodawców na rzecz kreowania i wdrażania modelu współpracy we własnym regionie (seminaria informacyjne). Udział powyższych osób w fazie testowania zostanie zapewniony poprzez rozesłanie zaproszeń drogą mailową wraz z krótką informacją o celach projektu i jego produktach oraz szczegółowego programu powyższych seminariów. Informacja o seminariach oraz formularze zgłoszeniowe zostaną również umieszczone na stronie projektu.

Planuje się również pozyskanie **13 pracowników PSZ z każdego województwa (łącznie 208 osób)** do udziału w dwóch rodzajach szkoleń: „Szkolenie dla pracowników PSZ z zakresu współpracy z pracodawcami” oraz „Metodyka i wykorzystanie Testu Talentów (TT) w doradztwie zawodowym”.

W związku z różną tematyką szkoleń zostaną one skierowane do właściwych grup pracowników PSZ, którzy będą mieli możliwość wykorzystania zdobytej wiedzy i umiejętności w swojej codziennej pracy. Pierwsze szkolenia będą skierowane do pośredników pracy, doradców zawodowych, specjalistów ds. rozwoju zawodowego, doradców EURES oraz liderów klubów pracy, drugi typ szkoleń będzie skierowany głównie do doradców zawodowych, ale też specjalistów ds. rozwoju, czy liderów klubu pracy, którzy posługują się w swojej

pracy narzędziami diagnostycznymi. Od powyższych osób wymagany będzie odpowiedni staż pracy oraz motywacja do podnoszenia kompetencji i poziomu wiedzy w wyżej wymienionych dziedzinach. Narzędzie diagnostyczne w zakresie przeprowadzonych w I etapie realizacji projektu badań pilotażowych cieszyło się dużym zainteresowaniem, więc nie przewidujemy braku zainteresowania udziałem w szkoleniach z zastosowania tego narzędzia. Rekrutacja nastąpi drogą mailową, czy przy wykorzystaniu platformy, potwierdzenie szczegółów oraz potwierdzenie zainteresowania nastąpi również poprzez kontakt telefoniczny. W celu przetestowania modelu kluczowym elementem jest również pozyskanie w fazie testowania **50 pracodawców (w tym przedsiębiorców)**. Będą to zarówno pracodawcy zaangażowani we współpracę z CAM (np. oferujący wolontarystyczne przeprowadzanie szkoleń „miękkich” w CAM przez pracowników firm realizujących politykę CSR, staże dla uczestniczek CAM – **20 firm**), jak i przedsiębiorcy w inny sposób uczestniczący w działaniach projektowych (np. aktywnie korzystający z portalu, nawiązujący bezpośrednią współpracę z PSZ bez bezpośredniego kontaktu z CAM – **30 firm**). Zaangażowanie tych firm zostanie uzyskane poprzez działania promocyjno-informacyjne (np. cykl artykułów sponsorowanych w prasie biznesowej, informacje prasowe wysyłane do mediów) podejmowane przez Specjalistę ds. Promocji Produktu w ścisłej współpracy z Kierownikiem Projektu, Koordynatorem CAM oraz Partnerami projektu. Również sama platforma swoim charakterem i zawartością merytoryczną powinna zachęcać do angażowania się w działania projektowe wszystkich interesariuszy projektu. Zapewnienie udziału pracodawców (w tym przedsiębiorców) przez całą fazę testowania zapewni między innymi stały kontakt i wsparcie ze strony Koordynatora CAM oraz promowanie CAM jako instytucji świadczącej wysoką jakość usług, przy wykorzystaniu w tym celu również pozostałych narzędzi platformy i testu talentów.

Kryteria doboru grupy odbiorców, czyli Młodych i/lub Samotnych Matek, zagrożonych wykluceniem społecznym, biorących udział w testowaniu zostały uszczegółowione w stosunku do zapisów we wniosku o dofinansowanie, uwzględniając wyniki badań oraz w kontekście wypracowanych założeń funkcjonowania Centrów Aktywnej Mamy i dostępnych w jego ramach form wsparcia.

Podstawowym kryterium rekrutacji **20 młodych matek** do dobrowolnego udziału w programie działań CAM jest ich status na rynku pracy. Kobiety te muszą być bezrobotne lub nieaktywne zawodowo. W ramach rekrutacji do CAM proponuje się kryteria „dodatkowe”, które pozwalają na określenie preferencji przyjmowania kandydatek do ośrodka CAM. Przykładowe preferencje o charakterze strategicznym zawierają się w premiowaniu uczestnictwa młodych matek, które znajdują się w niekorzystnej sytuacji na danym obszarze rynku pracy. W efekcie współpracy Koordynatora CAM, 5 instytucji PSZ z woj. mazowieckiego oraz Wojewódzkiej Rady Zatrudnieniowej Woj. Mazowieckiego zostaną wybrane co najmniej 3 dodatkowe kryteria rekrutacji na podstawie szczegółowej analizy sytuacji młodych matek w woj. mazowieckim. Propozycję dodatkowych kryteriów przedstawiono poniżej (w nawiasie zaproponowano minimalne i maksymalne wagi dla kryteriów rekrutacyjnych - przy założeniu max. 100):

- poniżej 25 roku życia (30-50 pkt)
- brak lub podstawowe lub zdezaktualizowane wykształcenie (30-50 pkt)
- brak lub niski staż pracy zawodowej (30-50 pkt)
- samotnie wychowująca dzieci (20-40 pkt)
- wychowująca więcej niż troje dzieci (10-40 pkt)
- zagrożenie wykluceniem społecznym z powodów wymienionych w Ustawie (10-40 pkt)

W ramach ośrodka testowego CAM w woj. mazowieckim założono także testowy udział 2 kobiet w ciąży w wieku do 25 lat, które będą mogły skorzystać z pełnej oferty CAM. Powyższe rozwiązanie wynika z potrzeby przetestowania produktu w zakresie wspierania kobiet w ciąży w ich aktywizacji zawodowej, co stanowi o innowacyjności projektu.

Rekrutacja uczestniczek do CAM będzie miała charakter otwarty i transparentny. Prowadzona będzie za pośrednictwem dostosowanych działań informacyjno-promocyjnych, m.in.:

- Bezpośrednie informowanie klientek przez personel PSZ o ofercie CAM
- Ogłoszenia społeczne w prasie lokalnej i regionalnej
- Serwisy internetowe i profile social media interesariuszy (np. PSZ, JST, OPS, OHP)
- Współpraca z innymi Instytucjami Rynku Pracy w celu upowszechnienia możliwości skorzystania z programu CAM

Zapewnienie udziału kobiet w projekcie przez cały okres testowania zostanie osiągnięte poprzez odpowiedni dobór personelu zatrudnionego w CAM (z silną motywacją do zmiany sytuacji zawodowo-społecznej młodych matek, korzystających ze wsparcia), świadczenie wysokiej jakości usług, kompleksowego i indywidualnego podejścia do każdej z uczestniczek oraz wsparcia na każdym etapie udziału w programie CAM.

Dodatkowo do udziału w testowaniu będą pozyskiwani użytkownicy platformy www.PomysldlaMamy.pl wśród których będą **pracownicy PSZ (300 pracowników), pracodawcy (30 kluczowych pracowników firm- wyszczególnieni również w powyższym opisie pracodawców) oraz Młode i/lub Samotne Matki (50, włączając tu 20 uczestniczek programu CAM)**. Aktywnym pozyskiwaniem użytkowników zajmą się Specjaliści ds. Pozyskiwania Klientów. To do ich zadań będzie należeć osiągnięcie minimalnych wskaźników dotyczących użytkowników platformy z podziałem na kategorie. Pozyskanie grona użytkowników platformy również będzie zapewniane poprzez ogólne działania promocyjne podejmowane w projekcie. Użytkownicy przy rejestracji wypełnią formularz rejestracyjny, w którym wybiorą przynależność do jednej z grup oraz podadzą dane pozwalające na identyfikację i będą gwarantem właściwej struktury.

