

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

Temat innowacyjny:

Współpraca podmiotów działających w obszarze zatrudnienia oraz integracji społecznej z przedsiębiorcami w zakresie ułatwiania wchodzenia na rynek pracy osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym.

Nazwa projektodawcy:

Lider projektu: **Szczecińska Fundacja Talent Promocja Postęp wraz z Partnerami:**

- **Stowarzyszenie Wsparcie Społeczne „JA-TY-MY”**
- **Związek Pracodawców Pomorza Zachodniego Lewiatan**
- **Powiat Myśliborski – Powiatowy Urząd Pracy w Myśliborzu**



JOBfirma jako model pracy z osobami bezrobotnymi 50+

Numer umowy:

Nr umowy UDA-POKL.01.02.00-00-025/11-00



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Spis treści

1. Uzasadnienie projektu.....	3
2. Cel wprowadzenia innowacji.....	10
3. Opis innowacji, w tym produktu finalnego	13
4. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego	19
5. Sposób sprawdzenia skuteczności innowacji	29
6. Strategia upowszechniania.....	33
7. Strategia włączania do głównego nurtu polityki	35
8. Kamienie milowe II etapu projektu	38
9. Zagrożenia realizacji projektu i działania zapobiegawcze	40

1. Uzasadnienie projektu

W Polsce głównymi dysponentami instrumentów reintegracji zawodowej i społecznej dla osób bezrobotnych 50+ są Ośrodki Pomocy Społecznej (OPS) w gminach i Powiatowe Urzędy Pracy (PUP). Wyniki badania ewaluacyjnego Raport ewaluacyjny „Analiza aktualnej struktury instytucji rynku pracy (PSZ) i instytucji pomocy społecznej (JOPS) w kontekście zakresu ich wzajemnej współpracy,” MPiPS 2009 r. wskazują, że **obecnie funkcjonujący system reintegracji społecznej i zawodowej jest nieefektywny i niewydolny**. W tym zakresie działania są rozdrobnione i nikt nie czuwa nad przebiegiem całego procesu. Instytucje nie wymieniają danych między sobą, nie koordynują działań i współpracy. Zauważalny jest **brak sieci współpracy** jednostek samorządu terytorialnego (JST) z pracodawcami i organizacjami pozarządowymi (NGO), brak zintegrowanej i dostępnej wszystkim instytucjom bazy danych klientów korzystających z usług aktywizacji zawodowej i pomocy społecznej; brak wspólnie wypracowanej strategii. Mankamenty strategicznego planowania rozwiązywania problemów społecznych uwypukla Raport Analiza strategii rozwiązywania problemów społecznych H.Lipke, A.Hryniewiecka, IRSP W-wa, 2008 r.

Zjawisko to potwierdzają **wyniki badań ilościowych i jakościowych** przeprowadzonych w powiatach myśliborskim i zgierskim (W. Talik: Raport z badań ilościowych i jakościowych przeprowadzonych w ramach projektu „JOBFIMA jako model pracy z osobami bezrobotnymi 50+” Szczecin 2012 r.) dotyczących skuteczności działań instytucji rynku pracy i instytucji pomocy społecznej oraz ich współpracy z innymi organizacjami. Badaniami jakościowymi objęto przedstawicieli instytucji rynku pracy oraz instytucji pomocy społecznej, natomiast do badań ilościowych zaproszono dodatkowo osoby bezrobotne powyżej 50 roku życia i przedsiębiorców z mikro- i małych firm. Badania ilościowe przeprowadzono na:

- 205 bezrobotnych (100 z powiatu zgierskiego, 105 z myśliborskiego)
- 61 przedsiębiorców z KMU (35 Myślibórz, 25 Zgierz)
- 50 PSZ (po 25 na każdy powiat).

Badania jakościowe w formie wywiadów pogłębionych przeprowadzono z 50 osobami z IRP i IPS, po 25 na powiat.

Brak koordynacji działań PSZ i JOPS uderza przede wszystkim w klientów pomocy społecznej, głównie tych zagrożonych wykluczeniem społecznym, ponieważ rozproszenie zadań i ich powielanie w kilku instytucjach powoduje dezinformację i niezadowolenie. Dublowanie się obowiązków i zadań organów polityki pracy i pomocy społecznej świadczy o słabości systemu. Ponadto istnieje obawa, że podejmowane nieliczne próby wspólnej pracy na rzecz klientów zakończą się z chwilą zaprzestania działań projektowych tj. do czasu trwania realizacji PO KL (źródło: Raport ewaluacyjny „Analiza ...” MPiPS, 07.2009 r.)

W krajach zachodnich środki finansowe „adresowane” są na konkretną osobę, która otrzymuje kompleksowe wsparcie PSZ i JOPS, a te weryfikują, czy to wsparcie jest skuteczne, a środki wydatkowane racjonalnie. W Polsce środki przeznaczane na transfery socjalne

stanowią 38,7% ogółu wydatków, średnia dla UE- 33,2%. Wydatki na świadczenia społeczne przewyższają poziom wydatków na wynagrodzenia pracowników. W odniesieniu do tej kategorii średnia dla „nowej Unii” wynosi 25,6%, a dla UE-27–24,9% (Sektor publiczny w Polsce. Efektywność w dobie kryzysu, marzec 2009 r.)

Ponadto **aktywność zawodowa osób starszych w Polsce jest niska**. Polska ma jeden z najniższych w Europie wskaźników zatrudnienia osób starszych. Dla wieku 50+ to 29,6%. Wśród ponad 13 mln Polaków 50+, nie pracuje ponad 9 mln osób. Średnia wartość dla całej UE w grupie wiekowej 55-64 to 42,5% (źródło: Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, W-wa 2010 r.). W Europie zasługą wysokiego odsetka aktywnych zawodowo w tej grupie są dobre praktyki w zakresie zarządzania wiekiem; przykładem - praktyki z Niemiec, gdzie odsetek zatrudnionych w tej grupie wiekowej wynosi 56,2 % (źródło: Agentur für Arbeit, Arbeitsmarktreport 2010 r.). Natomiast w Polsce dostępne metody i narzędzia wsparcia, jakimi posługują się pracownicy PUP i OPS są niewystarczające, mało efektywne, krótkotrwałe, nie wpływają ani na zmianę postaw ani na zmianę środowiska pracodawców. Wynika to z danych statystycznych, wg. raportu MPiPS liczba bezrobotnych 50+ we wrześniu 2009 r. - wyniosła 20,2% ogółu bezrobotnych, a w 2011 r. - 21,9%. Z liczby 345,9 tys. osób wzrosła do 407,9 tys. Z analizy danych wynika, że problem ten definiuje się równorzędnie na trzech poziomach: bezrobotni 50+, instytucje wsparcia (PUP,OPS) i pracodawcy.

W projektowaniu form nowoczesnego wsparcia rozwoju zawodowego grupy docelowej Wnioskodawca zamierza wykorzystać **doświadczenia niemieckie**. Celem projektu jest adaptacja niemieckiego narzędzia wsparcia dla osób 50+ i stworzenie adekwatnej do polskich realiów innowacyjnej koncepcji rozwoju kompetencji bezrobotnych osób 50+.

Projekt będzie skierowany do osób bezrobotnych z grupy wiekowej 50+ i zostanie przetestowany na terenie powiatów o wysokim wskaźniku bezrobocia w województwie łódzkim - powiat zgierski - 2632 osoby bezrobotne co stanowi 26,7% ogółu bezrobotnych - w tym 38,5% kobiet i województwie zachodniopomorskim - powiat myśliborski - 869 osób, co stanowi 22,2% ogółu bezrobotnych, w tym 42,12% kobiet.

Obecnie funkcjonujące rozwiązania w zakresie wsparcia dla bezrobotnych 50+ w Polsce w ich wymiarze formalnym i praktycznym odznaczają się skrajnie niską efektywnością, mierzoną stopą zatrudnienia i sytuują Polskę na przedostatnim miejscu w Europie.