Zarówno użytkownicy, jak i odbiorcy będą mieć wpływ na kształt modelu i składających się na niego elementów poprzez dobór odpowiednich narzędzi monitoringu oraz ewaluacji, które pozwolą na rejestrowanie opinii przedstawicieli grup testujących produkt oraz wykorzystanie tych opinii w procesie oceny przebiegu testowania. Dodatkowo przedstawiciele tych grup będą uczestniczyć w spotkaniach Grupy Sterującej, jako Mazowiecka Rada Programowa, zrzeszająca również szersze grono interesariuszy projektu (przedstawiciele PSZ, JST, IRP, NGO, zrzeszenia pracodawców oraz młode matki), opiniującą przebieg testowania i testowane produkty, mając realny wpływ na ewentualne modyfikacje wprowadzane na etapie testowania oraz na ostateczny kształt produktów.

4.2 Opis przebiegu testowania

Testowanie modelu współpracy PSZ-pracodawca oraz 3 produktów projektu nastąpi w okresie 15.04.2013 – 15.01.2014 r. i będzie trwało 8 miesięcy. Wiele działań podczas tego etapu będzie prowadzona równoległe ze sobą.

Na początku fazy testowania poprzez działania promocyjne (również spotkania) zakłada się pozyskanie szerszego grona interesariuszy projektu do stworzenia Mazowieckiej Rady Programowej. Powyższa Rada zostanie zapoznana z oczekiwaniami Wnioskodawcy i Partnerów w stosunku do zakresu zaangażowania w działania projektowe i planowanym harmonogramem spotkań Grupy Sterującej.

W celu **uruchomienia i sprawnego funkcjonowania ośrodka CAM w województwie mazowieckim** wybór lokalizacji ośrodka został już wstępnie skonsultowany z przedstawicielami M. st. Warszawy w I etapie realizacji projektu, w fazie testowania planuje się podpisanie umowy najmu i zakup niezbędnego wyposażenia do funkcjonowania ośrodka. Następnie zostaną wybrane osoby kwalifikujące się, zarówno ze względu na swoją wiedzę i doświadczenie oraz cechy osobowościowe do pełnienia funkcji Koordynatora CAM oraz Specjalisty ds. Rekrutacji (szczegółowy opis wymagań, jakie ma spełniać personel zatrudniony w CAM znajduje się w załączniku „Biznes plan CAM”). Koordynator CAM będzie odpowiedzialny w początkowej fazie za wytypowanie i pozyskanie 5 Instytucji PSZ oraz podpisanie z nimi listów intencyjnych o współpracy. Również w porozumieniu z tymi instytucjami oraz Wojewódzką Radą Zatrudnienia Woj. Mazowieckiego ustali właściwe kryteria doboru uczestniczek do udziału w programie CAM. Koordynator CAM również będzie dbał na bieżąco w fazie testowania o pozyskiwanie i utrzymywanie zainteresowania działalnością ośrodka ze strony pracodawców i inicjowania nawiązywania trwałego kontaktu i współpracy z Instytucjami PSZ na rzecz wspólnych inicjatyw podejmowanych w stosunku do grupy młodych matek. Planuje się organizację spotkań na terenie ośrodka CAM przedstawicieli PSZ oraz pracodawców w celu budowania pozytywnych relacji oraz promowania usług i instrumentów rynku pracy, z których mogą skorzystać w kontekście zatrudnienia bezrobotnej młodej matki czy też przyjęcia na staż. Działania ukierunkowane na wzmocnienie współpracy PSZ i pracodawców zostały bardziej szczegółowo opisane w załączonym „Biznes Planie CAM”.

Celem sprawdzenia funkcjonowania i rzeczywistych efektów podjętej współpracy PSZ z pracodawcami poprzez zaistnienie ośrodka CAM jako elementu kluczowego stanowiącego przestrzeń dla tej współpracy jest **przeprowadzenie działań na rzecz 20 uczestniczek programu CAM** w fazie testowania i zaangażowanie w nie powyżej wymienionych aktorów. Szczegółowy program wsparcia dla matek, zagrożonych wykluceniem społecznym został przedstawiony w załączonym „Biznes Planie CAM”. Działania na rzecz powyższej grupy będą obejmować:

- pracę indywidualną z konsultantem CAM, w jej wyniku powstanie Indywidualny Plan Rozwoju (IPR) dla każdej z uczestniczek
- praca w grupie (warsztaty aktywizujące)
- ponowna weryfikacja pierwotnych założeń IPR z udziałem konsultanta, trenera warsztatów oraz MSM
- szkolenia „miękkie” i „twarde”
- pośrednictwo pracy (oferta staży, elastycznych form zatrudnienia etc.)

Dodatkowo w celu wsparcia zmiany sytuacji społeczno-zawodowej uczestniczek powyższego programu CAM oraz ograniczenia barier podejmowania przez nie aktywności zawodowej CAM będzie oferował usługi

dotąd jak: porada prawna i psychologiczna (realizowana przez zewnętrzną instytucję) oraz opieka nad dzieckiem.

W stosunku do pierwotnych zapisów we wniosku o dofinansowanie postanowiono rozszerzyć ofertę CAM o usługi horyzontalne tj. porada prawna i psychologiczna, które pozwolą na wsparcie w rozwiązaniu problemów osobistych uczestniczek, stanowiących często barierę w zmianie ich sytuacji społeczno-zawodowej. Koszyk usług CAM rozszerzono również o szkolenia zawodowe, istotne z punktu widzenia zdobycia nowych lub odnowienia zdezaktualizowanych kwalifikacji. Decyzja została podjęta na podstawie wyników i rekomendacji z przeprowadzonych badań. Wszystkie te dodatkowe usługi będą realizowane bezpłatnie przez instytucje zewnętrzne z którymi CAM podejmie współpracę (przewidywana jest również współpraca z PSZ w tym zakresie).

W celu realizacji powyższych założeń modelu współpracy PSZ-pracodawcy poprzez m.in. podniesienie jakości usług PSZ niezbędne będzie **przygotowanie zarówno osób zarządzających jak i pracowników PSZ** bezpośrednio zaangażowanych w pracę z matkami oraz pracodawcami oraz przygotowanie samych pracodawców do lepszego pełnienia swoich ról w powyższym modelu.

W związku z powyższym zaplanowano przeprowadzenie **dwóch typów szkoleń dla pracowników PSZ**: „Szkolenie dla pracowników PSZ z zakresu współpracy z pracodawcami” oraz „Metodyka i wykorzystanie Testu Talentów (TT) w doradztwie zawodowym”.

Oba szkolenia zostaną przeprowadzone w 16 województwach w grupach 13-osobowych (pierwsze – trzydniowe, drugie – dwudniowe, łącznie **208 osób**). Powyższe szkolenia mają na celu podniesienie jakości usług PSZ świadczonych w stosunku do pracodawców oraz młodych matek (lepsze dopasowanie dostępnych usług i instrumentów do potrzeb lokalnego rynku, większa efektywność w aktywizacji młodych matek), oraz podniesienie umiejętności w zakresie nawiązywania współpracy z pracodawcami i promowania wśród nich dobrego wizerunku PSZ. Umiejętności i wiedza zdobyte podczas szkoleń będą testowane w rzeczywistych warunkach czyli podczas codziennej pracy pracowników PSZ. Planuje się również wykorzystanie testu talentów do oceny potencjału matek korzystających ze wsparcia w CAM. Szczegółowy program i charakterystyka szkoleń stanowi załącznik do niniejszej strategii.

Jako, iż kluczowy element we współpracy z pracodawcami czy organizacjami pracodawców będzie stanowić kadra zarządzająca PSZ, podejmująca strategiczne decyzje decydujące o funkcjonowaniu danej instytucji PSZ (np. alokacja środków na konkretne działania) również w fazie testowania zaplanowano realizację **16 jednodniowych seminariów informacyjnych w każdym województwie** dla grup 13 osobowych (**łącznie 208 osób**) pt. „Możliwości i sposoby nawiązywania współpracy PSZ-przedsiębiorcy na rzecz CAM”. Szczegółowy program i cel seminariów stanowi załącznik do niniejszej strategii. Seminaria mają na celu m.in. zapoznanie osób zarządzających PSZ z samym modelem współpracy PSZ-P oraz roli wchodzących w jego skład poszczególnych produktów.

Jako kolejne działanie istotne z punktu widzenia właściwego funkcjonowania modelu i wymagające przetestowania, prowadzone równoległe do innych działań w fazie testowania jest pełne uruchomienie platformy, uwzględniając tu dobór odpowiedniego personelu do obsługi portalu Platforma www.PomysldlaMamy.pl będzie pierwszą w Polsce społecznością internetową zgromadzona wokół tematu rynku pracy. Jej celem będzie stworzenie wirtualnej przestrzeni do nawiązywania współpracy pomiędzy PSZ i pracodawcami w celu wypracowania skutecznych rozwiązań aktywizacji Młodych i/lub Samotnych Matek.

Wraz z rejestracją na platformie użytkownicy otrzymają maila z informacją o możliwościach korzystania z platformy. Do dyspozycji użytkowników będzie Administrator, który odpowiadać będzie za funkcjonowanie i ewentualne problemy techniczne użytkowników.

Przebieg testowania składać się będzie z kilku etapów:

ETAP 1 – opracowanie pierwszych materiałów na stronę (wypełnienie platformy treścią)

ETAP 2 - aktywna promocja portalu i pozyskiwanie użytkowników

ETAP 3 – inicjowanie dyskusji na grupach dyskusyjnych przez redaktorów oraz animacja kontaktów na linii PSZ – Pracodawcy

ETAP 4 – zmniejszanie roli redaktora w animacji dyskusji na rzecz aktywizowania użytkowników platformy

Przez wszystkie cztery etapy platforma będzie uzupełniana treścią, dodawane będą tutoriale i materiały szkoleniowe oraz istotne wiadomości tematyczne.

W pierwotnych założeniach przedstawionych we wniosku o dofinansowanie platforma miała stanowić wirtualną przestrzeń współpracy PSZ z przedsiębiorcami na rzecz aktywizacji młodych matek i pełnić szereg funkcji m.in. edukacyjną (materiały edukacyjne dla pracowników PSZ), informacyjną (informacje dla przedsiębiorców nt. korzyści z zatrudniania młodych matek) i promocyjną (promowanie dobrych praktyk, opis działalności CAM). Również miała zawierać bazę ofert pracy.

Aktualnie opracowany system funkcjonowania platformy nadaje jej inny, bardziej innowacyjny charakter w stosunku do istniejących już stron internetowych, skierowanych do tej samej grupy użytkowników i wynika m.in. z przeprowadzonych badań wskazujących na potrzebę aktywnego zaangażowania obu stron PSZ i pracodawców w problem jakim jest aktywizacja młodych matek i wspólne wypracowywanie rozwiązań. Stworzone zostaną grupy dyskusyjne, panele, a także przestrzeń do nawiązywania współpracy, kreowania pomysłów na nowe projekty dedykowane tym grupom, ale także – przestrzeń do poznawania wzajemnych potrzeb i oczekiwań na linii PSZ – Pracodawcy. Również postanowiono, jako wartość dodaną platformy, rozszerzyć grono użytkowników o Młode i/lub Samotne Matki (według badanych platforma powinna być ogólnodostępna), będą one miały możliwość brania udziału w dyskusjach, opiniowania pomysłów projektów, czy inspirowania pracowników PSZ i pracodawców do współpracy. Dostępne będą dla nich także materiały informacyjne i szkoleniowe na temat poruszania się po rynku pracy. Te materiały mogą dodatkowo stanowić doskonałe narzędzie w pracy pracowników PSZ, jako źródło cennej informacji, którą mogą przekazywać zgłaszającym się Młodym i/lub Samotnym Matkom.

4.3 Charakterystyka materiałów jakie otrzymają uczestnicy testowania

Zarówno pracownicy oraz kadra zarządzająca PSZ biorący udział w szkoleniach i seminariach otrzymają materiały szkoleniowe oraz poszkoleniowe, podsumowujące najważniejsze zagadnienia poruszane podczas szkoleń. Przykładowo materiały poszkoleniowe z zastosowania testu talentów będą rozdawane w formie segregatorów, w których będzie się zawierał podręcznik testów, ale również materiały szkoleniowe związane z rozmową doradczą, umiejętnościami komunikacyjnymi, wraz z kilkunastoma arkuszami testu talentów i testami w wersji elektronicznej nagranej na nośniku danych. Również młode matki korzystające z usług CAM będą otrzymywać materiały szkoleniowe w przypadku korzystania ze wsparcia szkoleniowego (usługa dobrowolna, podyktowana realnym zapotrzebowaniem indywidualnej uczestniczki programu). W ośrodku CAM

zostanie udostępniony niezbędny sprzęt komputerowy (5 laptopów), który będzie służyć młodym kobietom do poszukiwania ofert pracy, wykonywania drobnych zleceń czy do podnoszenia własnych kwalifikacji (szkolenia e-learningowe). Również z tytułu możliwości korzystania z oferty CAM przez młode matki wraz ze swoimi dziećmi ośrodek będzie udostępniał do ogólnego użytku przewijaki, łóżeczka turystyczne oraz zabawki edukacyjne.

4.4 Planowany sposób monitorowania przebiegu testowania

Monitorowanie przebiegu testowania dokonywane będzie na każdym jego etapie przez personel projektu.