Według danych EUROSTAT stopa zatrudnienia w grupie 55-64 lata w 2010 r. wynosiła średnio dla (UE – 27) 46%. Najwyżej Szwecja 70%, Polska ze stopą 34,5% uplasowała się nad przedostatnim miejscem przed Maltą – 30,1%.

W przypadku kobiet sytuacja przedstawia się bardziej krytycznie. Średnia (EU – 27) 37,8%, Szwecja 66,7%, Estonia 61,2%, Polska – 21,9% (przedostatnia), Malta 11,2%.

Według licznych badań prowadzonych w Polsce, poświęconych przyczynom niezwykle wysokiego bezrobocia w tej grupie wiekowej i w konsekwencji wstydlwego miejsca Polski w grupie 27 państw członkowskich UE, a tym samym wręcz przepaści dzielącej nas od liderów, wynika iż owe przyczyny od lat są podobne - by nie rzec takie same i mają swoje podłoże wynikające z braku kompleksowego i skoordynowanego systemu wsparcia ze strony odpowiedzialnych instytucji, czy też w negatywnym portrecie bezrobotnego 50+ funkcjonującym w przestrzeni publicznej.

Negatywny portret bezrobotnych osób 50+ funkcjonujący w przestrzeni publicznej

W przestrzeni publicznej na ogół funkcjonuje negatywny portret osób bezrobotnych w wieku powyżej 50 lat. Na ogół krytyczne oceny pokolenia 50+ generowane są w oparciu o stereotypy. Decydujące znaczenie mają tu oceny pracodawców. Zderzenie poszukujących pracy ludzi 50+ z tymi ocenami przybiera kształt trudnej częstokroć do pokonania bariery.

Według pracodawców cechami wyróżniającymi tę kategorię wiekową są:

- a) Obciążenia historyczno-mentalne (głównie złe nawyki pracy funkcjonujące w minionym ustroju, dziś dysfunkcjonalne)
- b) Obciążenia ekonomiczne będące implikacją takich cech jak:
 - gorszy stan zdrowia,
 - mniejsza wydajność,
 - roszczeniowość,
 - blokowanie pracy młodym.
- c) Obciążenia merytoryczne, na które składają się takie elementy jak:
 - niekompetencja, wynikająca z niższego poziomu wykształcenia, braku podstawowych umiejętności w zakresie obsługi komputera i posługiwania się językami obcymi, braku specjalistycznych umiejętności, niechęci wobec nowości i nabywania nowych umiejętności,
 - brak samodzielności, wycofanie, trudna adaptacja do zmieniających się warunków,
 - niska samoocena i brak wiary we własne siły,
 - obawa przed konkurencją ze strony młodych z poczuciem zagrożenia w sytuacji pracy w młodym zespole.

Godzi się wspomnieć, iż w wielu badaniach pracodawcy, porównując starszych pracowników z młodymi, lepiej ich oceniają pod kątem doświadczenia zawodowego oraz szacunku dla firmy.

Część ocen składających się na negatywny portret osób 50+ podawana jest także przez przedstawicieli PSZ. Sami przedstawiciele grupy 50+ w większości za główną przeszkodą

w znalezieniu przez nich pracy podają swój wiek, a także negatywne postrzeżenie przez nich działań PSZ i JOPS. Działania te percypują jako nieskoordynowane i nieefektywne.

Bezrobotni w powiatach myśliborskim i zgierskim

Bezrobotni 50+ w powiecie myśliborskim

Według danych uzyskanych z PUP w Myśliborzu wynika, że na koniec listopada 2012 r. zarejestrowanych było ogółem 3923 osób z czego 54% to kobiety, w tym z prawem do zasiłku tylko 548 osób. Długotrwale bezrobotni stanowili 47,8% w tym 29% kobiet. Na wsi zamieszkują 1852 osoby, a więc 47% ogółu bezrobotnych. Osoby bezrobotne 50+ to 996 osób co stanowi 25,38% z ogółu bezrobotnych w tym 9,86% kobiet.

Badania przeprowadzone w powiecie myśliborskim, na użytek projektu „JOBfirma jako model pracy z osobami bezrobotnymi 50+”, których wyniki zostały przedstawione w Raporcie Badawczym, zrealizowanym w I etapie projektu potwierdzają wyżej przedstawioną charakterystykę bezrobotnego 50+. Wg badań grupę tę charakteryzuje mała mobilność, niska elastyczność i niechęć do zmiany, a co się z tym wiąże mała aktywność społeczna, mała wydajność i efektywność oraz postawa roszczeniowa. Tak wypowiadają się o bezrobotnych 50+ przedstawiciele instytucji rynku pracy i instytucji pomocy społecznej.

W ocenie pracodawców osoby 50+ mają mniejszą wydajność, częściej chorują i nie są zainteresowani zmianą lub ponoszeniem kwalifikacji. Pracodawcy w ocenie bezrobotnego 50+ ulegają utartym stereotypom dotyczącym tej grupy bezrobotnych.

Natomiast sami zainteresowani - bezrobotni 50+ w większości negatywnie oceniają skuteczność działań instytucji rynku pracy i instytucji pomocy społecznej - 56,8%, choć w powiecie myśliborskim częściej niż w zgierskim, deklarują, że wiedzą gdzie mają szukać pomocy - 59,5% , to jednak bardziej krytycznie oceniają skuteczność tych instytucji.

Osoby bezrobotne 50+ deklarują chęć pracy aż do emerytury, podkreślają ważność pracy zawodowej, wysoką motywację i wkładanie wysiłku w poszukiwanie pracy oraz gotowość do zdobywania nowych kwalifikacji, lecz jednocześnie uważają, że niewiele od nich zależy. Uważają, że uzyskanie zatrudnienia jest przypadkowe i nie warto być mobilnym, bo i tak nie mają szans na rynku pracy. Mają poczucie osamotnienia, trudności z sięganiem po pomoc, a ponad połowa nie wie jakie ma prawa w sytuacji, kiedy utracili pracę i nie mają środków na swoje utrzymanie.

Mając problemy z zatrudnieniem uważają, że ludzie niechętnie im pomagają i nikt nie przejmuje się ich losem.

Podsumowując, osoby bezrobotne 50+ w powiecie myśliborskim nie odbiegają od ogólnego profilu tej grupy, choć prezentują postawę zwątpienia, że nie warto być mobilnym na rynku pracy, za to chętnie się uczą nowych rzeczy. Pomoc psychologiczna oraz aktywizacja i objęcie ich odpowiednim wsparciem może te przekonania zmienić.

Bezrobotni 50+ w powiecie zgierskim

Powiat zgierski - znacznie przewyższa średnią stopę bezrobocia w województwie łódzkim (koniec września 2012 r. - 17,3%, przy 13,2% dla województwa).

Sytuacja osób 50+ na rynku pracy – głównie są to osoby bierne zawodowo, niezarejestrowane w PUP - 26% osób w wieku 45-54 i 70% osób w wieku 55-59 (64 M), przy bezrobociu wynoszącym dla ww. grup wiekowych odpowiednio 9,1% i 2,5%.

Z analizy sytuacji kobiet i mężczyzn 50+ - wynika, że kobiety częściej i wcześniej porzucają aktywność zawodową, natomiast mężczyźni są bardziej zagrożeni bezrobociem. W grupie wiekowej 45-54 bierność zawodową wykazuje 17,7% M i aż 31,8% K. Różnica pogłębia się z wiekiem, w grupie 55-59 (64 M) bierność zawodową wykazuje 58,6% M i aż 75,3% K. Stopa bezrobocia w ww. grupach wiekowych w przypadku kobiet wzrasta o 1,4 pkt. %, przypadku mężczyzn o 2,2 pkt. %.

Na zgierskim rynku pracy – najwięksi pracodawcy poszukują głównie pracowników w branży transportowej, na stanowiska: magazyniera i operatora wózków. Prace te wykonywane są głównie przez mężczyzn, ale w ostatnich dwóch latach nastąpił wzrost liczby kobiet na tych stanowiskach w wyniku przekwalifikowań. 27% bezrobotnych mężczyzn i 39% kobiet po 45 roku życia podejmuje kursy z własnej inicjatywy.