Monitorowanie testowania odbywać się będzie przy pomocy następujących narzędzi: podpisanych listów intencyjnych z ośrodkiem CAM, umowami z uczestniczkami programu CAM, raportów ze spotkań z konsultantem CAM, Indywidualnych Planów Rozwoju MSM, programów zajęć / szkoleń, list obecności z zajęć grupowych oraz szkoleń miękkich, raporty trenerów z zajęć grupowych oraz szkoleń miękkich, certyfikaty z ukończonych szkoleń zawodowych poza ośrodkiem CAM, raporty z działalności Koordynatora czy Konsultanta CAM w zakresie pozyskiwania pracodawców i zleceń dla MSM, raporty pracodawców, u których będą przeprowadzane staże, programy staży, protokoły ze spotkań realizowanych na terenie ośrodka CAM, wszelkich umów, programów oraz list obecności związanych z przeprowadzeniem szkoleń dla pracowników PSZ oraz seminariów dla kadry zarządzającej PSZ; monitoring platformy – raporty użytkowników, statystyki strony. Ponadto uczestnicy szkoleń i seminariów będą proszeni o wypełnianie ankiet ewaluacyjnych weryfikujących stopień zadowolenia z odbytego szkolenia, wzrost poziomu wiedzy i umiejętności oraz przydatności rozwijanych kompetencji w praktyce. Zostanie dokonana analiza przydatności nowego narzędzia jakim jest test talentów poprzez zaproszenie do wykonania elektronicznej ankiety, w której będzie można również zasugerować ewentualne usprawnienia. Raz na kwartał planuje się wywiady telefoniczne bądź spotkania z uczestnikami projektu w celu zebrania opinii na temat produktów. Również funkcjonalność, cele oraz merytoryczna zawartość platformy będzie oceniana za pomocą zbieranych ankiet. Monitorowanie bieżące przebiegu testowania osiągnięcie wskaźników, celów i rezultatów określonych we wniosku i strategii będzie wykonywane przez Kierownika Projektu oraz Koordynatorów Merytorycznych po stronie Partnerów w zakresie realizowanych przez nich zadań (zakłada się miesięczny pomiar wskaźników). Dodatkowo na podstawie założonych narzędzi ewaluacyjnych równoległe z działaniami monitorującymi będzie prowadzona ewaluacja wewnętrzna projektu, za którą odpowiedzialny będzie Specjalista ds. Ewaluacji (po stronie Lidera Projektu). Wyniki ewaluacji będą podsumowywane kwartalnie i przedstawiane w raporcie ewaluacyjnym. Ponadto raz na kwartał będą odbywały się posiedzenia Grupy Sterującej, składającej się z przedstawicieli Wnioskodawcy, przedstawicieli Partnerów oraz przedstawicieli grupy odbiorców, użytkowników i interesariuszy projektu (Mazowiecka Rada Programowa). Spotkania mają służyć dodatkowemu nadzorowi nad przebiegiem testowania, a jego uczestnicy będą podejmować decyzję o wprowadzeniu ewentualnych korekt i modyfikacji produktów.

5. Sposób sprawdzenia czy innowacja działa

Do oceny wyników testowania produktu finalnego posłuży prowadzony na bieżąco w fazie testowania monitoring oraz ewaluacja wewnętrzna, a także przeprowadzona przez niezależnego wykonawcę ewaluacja zewnętrzna. Efekty zastosowania innowacji zostaną uznane za wystarczające uzasadnienie dla wprowadzenia jej na szerszą skalę jeżeli przyczynią się w widoczny sposób do aktywizacji zawodowej odbiorców i usprawnią działania użytkowników (pracowników PSZ). Produkt finalny będzie nadawać się do użytkowania i wdrażania na innych obszarach jeżeli zostaną osiągnięte następujące efekty:

- grupa minimum 15 kobiet należących do kategorii osób w wieku do 25 lat, samotnie wychowujących dziecko, bezrobotnych i nieaktywnych zawodowo podejmie aktywność zawodową,
- minimum 5 instytucji PSZ podejmie współpracę z CAM i oceni ją jako przydatne narzędzie w świadczeniu usług rynku pracy dla MSM
- minimum 75% użytkowników platformy (pracowników PSZ) uzna ją za przydatne narzędzie w aktywizacji zawodowej MSM
- minimum 75% użytkowników (pracowników PSZ) testów talentu uzna je za przydatne narzędzie w aktywizacji zawodowej MSM

Efekty oraz poziom zakładanych wskaźników będzie sprawdzany poprzez bieżący monitoring oraz ewaluację wewnętrzną i zewnętrzną. Na każdym etapie testowania produktów realizowane będą badania ewaluacyjne. Uczestnicy szkoleń, seminariów oraz odbiorcy usług CAM (pracodawcy oraz MSM) objęci zostaną wywiadami ewaluacyjnymi. W ewaluacji wzięte zostaną również pod uwagę raporty trenerów i coachów oraz indywidualne plany działań. Za realizację ewaluacji wewnętrznej odpowiedzialny będzie personel projektu (w szczególności specjalista ds. ewaluacji), przygotowujący odpowiednie narzędzia badawcze, zbierający dane i opracowujący wyniki. Planowane jest przeprowadzenie wywiadów z uczestnikami min. raz na kwartał. Celem ewaluacji będzie ocena efektywności, skuteczności, adekwatności, użyteczności i innowacyjności produktu finalnego przygotowanego w ramach projektu w kontekście zakładanych celów: głównego i szczegółowych.

Cele szczegółowe ewaluacji (kwestie badawcze):

- dostosowanie produktu finalnego do potrzeb i potencjału grupy docelowej oraz potrzeb i wyzwań rynku pracy i polityki społecznej,
- zbadanie trafności doboru instrumentów do potrzeb pracowników PSZ,
- zbadanie trudności i dobrych praktyk, związanych ze stworzonym Modelem.

Pytania ewaluacyjne:

- Na czym polega innowacyjność produktu finalnego?
- Na ile produkt finalny pozwala na rozwój współpracy międzysektorowej w regionie?
- Na ile produkt finalny przyczynia się do poprawy efektywności aktywnych polityk rynku pracy?
- Na czym polega skuteczność i efektywność zastosowanych rozwiązań, tj. procedur i narzędzi?
- Na ile produkt finalny jest dostosowany do potrzeb grupy docelowej?
- Na ile poszczególne procedury i narzędzia są spójne i stanowią odpowiedź na zdiagnozowane problemy i niwelują ich negatywne skutki?

- Na ile model może być samodzielnie wdrażany przez społeczność lokalną?
- Jakie elementy produktu finalnego wymagają dalszych modyfikacji?
- Jakie są „dobre praktyki” produktu finalnego?

Przynajmniej raz na kwartał odbywać się będą spotkania Grupy Sterującej z reprezentantami różnych grup interesariuszy projektu oraz z ekspertami i konsultantami/trenerami projektu, na których, w oparciu o cząstkowe raporty ewaluacyjne, będą omawiane powyższe kwestie.

Ewaluacja zewnętrzna zostanie zlecona niezależnemu od Partnerstwa podmiotowi przeprowadzającemu badania ewaluacyjne poprzez zapytanie ofertowe w formie rozeznania rynku. Zakres badania obejmie w szczególności skuteczność i efektywność wypracowanego produktu finalnego. Ewaluator dokona oceny zebranego materiału na podstawie kryterium adekwatności, efektywności, skuteczności, oddziaływania i trwałości efektów. W wyniku przeprowadzonego badania zostaną sformułowane odpowiedzi głównie w stosunku do testowanego produktu, w szczególności na następujące pytania:

- czy wypracowany produkt faktycznie jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny niż stosowane dotychczas rozwiązania?
- jakie czynniki wpływają na skuteczność i efektywność testowanego produktu?
- czy możliwe jest zwiększenie skuteczności proponowanych metod i pod jakimi warunkami?

Raport z ewaluacji zewnętrznej wraz z opisem produktu finalnego zostanie przedłożony KST do przeprowadzenia walidacji i podjęcia decyzji o dopuszczeniu do upowszechniania i włączania przetestowanego produktu do głównego nurtu polityki.

6. Strategia upowszechniania

6.1 Cel działań upowszechniających

Poinformowanie jak najszerszej grupy odbiorców oraz użytkowników projektu o wypracowanym modelu i jego produktach oraz zdobycie grona interesariuszy projektu. Poprzez upowszechnianie przekazywana jest informacja dotycząca wypracowanego modelu od jego założeń, włączania grup odbiorców (empowerment), testowania, do produktu finalnego.