Najmniejsze zmiany strukturalne (liczba bezrobotnych utrzymujących się na podobnym poziomie) – zachodzą w grupie osób 50+ (zdezaktualizowane kwalifikacje, wiedza i umiejętności). Wynika to m.in. z tego powodu, że: oferty skierowane są głównie do osób młodszych, często długa przerwa w pracy, kwalifikacje zawodowe niedostosowane do wymogów obecnego rynku, brak emigracji zarobkowej, najniższa mobilność, rzadko podejmowane samozatrudnienie, brak strategii wsparcia dla tej grupy wiekowej, stereotyp starszego pracownika jako mniej efektywnego i elastycznego, niedostosowanego do nowych wymagań (obsługa komputera i nowoczesnego sprzętu biurowego).

Wobec powyższego struktura osób bezrobotnych (od stycznia do września 2012 r.) według wieku kształtuje się następująco:

- 64,2% w wieku produkcyjno-mobilnym (18-44 lata; 6.947 osób),
- 21,2 % - 45-54 lata; 2295 osób
- 11,3% - 55-59 lat; 1225 osób
- 3,3 % - 60-64 lata; 360 osób

Na koniec września 2012 ilość bezrobotnych w grupie 50+ wyniosła 2854 osób (26,4% bezrobotni ogółem). Napływ do bezrobocia wyniósł 1853 osób, zaś odpływ 1814 osób. Spośród osób wyłączonych z ewidencji - 686 podjęło pracę, co stanowi - 37,8%.

Krytyczna ocena skuteczności istniejących metod i instrumentów wsparcia dla bezrobotnych 50+

Na ogół PSZ i JOPS – powołując się odpowiednio na Ustawę o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy i Ustawę o pomocy społecznej, proponują standardowe formy wsparcia, przeznaczone dla szerszego grona odbiorców bez względu na wiek. Instytucje te nie dokonują kompleksowej diagnozy potrzeb osób 50+, co uniemożliwia opracowanie i realizację indywidualnego planu rozwoju zawodowego (IPD, kontrakt socjalny). Ponadto o efektach PSZ i JOPS skierowanych do osób 50+ mało wiedzą przedsiębiorcy. Brak jest specyficznych metod i narzędzi, którymi posługiwałyby się PSZ i JOPS w działaniach wspierających tę grupę osób. Na ogół brak jest inicjatyw i ofert skierowanych przez PSZ i JOPS dla przedsiębiorców, których celem byłoby wsparcie dla osób bezrobotnych 50+ i/lub dojrzałych pracowników. Większość przedsiębiorców nie współpracuje z PSZ i JOPS, co osłabia i tak skromne działania tych instytucji, adresowane do osób 50+. Spotykane na ogół formy współpracy ograniczają się głównie do praktyk i staży.

Skuteczność działań PSZ i JOPS obniżają dodatkowo:

- czynniki systemowe np. brak ujednoliconej praktyki wobec osób 50+,
- specyfika grupy 50+,
- widoczna niechęć większości pracodawców wobec tej grupy wynikająca w dużej mierze z uprzedzeń i stereotypów,
- słaba współpraca z innymi organizacjami, w tym zagranicznymi.

Równie krytycznie oceniane są instrumenty wsparcia (a raczej ich brak) dla starszych pracowników.

Znaczenie współpracy różnych podmiotów na rzecz skuteczności działań wobec bezrobotnych 50+ w ocenie tych podmiotów w świetle badań przeprowadzonych w ramach projektu.

Instytucje świadczące wsparcie w zatrudnianiu osób powyżej 50 r.ż. deklarują współpracę z innymi organizacjami – 72% badanych w woj. zachodniopomorskim i 68% w woj. łódzkim, jednakże jednocześnie wskazują na niską jakość tej współpracy. W ocenie respondentów w badaniu skuteczności działań instytucji rynku pracy i instytucji pomocy społecznej, również współpraca z organizacjami zagranicznymi jest słaba: 72% woj. zachodniopomorskie i 68 woj. łódzkie – jednym z nielicznych przykładów takiej współpracy ponadnarodowej jest współpraca z firmami zatrudniającymi kobiety w charakterze opiekunek osób starszych w Niemczech. Także współpraca z przedsiębiorcami jest niewystarczająca, co przekłada się na sytuację bezrobotnych 50+ na rynku pracy.

Bariery w tworzeniu właściwych form współpracy między różnymi podmiotami na rzecz ograniczania bezrobocia i przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu:

- ograniczenia prawne - brak odpowiednich przepisów regulujących współpracę,
- ograniczenia finansowe - brak środków na finansowanie wspólnych inicjatyw,
- ograniczenia czasowe - brak czasu na dodatkowe inicjatywy poza obowiązkami statutowymi (ustawowymi),
- nadmierna biurokracja,
- postrzeganie partnerów lokalnych jako konkurencji (partnerzy lokalni w rozumieniu podmiotów, zajmujących się w różnym stopniu problematyką opisaną w projekcie, głównie: IRP, IPS i NGO – konkurencyjność w tym wypadku wynika z faktu ubiegania się częstokroć o te same środki finansowe, przeznaczone na realizację przedmiotowych celów, dla tej samej grupy docelowej, itp.),
- niezadowolające angażowanie się we współpracę przez potencjalnych partnerów.

Jak wskazano w Krajowym Raporcie Badawczym, „podejmowane przez pracowników socjalnych działania były nieskuteczne i rodziły frustrację nie tylko wśród pracowników socjalnych, ale i klientów pomocy społecznej, w niektórych ośrodkach pomocy społecznej zaczęto podchodzić do pracy socjalnej z osobą bezrobotną szerzej, uznając, że pracownik socjalny ma za zadanie nie tylko kontrolowanie aktywności bezrobotnego w poszukiwaniu pracy, ale przede wszystkim wspieranie go w poszukiwaniu i znalezieniu pracy. Uznano, że **praca socjalna na rzecz rozwiązywania problemu bezrobocia** mogłaby polegać na pomocy w:

- a. nabywaniu umiejętności poszukiwania pracy,
- b. uzyskaniu możliwości udziału w programach i zajęciach aktywizujących dla bezrobotnych,
- c. uzyskaniu dostępu do szkoleń przekwalifikowujących lub doskonalących posiadane kwalifikacje,
- d. uzyskaniu możliwości podjęcia pracy w formach subsydiowanych przez urzędy pracy (prace interwencyjne, roboty publiczne),
- e. adaptacji w środowisku pracy - w tym praca nad zmianą postaw i wartości w odniesieniu do pracy zawodowej - nauka poprawnych zachowań w środowisku pracy,
- f. dotarciu do pracodawców,
- g. uzyskaniu miejsca pracy na stanowisku przystosowanym dla osób niepełnosprawnych,
- h. ustaleniu pozycji, możliwości i szans zatrudnienia na istniejącym rynku pracy oraz wsparciu bezrobotnego i jego rodziny w sytuacji pozostawania bez pracy.”

Większość spośród postulatów wskazanych dla skuteczności działań pracowników socjalnych w Krajowym Raporcie Badawczym koresponduje z założeniami JOBfirmy, która proponuje konkretne narzędzia do pracy z bezrobotnymi 50+, takie jak: **bilans kompetencji**,

wielopoziomowy schemat aktywizacji, interdyscyplinarny zespół do pracy z bezrobotnym, funkcję JOBscouta (doradca integracyjny), które zostały sprawdzone w warunkach niemieckich jako skuteczne narzędzia w działalności instytucji rynku pracy.

Konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów

- Wysokie koszty świadczeń społecznych
- Zagrożenie wykluczeniem społecznym grupy 50+
- Niewykorzystanie potencjału bezrobotnych 50+ na rynku pracy
- Nasilenie się społecznej patologii (agresja, alkoholizm, rozpad więzi rodzinnych)

Konkluzje

Wobec utrzymującej się przez lata bardzo niskiej efektywności funkcjonowania systemu wsparcia dla bezrobotnych osób 50+ (mierzonej stopą zatrudnienia) należy zbudować model działający w oparciu o inne założenia i instrumenty, redukujący podstawowe wady istniejącego systemu.

Skoro przyczyny tak wielkiego bezrobocia w grupie 50+ są tak wielorakie i złożone, a istniejące metody i narzędzia dla bezrobotnych tak mało skuteczne, to wzorem wielu dobrych praktyk stosowanych w innych państwach należy zbudować pakiet działań i instrumentów skierowanych do tej grupy, które będą: kompleksowe, skoordynowane i koordynowane przez jeden podmiot. Ponadto działania te odznaczać się będą takimi cechami jak wielosektorowość, zindywidualizowanie, długookresowość oraz wszechstronność, ale też będą charakteryzować się one odpowiednią jakością (skutecznością, użytecznością, efektywnością). Jednocześnie złożoność organizacyjna projektu jako taka pociąga potrzebę koordynacji.

2. Cel wprowadzenia innowacji

Cel główny: Wyposażenie PSZ w skuteczne narzędzia pracy z osobami 50+ poprzez przetestowanie jego w dwóch powiatach: zgierskim – województwo łódzkie i myśliborski – województwo zachodniopomorskie w okresie od 1.06.2012 do 28.02.2015 r.

Podstawowym wskaźnikiem pomiaru celu głównego będzie liczba instytucji PSZ, które zostaną wyposażone w skuteczne narzędzia pracy z osobami 50+.

Źródłem pomiaru będzie dokumentacja tworzona podczas etapu testowania wstępnej wersji produktu (III 2013 r. - X 2014 r.)

Cel główny przedstawiony w strategii ma identyczne brzmienie, jak we wniosku o dofinansowanie.

Cele szczegółowe:

Cele szczegółowe projektu	Wskaźnik pomiaru celu	Wartość obecna wskaźnika			Wartość docelowa wskaźnika			Źródło weryfikacji/ pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwości pomiaru
		K	M	O	K	M	O	
Zaadaptowanie niemieckiego modelu ukierunkowanego na podniesienie aktywności zawodowej osób w wieku 50+ w okresie 8 miesięcy	Liczba zaadaptowanych modeli	0	0	0	0	0	1	Raport opisujący stan rzeczywisty skuteczności działań IRP i IPS (IX 2012) Sprawozdania ZE sporządzane cyklicznie po spotkaniach (X 2012-I 2013) Wstępna wersja produktu (I 2013) Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)
Podniesienie jakości współpracy w zawiązaniu partnerstwa lokalnego na rzecz integracji społecznej z PSZ, JOPS, NGO oraz pracodawcami w okresie 9 miesięcy w 2 powiatach: myśliborskim i zgierskim	Liczba nawiązanych partnerstw	0	0	0	0	0	2	Porozumienia po 1/powiat (III 2013) Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)
	Liczba instytucji wchodzących w skład partnerstw	0	0	0	0	0	6	Porozumienia po 3 instytucje/powiat (III 2013) Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)
Potwierdzenie adekwatności dokonanej adaptacji modelu poprzez przetestowanie w okresie 18 miesięcy rozwiązań w warunkach polskich w powiatach myśliborskim i zgierskim	Liczba PSZ, które przetestowały model	0	0	0	0	0	2	Dokumentacja tworzona podczas etapu testowania wstępnej wersji produktu (III 2013-X 2014) Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)
	Różnica pomiędzy liczbą osób 50+ (40 osób objętych projektem, w tym 24 K), które uzyskały zatrudnienie, a liczbą osób 50+ (grupa porównawcza również 40 osób, w	0	0	0	5	3	8	Raport ewaluacyjny (XI 2013), kserokopia umów o zatrudnieniu z odbiorcami (I 2014-X 2014) Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)

	tym 24K), które uzyskały zatrudnienie							
	Liczba osób, które ukończą projekt	0	0	0	19	13	32	Listy obecności (pomiar każdego dnia), formularze zgłoszeniowe (okres rekrutacji). Lista wydanych zaświadczeń ukończenia szkolenia. Sprawozdania z ewaluacji wew.(1 raz/kwartał)
Uzyskanie praktycznej wiedzy o rozwiązaniach niemieckich podczas 2 wizyt studyjnych w Niemczech w okresie przygotowywania produktu i testowania	Liczba użytkowników projektu, którzy nabyli wiedzę w zakresie niemieckich JOBfirm	3	5	8	10	10	20	Lista obecności wizyt studyjnych w Niemczech (XI 2012,IV 2013)Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)
Upowszechnienie wypracowanego modelu na terenie całej Polski do lutego 2015 wśród łącznie 160 PSZ, JOPS, NGO i pracodawców	Liczba instytucji, wśród których upowszechniono model	0	0	0	0	0	160	Lista obecności tworzona po każdej z konferencji upowszechniających, lista odbioru wypracowanych narzędzi (10instytucji/woj) XI 2014-I 2015, Sprawozdania z ewaluacji wew. (1 raz/kwartał)

Przedstawione w strategii wskaźniki nie uległy zmianie w stosunku do wniosku o dofinansowanie.

3. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

Innowacyjność będzie się przejawiała **w formach wsparcia** osób bezrobotnych 50+. Proponowany model i narzędzia do rozwiązania zdiagnozowanych problemów nie były dotąd w Polsce stosowane. Innowacyjność przedsięwzięcia będzie się przejawiała **w adaptacji modelu**, funkcjonującego w Niemczech do warunków polskich. Innowacyjność będzie polegała również na **wykorzystaniu potencjału** NGO's, PSZ, JOPS, które będą mogły być wykonawcami zadań dotyczących JOBfirmy oraz **wykorzystaniu skutecznych działań partnerstw** zawiązywanych na rzecz osób bezrobotnych 50+.

Produkt finalny będzie obejmował **model współpracy** czterech podmiotów - PSZ, JOPS, NGO's i pracodawców oraz **narzędzie** – JOBfirma, do wykorzystania w pracy z bezrobotnymi 50+. Opis znajdować się będzie w podręcznikach dla: użytkowników i pracodawców. Wypracowane produkty będą stanowiły element do upowszechnienia i włączenia do polityki społecznej na poziomie lokalnym. Ponadto wypracowane produkty mogą mieć zastosowanie nie tylko wobec bezrobotnych, ale stanowić wsparcie do różnych innych rozwiązań np. na rzecz przedsiębiorców.

Wartość dodana innowacji w stosunku do obecnej praktyki: bez środków EFS projektodawca nie byłby w stanie zbudować modelu pracy z osobami zagrożonymi wykluczeniem w grupie 50+ na rzecz integracji społecznej, wspieranej przez partnerstwa lokalne, mając na względzie uzasadnienie wskazane wyżej. Ponadto dzięki środkom EFS model będzie budowany przy zachowaniu wysokich standardów jakościowych. Możliwe będzie oszacowanie skuteczności wpływu oddziaływań na bezrobotnych w wymiarze: aktywności poszukiwania pracy, skuteczności jej znajdowania oraz trwałości zatrudnienia poprzez oszacowanie różnicowe na podstawie badań grupy eksperymentalnej i porównawczej.

Wypracowany produkt przyniesie po wdrożeniu trwały efekt, który realnie przyczyni się do bardziej efektywnego wykorzystywania środków na walkę z bezrobociem w kraju, zgodnych z rozwiązaniami stosowanymi w innych krajach UE.

Innowacyjnym produktem finalnym projektu będzie JOBfirma jako narzędzie pracy dla bezrobotnych 50+. Zespół ekspercki ustalił, że najlepszą formą podmiotu JOBfirma byłaby organizacja pozarządowa - posiadająca status instytucji rynku pracy (lub organizacja nie posiadająca takiego statusu) oraz status agencji zatrudnienia i mająca udokumentowane doświadczenie w realizacji zadań, których celem jest aktywizacja osób bezrobotnych.

Będzie to kompleksowa usługa integracji beneficjentów 50+. Przez kompleksową integrację rozumiana jest nie tylko integracja zawodowa, ale także społeczna, przy czym w proces integracji włączani będą sami beneficjenci, jaki i odpowiedzialne za nich instytucje oraz pracodawcy.