6.2 Grupy docelowe projektu, do których skierowane będą działania upowszechniające

Użytkownicy wypracowanego modelu współpracy, to pracownicy Publicznych Służb Zatrudnienia, czyli Powiatowych i Wojewódzkich Urzędów Pracy. Zgodnie z art. 91 ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy z dn. 20 kwietnia 2004 r. pracownikami PSZ są pracownicy zatrudnieni w tych służbach, w tym:

- Pośrednicy pracy;
- Doradcy zawodowi;
- Specjaliści do spraw rozwoju zawodowego;
- Specjaliści do spraw programów;

- Liderzy klubów pracy;
- Doradcy EURES i asystenci EURES.

Ponadto użytkownikami modelu współpracy wypracowanego w ramach projektu są również pracownicy przedsiębiorstw, którzy zajmują w firmie stanowiska decyzyjne w zakresie zatrudniania pracowników, jako drugie po PSZ ważne ogniwo modelu. Dodatkowo na podstawie wyników badania przeprowadzonego w fazie przygotowawczej projektu Beneficjent widzi konieczność poszerzenia użytkowników modelu o kategorię Pracodawcy, która to zawiera w sobie również Przedsiębiorców.

28

Liczebność użytkowników w wymiarze upowszechniania:

- 300 pracowników PSZ,
- 500 pracowników pracodawców, w tym przedsiębiorstw, kluczowych z punktu widzenia zatrudniania nowej kadry.

Odbiorcami wypracowanego modelu współpracy są natomiast Młode i/lub Samotne Matki zagrożone wykluczeniem społecznym. **Liczebność odbiorców w wymiarze upowszechniania:** ok. 3 tysiące MSM³

Pozostali interesariusze projektu:

Dobór interesariuszy projektu, rozumianych jako instytucje, organizacje lub organy administracji publicznej, został umotywowany wspólnym interesem publicznym w zakresie wspierania Młodych lub/i Samotnych Matek. W związku z tym zaprezentowana poniżej lista obejmuje podmioty kluczowe **w procesie upowszechniania oraz włączenia do głównego nurtu polityki/praktyki**, bez których utrudnione będzie wdrożenie modelu współpracy PSZ-pracodawcy oraz docieranie z pomocą do MSM. Są to:

- Pozostałe Instytucje Rynku Pracy, a zwłaszcza Ochotnicze Hufce Pracy, jako państwowe jednostki wyspecjalizowane w działaniach na rzecz młodzieży, w szczególności młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym, oraz bezrobotnych do 25 roku życia. Dotarcie, co najmniej do Wojewódzkich Komend OHP (16 instytucji),
- MPiPS,
- Starości, Marszałkowie Województw oraz Wojewodowie ze względu na funkcję nadzorczą w zakresie realizacji polityki rynku pracy w województwie,
- Centra Integracji Społecznej (w liczbie 72 ośrodków), ze względu iż są to jednostki organizacyjne utworzone przez jednostkę samorządu terytorialnego lub organizację pozarządową, realizujące reintegrację zawodową i społeczną poprzez prowadzenie dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym programów

³ Liczba kobiet bezrobotnych na dzień 30 września 2012 r. w wieku do 25 lat samotnie wychowujących co najmniej jedno dziecko do 18 roku życia oraz które nie podjęły zatrudnienia po urodzeniu dziecka wynosi odpowiednio: 30 271 oraz 41 075. Źródło: MPiPS, portal publicznych służb zatrudnienia ww.psz.praca.gov.pl, statystyki rynku pracy, Statystyki strukturalne **listopad 2012**, TABLICA 40/T40

edukacyjnych, obejmujących m.in. nabywanie umiejętności zawodowych, przekwalifikowanie lub podwyższanie kwalifikacji zawodowych oraz nabywanie innych umiejętności niezbędnych do codziennego życia. CIS nie jest samodzielnym podmiotem prawnym lecz formą prawną adresowaną do instytucji oraz organizacji pozarządowych pracujących z osobami zagrożonymi wykluczeniem społecznym,

- Regionalne Ośrodki Pomocy Społecznej (16 ośrodków),
- Agencje zatrudnienia, czyli podmioty wpisane do rejestru podmiotów prowadzących agencje zatrudnienia, świadczące usługi w zakresie pośrednictwa pracy, pośrednictwa do pracy za granicą u pracodawców zagranicznych, poradnictwa zawodowego, doradztwa personalnego lub pracy tymczasowej. Dotarcie, do co najmniej jednej w województwie,
- Instytucje dialogu społecznego, w skład których wchodzi:
 - związki zawodowe lub organizacje związków zawodowych (co najmniej 2 kluczowe organizacje),
 - organizacje pracodawców (co najmniej 2 kluczowe organizacje),
 - organizacje bezrobotnych (co najmniej 2 kluczowe organizacje),
 - organizacje pozarządowe (co najmniej 2 kluczowe organizacje),
 - organizacje, które wśród zadań statutowych mają realizację zadań w zakresie promocji zatrudnienia, łagodzenia skutków bezrobocia oraz aktywizacji zawodowej (co najmniej 2 kluczowe organizacje),
- Naczelna Rada Zatrudnienia, która jest organem opiniodawczo-doradczym ministra właściwego do spraw pracy w sprawach polityki rynku pracy. Do zakresu działania Naczelnej Rady Zatrudnienia należy w szczególności inspirowanie przedsięwzięć zmierzających do pełnego i produktywnego zatrudnienia i rozwoju zasobów ludzkich,
- Wojewódzkie rady zatrudnienia, ponieważ są organami opiniodawczo-doradczymi marszałka województwa w sprawach polityki rynku pracy.
- Powiatowe rady zatrudnienia, ponieważ są organami opiniodawczo-doradczymi starosty w sprawach polityki rynku pracy,
- Media lokalne, regionalne i ogólnopolskie (baza co najmniej 80 mediów).

6.3 Plan upowszechniania

Komunikacja w projekcie obejmuje zróżnicowane grupy docelowe, odbywa się w długim horyzoncie czasowym i wykorzystuje bardzo różnorodne działania i nośniki informacji. Ponadto zgodnie z Poradnikiem *Upowszechnianie i mainstreaming w projektach innowacyjnych Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki* opracowanym przez CPE realizacja projektu innowacyjnego podzielona została na etapy. W każdym z etapów zostały przewidziane działania upowszechniające oraz po zwalidowaniu produktu również działania włączające do głównego nurtu praktyki.

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



Etap 1 przygotowanie

Na tym etapie realizacji projektu głównym celem działań upowszechniających było poinformowanie grup docelowych o realizacji projektu współfinansowanego ze środków EFS oraz o jego głównych założeniach. Prowadzone działania miały więc charakter informacyjno-promocyjny.

30

Etap 2 wdrożenie

W ramach powyższych zadań na etapie wdrożenia podjęte zostaną następujące działania:

Faza testowania wraz z analizą rzeczywistych efektów testowania i opracowaniem ostatecznej wersji produktów (Termin realizacji: 15.04.2013-15.02.2014 r.)

→ Działania upowszechniające z wykorzystaniem platformy

Podczas tworzenia i administrowania platformą współpracy PSZ z pracodawcami Specjaliści ds. pozyskiwania klientów platformy będą aktywnie poszukiwać odbiorców i użytkowników projektu oraz informować ich a także zachęcać do korzystania z tego narzędzia. Ich zadaniem będzie również pozyskiwanie informacji zwrotnych na temat platformy. Dodatkowo w ramach zadania uruchomienia i testowania platformy aktywnie działać na rzecz upowszechniania i promocji platformy będą jej redaktorzy. Ich zadaniem będzie nie tylko pozyskanie ciekawego kontentu platformy, ale również proaktywne działania mające na celu stałą poprawę jakości portalu. Na platformie będą dodatkowo umieszczone materiały w postaci tutoriali m.in. nt. rozmów z młodymi matkami, nawiązywania współpracy z biznesem. Platforma będzie promowana poprzez pozycjonowanie, linki sponsorowane oraz FanPage.

Planuje się także, aby platforma jako powszechnie dostępne narzędzie w sieci była jednym z głównych kanałów upowszechniania informacji o projekcie, m.in. poprzez zamieszczane informacje na temat modelu i jego produktów, poprzez jej interaktywność i możliwość wymiany informacji oraz wysyłkę newslettera. Obecnie na platformie znajdują się najważniejsze informacje dotyczące projektu: raport z badań przeprowadzonych na etapie przygotowania projektu, planowanych w nim zadań, realizatorów projektu, wyników przeprowadzonych prac. Poprzez platformę upowszechnianie dokonywane jest ciągle, przez cały okres trwania projektu. Platforma skierowana jest zarówno do użytkowników, jak i odbiorców projektu.

→ Seminaria i warsztaty dla pracowników i kadry zarządzającej PSZ:

- **Seminaria**, podczas których kadra zarządzająca PSZ będzie zaznajamiana z produktami projektu zawłaszcza z Centrum Aktywnej Mamy z uwzględnieniem aspektów współpracy PSZ-pracodawcy. Będzie to również doskonała okazja do pozyskania opinii zwrotnych na temat produktów. Planuje się 16 seminariów jednodniowych x 13 uczestników dla 16 województw. Termin realizacji zadania II – IV kw. 2013 r.

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



- **Warsztaty (szkolenia) z zakresu współpracy z biznesem** prowadzone, aby przekazać pracownikom PSZ wiedzę nie tyle o samych produktach projektu, ale przede wszystkim o tym jak należy efektywnie współpracować z pracodawcami. Planuje się po jednym warsztacie dla 13 uczestników w 16 województwach trwającym 3 dni. Termin realizacji zadania II – IV kw. 2013 r.
- **Warsztaty (szkolenia) z zakresu przeprowadzania testu talentów** skierowane do pracowników PSZ. Prowadzone w celu promocji i upowszechniania produktu. 16 dwudniowych warsztatów dla 13 uczestników z każdego województwa. Termin realizacji zadania II – IV kw. 2013 r.

→ **Działania upowszechniające w ramach ośrodka Centrum Aktywnej Mamy (II kw. 2013 – I kw. 2014 r.):**

W ramach tego zadania uruchomiony zostanie testowy ośrodek Centrum Aktywnej Mamy, którego trzonem działania ma być rola HR Partnera dla PSZ oraz pracodawców, w tym przedsiębiorców. W zakresie działań upowszechniających w fazie testowania ważną rolę będzie pełnił koordynator CAM, którego zadaniem będzie aktywne pozyskiwanie klientów CAM, reagowania na ich opinie na temat produktu oraz w miarę możliwości szybkie reagowanie na sugerowane zmiany. Ponadto jego zadaniem będzie pozyskiwanie odbiorców, użytkowników oraz interesariuszy produktu poprzez następujące aktywności:

- Przygotowanie oraz wysyłka informacji do PSZ oraz przedsiębiorców zapraszających do wykorzystania usług CAM,
- Pozyskiwanie ofert pracy dla MSM,
- Aktywna rekrutacja MSM,
- Pozyskanie i ciągła aktualizacja kontaktów do decydentów, do mediów, interesariuszy projektu,
- Zorganizowanie we współpracy z PSZ zajęć wspierających dla MSM, takich jak: przygotowania planów rozwoju zawodowego, organizacja szkoleń „miękkich” i „twardych” oraz zajęć aktywizacyjnych,

Pozostałe działania upowszechniające:

- **Spotkania z przedstawicielami PSZ oraz pracodawców, w tym przedsiębiorców**, co najmniej jedno spotkanie na m-c,
- **Publikacja ogłoszeń w prasie biznesowej** na temat wypracowanego modelu współpracy (cykl 17 ogłoszeń),
- **Organizacja 3 webinarów**, przeznaczonych dla użytkowników i odbiorców projektu,
- **Przygotowanie oraz wysyłka informacji prasowych do mediów**, co najmniej raz na m-c. Baza mediów zawierająca co najmniej 80 rekordów,
- **Pozyskanie i ciągła aktualizacja kontaktów do decydentów, do mediów, interesariuszy**,

Faza upowszechniania i włączania do głównego nurtu praktyki (15.04.2014-14.08.2014):

- **Organizacja konferencji upowszechniającej wypracowany model** dla ok. 100 osób,

- **Działania upowszechniające na platformie opisane powyżej,**
- **Opracowanie publikacji** na temat produktów finalnych, dystrybucja 500 szt. do użytkowników projektu,
- **Publikacja ogłoszeń w prasie biznesowej** na temat wypracowanego modelu współpracy (cykl 8 ogłoszeń),
- **Organizacja 3 webinarów** przeznaczonych dla użytkowników i odbiorców projektu,
- **Przygotowanie oraz wysyłka informacji prasowych do mediów**, co najmniej raz na m-c. Baza mediów zawierająca co najmniej 80 rekordów,
- **Pozyskanie i ciągła aktualizacja kontaktów do decydentów, do mediów, interesariuszy,**
- **Cykl audycji w radiu (4 audycje)^{3*}**, profil radia nastawiony na MSM, dotarcie do kilku tysięcy słuchaczy z grupy docelowej projektu,
- **Przygotowanie pakietu materiałów promocyjnych⁴** dedykowanych dla użytkowników i odbiorców projektu ok. 100 pakietów w skład, których wejdą materiały drukowane, promocyjne. Będą to nośniki informacji na temat produktów projektu.

7. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

7.1 Cel działań włączających do głównego nurtu polityki

Działania włączające w projektach innowacyjnych mają kluczową rolę z punktu widzenia stosowania wypracowanego modelu. Z uwagi na charakter modelu oraz brak konieczności zmiany ustawodawstwa do jego stosowania przyjęto założenie, że włączanie będzie odbywało się w ramach mainstreamingu horizontalnego.

Beneficjent w ramach etapu przygotowania projektu pozyskał do współpracy następujących użytkowników modelu:

- **Urząd Pracy m.st. Warszawy,**
- **Miejski Urząd Pracy w Płocku,**
- **Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza,**
- **Milton Hotels Spółka z o. o.**

Celem działań włączających jest wdrożenie wypracowanego modelu do praktyki stosowania przez PSZ we współpracy z pracodawcami, w tym z przedsiębiorcami, co ma przełożyć się na bardziej efektywne wsparcie MSM

7.2 Grupy docelowe projektu, do których skierowane będą działania włączające.

Wymiar docelowy użytkownicy:

- 600 pracowników PSZ,
- 1000 pracowników przedsiębiorstw kluczowych z punktu widzenia zatrudniania nowej kadry.

⁴ W stosunku do pierwotnych zapisów we wniosku o dofinansowanie działania upowszechniające rozszerzono o cykl audycji w radiu oraz pakiet materiałów promocyjnych, zmiana ta jest uwarunkowana m.in. powstałymi oszczędnościami w budżecie z tytułu nie uwzględnienia przerwy technicznej na walidację produktu finalnego w budżecie projektu i brakiem działań upowszechniających skierowanych do MSM w oryginalnym wniosku oraz brakiem środków na materiały promocyjne typu ulotki.