Na etapie testowania produktu nie można jednoznacznie określić, czy JOBfirma będzie usytuowana przy PSZ, czy nie, ponieważ właśnie zasadność jej usytuowania przy PSZ lub przy organizacji pozarządowej Wnioskodawca zamierza przetestować w drugiej fazie projektu. Takie było od początku założenie projektu, którym sugerowano się już przy doborze partnerów projektu. Stąd JOBfirma w Myśliborzu powstanie przy PUP, a JOBfirma w Zgierzu – przy NGO (Stowarzyszenie Wsparcie Społeczne JA-TY-MY). Testowanie JOBfirmy, usytuowanej przy dwóch różnych formach podmiotów powinno dać odpowiedzi na pytania, dotyczące jakości tworzonych partnerstw, gotowości partnerów operacyjnych i wspierających do współpracy, barier formalnych i prawnych, czy zaufania bezrobotnych do modelu JOBfirmy usytuowanego przy PSZ i przy NGO.

Grupy docelowe to użytkownicy i odbiorcy produktu.

Użytkownicy produktu:

- pracownicy IRP
- pracownicy OPS
- NGO's
- pracodawcy

wymiar docelowy: około 126 tys. pracowników/-czek świadczących usługi pomocy społecznej lub usługi w strukturach urzędu pracy na rzecz wykluczonych społecznie (źródło: MPiPS), weryfikowani na podstawie kwalifikacji zawartych w Ustawie o pomocy społecznej oraz Ustawie o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

Odbiorcy produktu

Osoby bezrobotne powyżej 50 r.ż. potencjalnie zagrożone wykluczeniem społecznym, korzystające ze świadczeń na terenie Polski

Wymiar docelowy – 407 tys. osób. które będą mogły skorzystać z nowego modelu po jego wdrożeniu na poziomie regionalnym – (źródło: MPiPS informacja o bezrobotnych 09.2011 r).

Celem funkcjonowania JOBfirmy będzie realizacja oraz koordynacja głównych działań związanych ze wsparciem dla bezrobotnych 50+ w celu ich powrotu na rynek pracy, przy ścisłej współpracy z PSZ (głównie PUP), JOPS (głównie OPS i PCPR) oraz jednostkami samorządu terytorialnego, pracodawcami i NGO.

W przypadku powiatu zgierskiego JOBfirma będzie miała status organizacji pozarządowej jako wyodrębniona jednostka w strukturze Stowarzyszenia Wsparcie Społeczne JA - TY - MY – ostateczna forma prawna JOBfirmy ma się wyłonić w trakcie testowania.

W przypadku powiatu myśliborskiego JOBfirma będzie miała status jednostki organizacyjnej PUP, powołanej decyzją Zarządu Powiatu o zmianie w regulaminie organizacyjnym PUP na wniosek dyrektora PUP.

Formą prawną podmiotu JOBfirma będzie np. jednostka organizacyjna danej instytucji (np. organizacji pozarządowej), posiadająca status instytucji rynku pracy (lub nie posiadająca

takiego statusu), posiadająca status agencji zatrudnienia oraz mająca udokumentowane doświadczenie w realizacji działań, których celem jest aktywizacja zawodowa osób bezrobotnych.

Status JOBfirmy nadawany będzie w oparciu o określone poniżej zobiektywizowane kryteria:

- okres funkcjonowania podmiotu (minimum dwa lata),
- posiadanie statusu instytucji rynku pracy lub udokumentowane doświadczenie w tym zakresie,
- zatrudnianie pracowników przeszkolonych z zakresu funkcjonowania JOBfirmy,
- legitymowanie się obrotami umożliwiającymi funkcjonowanie JOBfirmy oraz płynność finansowa,
- doświadczenie we współpracy z PSZ, JOPS, JST, w tym współpraca w formie partnerstwa,
- udokumentowana współpraca z pracodawcami.

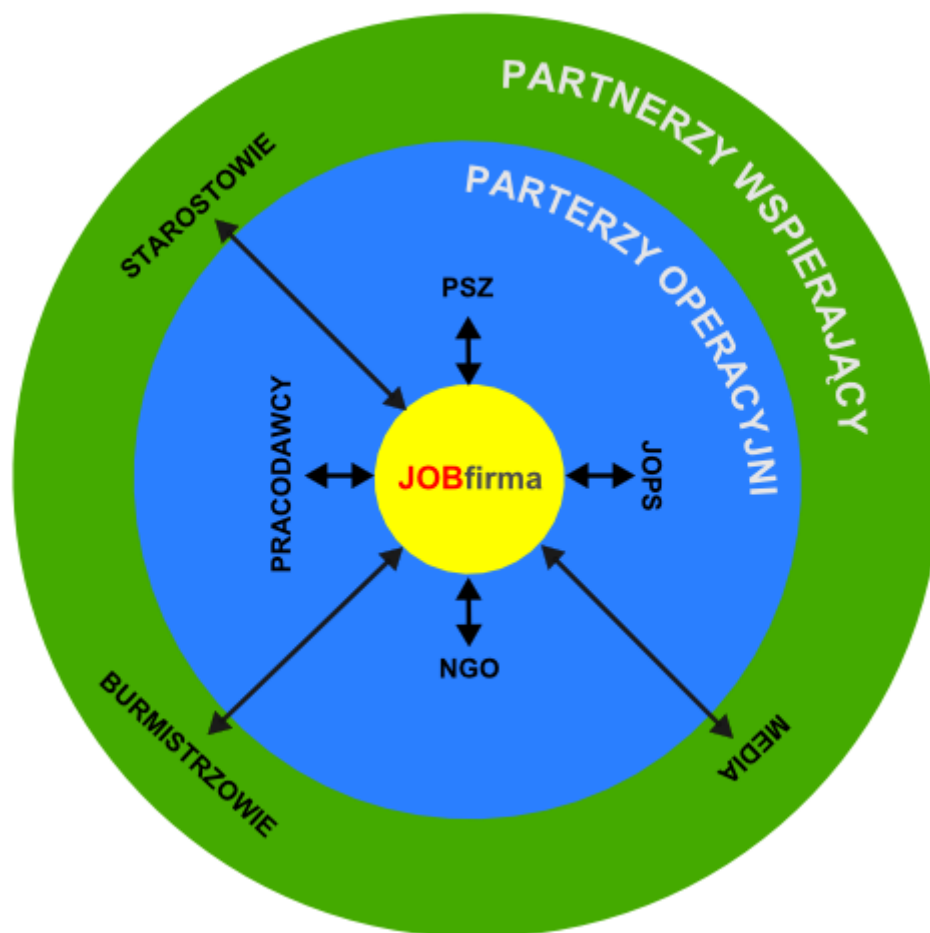
Podmiot działań będzie w oparciu o formułę partnerstwa, w rozumieniu dokumentów PO KL, na terytorium jednego lub kilku powiatów wraz z:

- starostwem
- gminami
- PSZ a zwłaszcza z Powiatowym Urzędem Pracy
- JOPS a zwłaszcza PCPR i OPS-ami w gminach
- stowarzyszeniami pracodawców (lub innymi ich formami organizacyjnymi)
- instytucjami szkoleniowymi
- mediami
- innymi organizacjami pozarządowymi.

Organizacja pozarządowa, będąca w rzeczywistości JOBfirmą, będzie jednocześnie liderem w partnerstwie.

Powołanie „nowej” struktury, np. organizacji pozarządowej, wpisanej do KRS nie jest wykluczone, aczkolwiek niezwykle czasochłonne, stąd wygodniej jest oprzeć się na istniejących strukturach.