Wymiar docelowy odbiorcy:

- Potencjalnie zainteresowane MSM. Przyjmuje się, że będzie to łącznie ok. 20 000 tys. kobiet⁵.
Interesariusze projektu zostali opisani w rozdziale VI. Plan upowszechniania.

7.3 Plan działań włączających

Intensywny etap działań włączających zaplanowany został na końcową fazę projektu, natomiast z uwagi na permanentne angażowanie odbiorców i użytkowników w proces testowania modelu, włączanie prowadzone jest w całym okresie realizacji projektu. Poniżej lista działań włączających:

- **Spotkania z przedstawicielami PSZ oraz pracodawców, w tym przedsiębiorców**, organizowane w ramach przestrzeni CAM oraz wirtualnych spotkań na platformie, która z założenia ma mieć charakter portalu społecznościowego. Ogromną rolę w tym procesie będzie pełnił Koordynator CAM, którego rola została opisana w planie upowszechniania.
- **Działalność w ramach Rady Programowej⁶**, jako ciała mającego wpływ na kształt modelu współpracy i zaangażowanego już w fazie testowania modelu. Członkami Rady Programowej będą przedstawiciele PSZ, samorządu województwa, biznesu, NGO, innych IRP i MSM, którzy wspólnie będą omawiać problem funkcjonowania PSZ w regionie w kontekście aktywizacji młodych matek i w efekcie wypracowywać formę wdrożenia modelu zgodną z uwarunkowaniami regionalnymi. W końcowej fazie wdrażania projektu planuje się min. 2 kluczowe spotkania z przedstawicielami Rady Programowej oraz spotkania robocze organizowane w miarę potrzeby.
- **Organizacja seminariów włączających (16 seminariów x 13 uczestników x 16 województw)⁶**, na które zostaną zaproszeni decydenci w PSZ w celu przekazania finalnych założeń modelu współpracy. Termin realizacji: II i III kwartał 2014 r.
- **Organizacja 4 webinarów**, podczas których przekazywana będzie wiedza i informacje na temat wypracowanego modelu współpracy i jego produktów użytkownikom i odbiorcom projektu. Termin realizacji: II i III kwartał 2014 r.
- **Organizacja warsztatów wdrażających test talentów do polityki i praktyki (16 warsztatów x 13 uczestników dla 16 województw)⁶**, przeznaczona dla pracowników PSZ, którzy będą korzystać z wypracowanego narzędzia w procesie wsparcia MSM. Termin realizacji: II i III kwartał 2014 r.

⁵ Liczba kobiet bezrobotnych na dzień 30 września 2012 r. w wieku do 25 lat samotnie wychowujących co najmniej jedno dziecko do 18 roku życia oraz które nie podjęły zatrudnienia po urodzeniu dziecka wynosi odpowiednio: 30 271 oraz 41 075. Źródło: MPIPS, portal publicznych służb zatrudnienia ww.psz.praca.gov.pl, statystyki rynku pracy, Statystyki strukturalne **listopad 2012**, TABLICA 40/T40

⁶ Powstanie Rady Programowej nie było uwzględnione we wniosku o dofinansowanie, ale jest kluczowe dla prawidłowego przetestowania modelu i wynikało w trakcie prac nad kształtem modelu współpracy i jego dalszego wdrażania podczas dyskusji z Partnerami projektu.

→ **Organizacja ok. 4 Dni Otwartych w CAM⁷**, na które zostaną zaproszeni decydenci, interesariusze (łącznie ok. 150 osób), zaprezentowane będzie również case study CAM. Podczas Dni Otwartych przeprowadzone zostaną również cykle spotkań dla odbiorców, użytkowników oraz interesariuszy z udziałem realizatorów projektu prezentujących poszczególne produkty. Termin realizacji: II i III kwartał 2014 r.

8. Kamienie milowe II etapu projektu

1. Podpisanie listów intencyjnych z PSZ w zakresie współpracy w ramach działalności CAM – kwiecień 2013 r.
2. Utworzenie Mazowieckiej Rady Programowej opiniującej przebieg fazy testowania i kształt produktów – do końca II kwartału 2013 r.
3. Rekrutacja uczestniczek do programu realizowanego w mazowieckim CAM – 15.04 – 31.05.2013 r.
4. Rekrutacja na szkolenia dla pracowników PSZ z współpracy z biznesem oraz w zakresie zastosowania testu talentów, oraz kadry zarządzającej PSZ na seminaria informacyjne – 15.04 – 30.05.2013 r.
5. Pozyskiwanie użytkowników platformy – II kw. 2013 r. – I kw. 2014 r.
6. Funkcjonowanie platformy – kreowanie współpracy PSZ-Biznes: cały okres realizacji projektu.
7. Objęcie wsparciem 20 kobiet w ramach programu mazowieckiego CAM – maj / czerwiec 2013 r. – 15.12.2013 r.
8. Przeprowadzenie szkoleń i seminariów informacyjnych – III i IV kwartał 2013 r.
9. Ocena rzeczywistych efektów testowanego produktu uwzględniająca raport zarówno z ewaluacji wewnętrznej projektu, jak i zewnętrznej produktu – styczeń / luty 2014 r.
10. Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego i złożenie go do właściwej KST celem jego walidacji – do 15.02.2014 r.
11. Przerwa techniczna na walidację produktu finalnego – 15.02 – 15.04.2014 r.
12. Działania wdrażające / włączające produkty do polityki/praktyki – 15.04 – 14.08.2014 r.
13. Działania upowszechniające w projekcie – 15.02.2013 r. – 14.08.2014 r. (z uwzględnieniem okresu powyższej przerwy technicznej)

Powyższe terminy różnią się od przedstawionych w aktualnym wniosku o dofinansowanie z uwagi na zmiany poczynione z powodu nie uwzględnienia w pierwotnym wniosku o dofinansowanie przerwy technicznej na walidację produktu finalnego. W związku z tym Beneficjent został zobowiązany przez IOK do aktualizacji harmonogramu realizacji projektu. Dokonane zmiany wynikają z potrzeby dopasowania powyższych terminów i działań do specyfiki projektów innowacyjnych, czyli do kluczowych etapów / faz w ich realizacji. Procedura wprowadzenia zmian została zainicjowana i stosowne dokumenty są przedmiotem obecnej weryfikacji IOK.

⁷ W stosunku do pierwotnych założeń z wniosku o dofinansowanie pojawiły się nowe działania wdrażające, są to spotkania z użytkownikami i odbiorcami projektu celem wdrożenia wypracowanych rozwiązań do powszechnego stosowania w praktyce, pierwotnie nie założono działań mających charakter osobistych spotkań z grupą docelową, które są postrzegane jako najbardziej efektywna forma działań wdrażających. Szczegółowy zakres zmian i ich uzasadnienie zostało przedstawione IOK i jest przedmiotem weryfikacji.

9. Analiza ryzyka

| Zagrożenie | Prawdopodobieństwo wystąpienia | Wpływ na realizację projektu |
|--|--------------------------------|------------------------------|
| Brak chętnych uczestników ze strony PSZ do szkolenia | 1 | 3 |
| Niechęć do stosowania testów w codziennej praktyce | 2 | 2 |
| Brak wsparcia ze strony kadry zarządzającej PSZ | 1 | 2 |
| Opór PSZ przed otwarciem się na współpracę z biznesem | 2 | 2 |
| Niedopasowany program szkoleń ze współpracy z biznesem do potrzeb uczestników | 1 | 2 |
| Brak łącza z dostępem do Internetu doradcy zawodowego | 1 | 3 |
| Niski przyrost użytkowników – pracowników PSZ | 2 | 2 |
| Niski przyrost użytkowników - pracodawców | 2 | 2 |
| Niski ruch na portalu | 2 | 2 |
| Trudności w znalezieniu odpowiedniego ośrodka na testowy CAM | 1 | 3 |
| Brak zainteresowania lokalnych PSZ w tworzeniu CAM | 2 | 3 |
| Rezygnacja lokalnych PSZ ze współpracy | 2 | 2 |
| Negatywny wydzźwięk projektu spowodowany stereotypowym postrzeganiem roli kobiety – matki i postrzeganie go, jako próbę aktywizowania wbrew ich woli | 2 | 2 |

35

Najważniejsze zagrożenia:

1. **Niechęć do stosowania TT w codziennej praktyce** – 2 dniowe szkolenia pokażą użyteczność narzędzia jakim są TT, nauczą doradców interpretacji wyników co przełoży się na ich chęć stosowania testów. Dwie wersje testów (papierowa i elektroniczna) dają elastyczność stosowania TT w zależności od wyposażenia stanowiska i preferencji osoby. Obszerne materiały informacyjne i szkoleniowe na temat TT dadzą poczucie kompetencji. Stosowny certyfikat zbuduje prestiż użytkownika.

Lider projektu:
ECORYS Polska Sp. z o.o.



Partnerzy projektu:
Business Inspirations Iwona Borawska



Polska Fundacja Komunikacji



Solution Sp. z o.o.



2. **Opór PSZ przed otwarciem się na współpracę z biznesem** – 3 dni szkolenia są tak zaprojektowane, żeby pokazać użyteczność współpracy i jej pozytywny wpływ na skuteczność PSZ. Wyjście od tematu roli PSZ i pozytywnej siły współpracy otworzy uczestników na nabycie umiejętności budujących tą współpracę. 3 dni szkolenia warsztatowego (interaktywne metody) pozwolą na zdiagnozowanie oporu i pracę z nim, co będzie skutkowało albo jego znacznym osłabieniem lub zaniknięciem.
3. **Niski przyrost użytkowników – pracowników PSZ oraz pracodawców oraz niski ruch na portalu.** Brak czasu, nieznamość korzyści, opór przed korzystaniem z nowego narzędzia, a także niski poziom promocji portalu i brak dostosowania treści do potrzeb użytkowników może bezpośrednio przełożyć się na brak zainteresowania uczestników do rejestracji oraz słaby „ruch” na portalu. Zadaniem specjalistów ds. pozyskiwania klientów będzie intensywna kampania promująca portal, zaś redaktorzy będą dostosowywać treść do potrzeb i animować dyskusje na platformie. Ważnym elementem będzie ciągła analiza satysfakcji użytkowników. Brak zainteresowania obu stron – pracodawców i PSZ do nawiązywania kontaktów w celu podnoszenia jakości wsparcia dla młodych matek za pośrednictwem platformy ma bezpośredni wpływ na realizację projektu. Biorąc pod uwagę to zagrożenie została opracowana platforma w konwencji portalu społecznościowego. Daje to szansę na odpowiednie animowanie dyskusji i inicjowanie kontaktów pomiędzy PSZ i pracodawcami przez zespół redakcyjny.
4. **Brak zainteresowania PSZ współpracą w tworzeniu CAM lub rezygnowanie PSZ z korzystania z modelu** – istnieje ryzyko, że część instytucji PSZ nie podejmie współpracy w tym obszarze. Konieczne jest stworzenie strategii komunikacyjnej (PR, marketing, upowszechnianie) i wysokiej jakości materiałów informacyjno-promocyjnych, na podstawie których treści przekazywane na linii projekt-PSZ będzie dla PSZ proste, zrozumiałe i wykorzystujące język „korzyści” etc. Wyliminuje to jakikolwiek szum komunikacyjny, wątpliwości i niezrozumienie ze strony PSZ, dzięki czemu będzie większa szansa na podjęcie jakościowo dobrej współpracy. Ważną rolę w eliminowaniu tego typu zjawisk będzie miała również Rada Programowa, Koordynator CAM, Koordynator Projektu oraz pozostali Partnerzy projektu, którzy będą musieli aktywniej animować pracowników PSZ.
5. **Negatywny wydźwięk projektu spowodowany stereotypowym postrzeganiem roli kobiet – matek** jest o tyle groźnym ryzykiem, iż może spowodować niechęć pracodawców do ich zatrudniania. A same matki mogą próbę aktywizowania postrzegać jak chęć odbioru świadczeń. Już wyniki raportu końcowego z badań przeprowadzonych na potrzeby projektu pokazały, iż pracownicy PSZ określają MSM jako grupę mało zmotywowaną do pracy. Podobnie MSM postrzegają pracodawcy. W związku z tym działania promocyjno-upowszechniające projektu nastawione są na budowanie pozytywnego wizerunku MSM, zwłaszcza w kontekście wartościowego pracownika. Z tego względu część wizerunkowa projektu skierowana do MSM opiera się na hasle promocyjnym *Ambitna mama. Ambitne dziecko*, aby pokazać matkom wartość jaką jest dążenie do własnego rozwoju społeczno-zawodowego. Dodatkowo Beneficjent przewidział, iż udzielając wsparcia MSM należy duży nacisk położyć na pracę na motywacji, poczuciu własnej wartości kobiet oraz zaszczepieniu chęci do rozwoju. Jeśli założone działania okażą się niewystarczające, ważną rolę w zapobieganiu ryzyka negatywnego postrzegania MSM będzie pełnił Koordynator CAM, który korzystając z wyników monitoringu oraz ewaluacji wewnętrznej będzie prowadził dodatkowe działania z pracodawcami, aby krok po kroku zmieniać postrzeganie MSM i podkreślać ich pozytywne strony.

Załączniki:

- Opis modelu współpracy.
- Wstępna wersja produktu finalnego – Centrum Aktywnej Mamy: Biznes plan Centrum Aktywnej Mamy.
 - Załącznik numer 1 do Wstępnej wersji produktu finalnego – Centrum Aktywnej Mamy: Założenia programowe Centrum Aktywnej Mamy.
- Wstępna wersja produktu finalnego – platforma społecznościowa www.PomysldlaMamy.pl.
- Wstępna wersja produktu finalnego - Podręcznik do stosowania Testu Talentów.
 - Załącznik numer 1 do Wstępnej wersji produktu finalnego – Podręcznik do stosowania Testu Talentów: Test Talentów wersja bez klucza.
 - Załącznik numer 2 do Wstępnej wersji produktu finalnego – Podręcznik do stosowania Testu Talentów: Test Talentów wersja elektroniczna.
 - Załącznik numer 3 do Wstępnej wersji produktu finalnego – Podręcznik do stosowania Testu Talentów: Ocena i recenzja Testu Talentów (3 ekspertów).
 - Załącznik numer 4 do Wstępnej wersji produktu finalnego – Podręcznik do stosowania Testu Talentów Program szkolenia: „Metodyka i wykorzystanie Testu Talentów w doradztwie zawodowym”.
- Program szkolenia: „Szkolenie dla pracowników Publicznych Służb Zatrudnienia z zakresu współpracy z pracodawcami”.
- Program seminarium: „Możliwości i sposoby nawiązywania współpracy Publicznych Służb Zatrudnienia z pracodawcami na rzecz Centrum Aktywnej Mamy”.
- Listy intencyjne użytkowników zainteresowanych wdrażaniem modelu.
- Raport końcowy z badania uwarunkowań i stanu współpracy Publicznych Służb Zatrudnienia z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy młodym, samotnym matkom zagrożonym wykluczeniem społecznym.