Schemat Partnerstwa



Innowacyjne zadania JOBfirmy (JOBfirma powstaje na mocy Porozumienia o Współpracy Partnerów, partnerstwo opisane wyżej)

- Koordynacja współpracy PSZ, JOPS, instytucji szkoleniowych, pracodawców oraz NGO i innych instytucji z trzeciego sektora, funkcjonująca na zasadzie porozumienia o wzajemnej współpracy w zakresie aktywizacji zawodowej osób 50+.
- Ocena zdolności zatrudnieniowej klienta poprzez zdiagnozowanie obszarów kompetencji, funkcjonowania klienta na rynku pracy, otoczenia społecznego i rodzinnego, zakończone opracowaniem indywidualnego planu działania, który zostanie zatwierdzony przez klienta oraz JOBfirmę i przekazanie go do zaangażowanych w planie instytucji.
- Kompleksowa obsługa klienta bezrobotnego 50+, zmierzająca do wprowadzenia go na rynek pracy.
- Powołanie osoby na funkcję JOBscouta (osoba fizyczna), który będzie odpowiadał za kontakty z pracodawcami i opiekę nad beneficjentem w miejscu pracy (**on-site-management**) (porozumienie o współpracy podpisane z pracodawcą zakłada stałą obecność i opiekę JOBscouta nad osobą bezrobotną w miejscu pracy)

- Uniezależnienie procesu integracji zawodowej klienta od systemu przyznawanych świadczeń (intensyfikacja procesu integracji zawodowej osób bezrobotnych 50+ w JOBfirmie nie ma związku z systemem przyznawanych świadczeń. Jest to przeniesienie z systemu niemieckiego i w warunkach polskich nie może do końca podlegać wiernej implementacji, np. skierowanie na staż z PUP wiąże się z wypłatą stypendium stażowego)
- Monitorowanie rynku pracy w zakresie 50+ (diagnozowanie potrzeb lokalnego rynku), realizowane poprzez funkcję JOBscouta (nie jest to powielanie zadań np. WUP/PUP, ponieważ JOBscout nie tworzy nowych statystyk, ale analizuje dokumenty przygotowane już w tym zakresie i weryfikuje je poprzez pryzmat własnych doświadczeń i kontaktów osobistych, przygotowując w ten sposób monitoring rynku pracy dla celów wewnętrznych JOBfirmy. JOBscout traktuje monitoring instrumentalnie, wyłącznie na potrzeby JOBfirmy).

Główne założenia prawne i uwarunkowania społeczne JOBfirmy znajdują się w opisie wstępnej wersji produktu finalnego.

Warunki jakie muszą być spełnione aby innowacja działała właściwie

- Skuteczna kampania promocyjna wdrażanej innowacji.
- Profesjonalne przygotowanie zespołu JOBfirmy (opiekunów osobistych, doradców integracyjnych).
- Opracowanie własnego narzędzia do bilansu kompetencji adekwatnego do potrzeb JOBfirmy (narzędzie to nie może powstać adekwatnie do potrzeb bezrobotnego. Istnieje wiele narzędzi do pracy z bezrobotnymi. JOBfirma proponuje własny innowacyjny model pracy z bezrobotnymi, który jest zorientowany na posiadane przez nich kompetencje, a nie kwalifikacje. Dotychczasowe podejście do wspierania bezrobotnych jest w dużej mierze skoncentrowane na zdiagnozowanie kwalifikacji i ich uzupełnianie. W JOBfirmie na pierwszy plan wysuwają się kompetencje i to na ich podstawie ocenia się możliwości bezrobotnych na rynku pracy, w tym alternatywne obszary zatrudnienia. Narzędzie to jest adekwatne do celów, jakie stawia przed sobą JOBfirma, aby jak najskuteczniej przygotować bezrobotnego na rynek pracy).
- Zachęcenie do współpracy między partnerami.
- Koordynacja merytoryczna nad wprowadzaną innowacją - zatrudnienie specjalisty do testowania produktu (nowa funkcja, nie ma jej we wniosku o dofinansowanie projektu)
- Zachęcenie pracodawców do współpracy z JOBscoutem.
- Optymalne przeszkolenie personelu instytucji partnerskich.
- Skuteczna rekrutacja uczestników projektu.

- Właściwie prowadzony monitoring i koordynacja realizacji działań.
- Właściwe rozpoznanie potrzeb lokalnego rynku pracy (rozpoznanie potrzeb rynku pracy pod kątem indywidualnych potrzeb zakładów, szczególnie MSP, które będą głównym odbiorcą usług JOBfirmy, jest kluczowym elementem pracy JOBscouta i personelu JOBfirmy. Przygotowanie bezrobotnych pod konkretne potrzeby konkretnego zakładu pracy to usługa, jaką JOBfirma oferuje pracodawcom. Dlatego permanentny, obiektywny i bezpośredni monitoring rynku pracy są warunkiem powodzenia JOBfirmy. Jak już zostało wyjaśnione powyżej, nie jest to dublowanie zadań WUP/PUP).

Czas wdrożenia innowacji wynosi 24 miesiące. Szacowany koszt testowania i wdrożenia produktu wynosi ok. 1 800 000 zł. Są to koszty modelowe, pilotażowe.

Szacunkowe koszty funkcjonowania JOBfirmy po okresie testowania (1 cykl w 1 powiecie dla 1 grupy 10 osób bezrobotnych 50+) wynoszą ok. 363.420,00 zł :

1. Koszty osobowe:

- Opiekun merytoryczny JOBfirmy (3/4 etatu, umowa o pracę) – 3.000,00 zł x 12 miesięcy = 36.000,00 zł
- Opiekun osobisty (1 etat, umowa o pracę) – 3.500,00 zł x 12 miesięcy = 42.000,00 zł
- Doradca integracyjny (1 etat, umowa o pracę) - 3.500,00 zł x 12 miesięcy = 42.000,00 zł
- Księgowość – 1.000,00 zł x 12 miesięcy = 12.000,00 zł
- Sekretariat partnerstwa (umowa cywilno – prawna, ok. 80 godz./miesiąc) – 1.800,00 zł x 12 miesięcy = 21.600,00 zł

RAZEM: 153.600,00 zł

2. Koszty rzeczowe:

- Wynajem umeblowanego biura JOBfirmy (z możliwością prowadzenia zajęć grupowych) oraz media – 5.000,00 zł x 12 miesięcy = 60.000,00 zł
- 1 komputer stacjonarny z oprogramowaniem – 3.500,00 zł
- 2 laptopy z oprogramowaniem – 7.000,00 zł
- Drukarka laserowa – 1.000,00 zł
- Wynajem ksero – 250,00 zł x 12 miesięcy = 3.000,00 zł
- Materiały biurowe, tusze do drukarek – 250,00 zł x 12 miesięcy = 3.000,00 zł
- Opłaty pocztowe – 150,00 zł x 12 miesięcy = 1.800,00 zł
- Koszt prowadzenia rachunku bankowego – 60,00 zł x 12 miesięcy = 720,00 zł
- Koszty prowadzenia strony internetowej – 300,00 zł x 12 miesięcy = 3.600,00 zł

- Delegacje osób zatrudnionych w JOBfirmie – 1.000,00 zł x 12 miesięcy = 12.000,00 zł
- Koszty promocji/materiałów reklamowych – 850,00 zł x 12 miesięcy = 10.200,00 zł
- Koszty spotkań partnerstwa – 250,00 zł x 12 miesięcy = 3.000,00 zł

RAZEM: 108.820,00 zł

3. Koszty beneficjentów ostatecznych w JOBfirmie:

- Szkolenia zewnętrzne zgodne z bilansem kompetencji – 10 osób x 2.500,00 zł = 25.000,00 zł
- Szkolenia prowadzone przez zewnętrznych ekspertów – 100 godzin x 100,00 zł = 10.000,00 zł
- Zwrot kosztów dojazdu BO na szkolenia – 6.500,00 zł x 6 miesięcy = 39.000,00 zł
- Posiłki dla BO – 4.500,00 zł x 6miesiący = 27.000,00 zł

RAZEM: 101.000,00 zł

Po zakończeniu etapu testowania będzie można określić szacunkowe koszty funkcjonowania JOBfirmy poza projektem, ponieważ może nastąpić weryfikacja dotycząca: wymiaru etatów personelu niezbędnego do prawidłowego funkcjonowania JOBfirmy, wielkości poszczególnych grup beneficjentów JOBfirmy, czasu trwania poszczególnych etapów, liczby dodatkowych szkoleń przewidzianych dla beneficjentów itp.

4. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

Użytkownicy produktu

- pracownicy PSZ
- pracownicy JOPS
- NGO's
- pracodawcy.

Wymiar testowania w ramach projektu obejmie: 24 przedstawicieli PSZ, JOPS, NGO, pracodawców z terenu realizacji projektu biorących udział w szkoleniu plus 24 biorących udział w doradztwie - łącznie 48 osób w dwóch powiatach.

Odbiorcy produktu

Wymiar testowania w ramach projektu obejmie 20 osób bezrobotnych 50+ na powiat. Łączna grupa odbiorców produktu wynosi 40 osób (w tym 60% kobiet i 40% mężczyzn). Zastosowany podział pomiędzy kobietami, a mężczyznami wynika ze statystyk - kobiety sięgają po pomoc 3 razy częściej niż mężczyźni.

Uzasadnienie wyboru:

Użytkownicy produktu znajdują się w najbliższym otoczeniu wspierającym grupę odbiorców produktu. Podniosą oni swoje kompetencje i poszerzą wiedzę w zakresie wsparcia rozwoju

zawodowego i aktywizacji osób 50+, co przełoży się na podniesienie jakości świadczonych przez nich usług. Pracodawcy skorzystają z wiedzy na temat metod zarządzania wiekiem i potencjałem kompetencyjnym osób 50+ oraz poznają nowe możliwości nawiązywania współpracy ze środowiskiem instytucji i organizacji zaangażowanych w procesy integracji zawodowej.

Osoby bezrobotne w wieku 50+ są zagrożone wykluczeniem społecznym. Problemy w znalezieniu pracy wynikają głównie z niedostosowania kwalifikacji zawodowych do potrzeb rynku pracy, braku umiejętności w poruszaniu się po rynku pracy, uzależnienia od systemu zabezpieczeń społecznych i niechęci wśród pracodawców do zatrudniania osób w tym wieku (źródło: Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Zarządzanie wiekiem, W-wa 2010 r.)

Przedstawiciele grup docelowych zostaną włączeni w przygotowanie i realizację projektu poprzez udział w konsultacjach bezpośrednich i za pomocą platformy on-line. Konsultacje bezpośrednie (zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie) obejmują 9 spotkań 6 osób (1 przedstawiciel PSZ, 1 z JOPS, 1 pracodawca, 1 przedstawiciel NGO, 1 z ZE JOBfirmy i 1 odbiorca produktu) w każdym powiecie, pod kierownictwem koordynatora merytorycznego JOBfirmy, na których omawiany będzie produkt (JOBfirma), jego funkcjonalność, doświadczenia z procesu testowania i uzgadniane ewentualne modyfikacje.

Uzasadnienie liczebności grup docelowych:

Produkt innowacyjny będzie testowany w małej skali, na niewielkiej ale reprezentatywnej grupie docelowej adekwatnej do wielkości powiatu. Wielkość grupy jest również optymalna do zastosowania istniejącego narzędzia według modelu niemieckiego.

Działania podejmowane w procesie testowania produktu finalnego JOBfirma

1.Szkolenia dla opiekunów osobistych i doradców integracyjnych

W celu przygotowania multiplikatorów do pracy w JOBfirmie, przeprowadzone zostaną cykle szkoleń dla 12 osób, które będą pracowały w JOBfirmach w powiatach myśliborskim i zgierskim. Przeszkoleni zostaną opiekunowie osobiści oraz JOBscouci (doradcy integracyjni). Rekrutacja potencjalnych kandydatów na te stanowiska odbędzie się według kryteriów wskazanych w opisie tych stanowisk pracy.

Szkolenia będą obejmowały 120 godzin zajęć o następującej tematyce:

- Zadania opiekuna osobistego/ JOBscouta
- Specyfika i metody pracy z osobami bezrobotnymi 50+
- Etapy aktywizacji w JOBfirmie
- Bilanse kompetencji i praca z rekomendowanymi narzędziami
- Narzędzia stosowane w rozmowie kwalifikacyjnej

- Zakładanie przedsiębiorstwa „Praca” i jego koordynowanie
- Budowanie pozytywnych relacji z pracodawcami
- Budowanie pozytywnych relacji z partnerami JOBfirmy
- Pośrednictwo pracy i matching („Matching” to termin angielski oznaczający „dopasowywanie”, stosowany w nomenklaturze niemieckiej w obszarze działań na rynku pracy jako określenie indywidualnego dopasowania odpowiedniej osoby do odpowiedniego miejsca pracy, polegające na wnikliwej analizie bilansu kompetencji, charakterystyki miejsca pracy i rodzaju wykonywanych zadań, dopasowaniu pod względem charakterologicznym i osobowościowym).
- Metody wspierania i rozwoju kompetencji społecznych i metodycznych.

Ponadto opiekunowie osobiści i JOBscouci wezmą udział w trzydniowej wizycie studyjnej w Niemczech, gdzie poznają specyfikę pracy w niemieckiej JOBfirmie oraz wymienią doświadczenia z jej pracownikami.

2. Powołanie partnerstw wspierających funkcjonowanie JOBfirmy w powiatach myśliborskim i zgierskim.

Na podstawie opracowanych dla JOBfirmy kryteriów prawnych i organizacyjnych w powiatach myśliborskim i zgierskim utworzone zostaną partnerstwa, wspierające funkcjonowanie JOBfirmy. Projekt zakłada istnienie partnerów operacyjnych i partnerów wspierających.

W skład partnerstw wejdą jako partnerzy operacyjni:

- PSZ
- JOPS
- pracodawcy
- NGO

Rola partnerów – członków partnerstw lokalnych w powiatach myśliborskim i zgierskim

A. Partnerzy operacyjni

1. Publiczne służby zatrudnienia (PUP i inne)

- Współpraca z JOBfirmą w kontekście realizacji celów projektu
 - ✓ Dostarczanie JOBfirmie informacji na temat rynku pracy (charakterystyki i specyfiki problemów bezrobocia w powiecie, potrzeb lokalnego rynku pracy, ofert pracy, migracji zarobkowych etc.)
 - ✓ Informowanie JOBfirmy o instrumentach i środkach pozostających w dyspozycji PUP oraz podejmowanych przez PUP inicjatywach i realizowanych projektach, które mogą być funkcjonalne dla celów projektu

- ✓ Pozyskiwanie dla celów projektu pracodawców w oparciu o własne doświadczenia i współpracę z pracodawcami
- ✓ Pomoc Jobscoutom w poszukiwaniu miejsc (firm) dla stażystów z JOBfirmy
- ✓ Promocja i upowszechnianie wiedzy o założeniach i celach projektu

2. Jednostki organizacyjne pomocy społecznej

2.1 Ośrodki Pomocy Społecznej (OPS)

- Współpraca z JOBfirmą w kontekście realizacji celów projektu
 - ✓ Dostarczanie na potrzeby JOBfirmy, w kontekście celów projektu, informacji na temat problemów społecznych w gminie, w tym problematyki wykluczenia społecznego (m.in. diagnoza i działania zawarte w gminnej strategii rozwiązywania problemów społecznych)
 - ✓ Informowanie JOBfirmy o instrumentach i środkach znajdujących się w dyspozycji OPS oraz o realizowanych działaniach i projektach, które mogą być wykorzystane dla realizacji celów projektu
 - ✓ Wsparcie pracowników JOBfirmy, zwłaszcza Jobscoutów i psychologów, w ich pracy z bezrobotnymi 50+, wynikające z wiedzy i doświadczenia OPS w części dotyczącej celów projektu
 - ✓ Promocja i upowszechnienie wiedzy na temat zagrożeń i celów projektu

2.2 Powiatowe Centrum Pomocy Rodzinie (PCPR)

- ✓ Dostarczanie JOBfirmie dla realizacji celów projektu informacji i wiedzy na temat problemów społecznych, występujących w powiecie, którymi dysponuje PCPR, m.in. wynikających z diagnoz, działań i ich skutków opisanych w Powiatowej Strategii Rozwiązywania Problemów Społecznych, przy opracowywaniu i realizacji której PCPR pełni wiodącą rolę
- ✓ Udzielanie JOBfirmie informacji o instrumentach i środkach, znajdujących się w dyspozycji PCPR oraz o realizowanych przez nie działaniach, które mogą być wykorzystane dla realizacji celów projektu
- ✓ Wsparcie pracowników JOBfirmy w ich pracy na rzecz bezrobotnych 50+ w oparciu o wiedzę i doświadczenie PCPR w kontaktach z tą grupą
- ✓ Promocja i upowszechnienie wiedzy na temat założeń i celów projektu

3. Pracodawcy

- ✓ Artykulacja potrzeb pracodawców w kontekście celów projektu (aktywny udział w precyzyjnym diagnozowaniu potrzeb lokalnego rynku pracy, w sposób pozwalający na tworzenie konkretnej oferty w postaci wyszkolonego w JOBfirmie pracownika)
- ✓ Udział w bieżącej pracy JOBfirmy w formie formułowania szczegółowych postulatów, uwag i opinii dla sprawnej realizacji celów projektu

- ✓ Informowanie JOBfirmy o planowanych zmianach w ilości i strukturze zatrudnienia w swoich przedsiębiorstwach
- ✓ Informowanie JOBfirmy o ich opiniach na temat funkcjonowania bezrobotnych 50+ w roli pracowników w ich firmach
- ✓ Promocja i upowszechnianie wiedzy na temat zagrożeń i celów projektu

4. Organizacje pozarządowe – NGO

- ✓ Dostarczanie JOBfirmie wiedzy i informacji posiadanych przez NGO, wynikających z ich kontaktów z bezrobotnymi 50+
- ✓ Udział w realizacji działań JOBfirmy w zakresie zgodnym z wiedzą i doświadczeniem NGO, przewidzianych w strategii realizacji projektu, w tym wolontariuszy
- ✓ Pomoc Jobscoutom w poszukiwaniu miejsc pracy dla stażystów z JOBfirmy

B. Partnerzy wspierający

1. Starostowie

- ✓ Nadzór i koordynacja zadań i działań podległych powiatowym instytucjom w kontekście realizacji celów projektu (PUP, PCPR, Powiatowa Rada Zatrudnienia, Powiatowa Rada Pożytku Publicznego)
- ✓ Pomoc w gromadzeniu danych niezbędnych do diagnoz i innych informacji funkcjonalnych dla działań i celów projektu
- ✓ Wspieranie pracodawców aktywnych na rzecz realizacji celów projektu, poprzez stosowanie na ich rzecz instrumentów i środków będących w dyspozycji powiatu (np. infrastruktura drogowa, promocja aktywnych firm w ramach strategii marketingu terytorialnego, preferencje dla miejscowych firm w ramach zamówień publicznych itd.)
- ✓ Dyskontowanie wiedzy, informacji, rezultatów i doświadczeń wynikających z funkcjonowania projektu dla animowania działań na rzecz aktywizacji lokalnego rynku pracy w powiecie
- ✓ Popularyzowanie i promocja celów i działań partnerstwa i projektu

2. Burmistrz (Wójt)

- ✓ Nadzór i koordynacja działań podległych gminie instytucji (służb) w kontekście realizacji celów projektu (OPS, Gminna Rada Pożytku Publicznego, Gminna Komisja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych)
- ✓ Informowanie o działaniach na rzecz aktywizacji gospodarczej w gminie w kontekście wpływu na rzecz rozwoju firm (polityka fiskalna, budowa infrastruktury, budowa inkubatorów przedsiębiorczości, parki przemysłowe, specjalne strefy ekonomiczne itd.)
- ✓ Aktywizacja pracodawców na rzecz uczestnictwa w projekcie, wsparcie gminy dla uczestniczących w projekcie pracodawców przy użyciu będących w dyspozycji gminy instrumentów

- ✓ Dostarczanie będących w dyspozycji gminy informacji, dokumentów, materiałów, które mogą mieć funkcjonalny dla celów projektu charakter (strategie rozwoju, branżowe programy rozwoju, polityki społeczne, prognozy, plany itd.)
- ✓ Popularyzowanie i promocja celów i działań partnerstwa i projektu

3. Media

- ✓ Informowanie opinii publicznej o celach projektu oraz jego przebiegu
- ✓ Popularyzowanie i upowszechnianie założeń i celów projektu

Partnerstwo nie zakłada ograniczeń, jest otwarte na kolejne instytucje.

3.Szkolenia dla partnerów JOBfirmy w Myśliborzu i Zgierzu

Dla biorących udział w realizacji JOBfirm: PSZ, OPS, pracodawców i NGO z terenu powiatów myśliborskiego i zgierskiego zorganizowane zostaną szkolenia mające na celu zapoznanie się z narzędziem jakim jest JOBfirma i poprawę jakości jej realizacji.

Łącznie odbędzie się 128 godzin szkoleń.

Tematyka szkoleń

- Wzajemne poznanie zadań, struktur i systemu pracy z osobami 50+
- Opracowanie mapy potrzeb w zakresie działań aktywizujących osoby bezrobotne 50+ zagrożone wykluczeniem społecznym
- Metody aktywizacji zawodowej osób 50+ w Niemczech, poznanie niemieckiego narzędzia „Aktivcentren”
- Zapoznanie się z założeniami polskiej JOBfirmy i proponowanymi przez nią etapami aktywizacji
- Funkcja i zadania JOBscouta
- Budowanie pozytywnych relacji we współpracy na rzecz wsparcia bezrobotnych 50+.

4. Powołanie JOBfirmy w Zgierzu i Myśliborzu

JOBfirma w Zgierzu będzie usytuowana i zarządzana przez partnera projektu Stowarzyszenie Wsparcie Społeczne „JA-TY-MY”. JOBfirma w Myśliborzu zostanie powołana przy Powiatowym Urzędzie Pracy w Myśliborzu – kolejnym partnerze projektu. Obydwie JOBfirmy będą otrzymywały regularnie wsparcie ze strony instytucji, które przystąpiły do partnerstwa na rzecz JOBfirmy, a więc PSZ, OPS, NGO i pracodawców (na podstawie umowy partnerskiej o współpracy).

W każdej z partnerskich instytucji wyznaczony zostanie zespół odpowiedzialny za współpracę na rzecz osób 50+, który będzie się wymieniał doświadczeniami i informacjami.

Do każdej JOBfirmy zatrudnieni zostaną pracownicy według następującego schematu:

- 1 opiekun merytoryczny na ¾ etatu – kierownik JOBfirmy, odpowiedzialny za prawidłowe wdrażanie testowanego produktu, dysponujący niezbędną wiedzą o produkcie, który będzie wykonywał również zadania menedżera absolwentów
- 1 opiekun osobisty na cały etat
- 1 doradca integracyjny/ JOBscout na 1 etat

Wsparcia im udzielać będzie **specjalista merytoryczny do testowania produktu**.

Dla każdej z JOBfirmy zorganizowane zostaną pomieszczenia szkoleniowe i biurowe zgodnie z wnioskiem.

Beneficjenci będą w JOBfirmie pracować w pełnym wymiarze godzin, tzn. po 8 godzin dziennie.

5. Wytypowanie kandydatów do JOBfirmy przez pracowników PUP¹ w oparciu o wymienione kryteria

Oferta JOBfirmy skierowana jest do osób bezrobotnych powyżej pięćdziesiątego roku życia (50+). Jak wyżej wspomniano, są to osoby o specyficznych potrzebach na rynku pracy. Składają się na nie między innymi prawidłowości rozwojowe wynikające z cyklu życia (mniejsza elastyczność, obniżone poczucie wartości, chwiejność emocjonalna wynikająca ze zmian hormonalnych oraz sytuacji rodzinnej), indywidualne predyspozycje i doświadczenia (zarówno pozytywne, jak i negatywne) oraz trudności na rynku pracy. Te ostatnie wymagają znaczących zmian w sposobie myślenia, motywacji, zaangażowania, także na poziomie kompetencji osób bezrobotnych. Zmiany te są ukierunkowane na dostosowanie kompetencji pracownika do potrzeb rynku pracy. Do osiągnięcia potencjału zatrudnieniowego bezrobotnych 50+ potrzeba wykorzystania wielu specyficznych środków oddziaływań.

Pierwszym etapem tych działań jest wytypowanie kandydatów do JOBfirmy. Może się ono dokonać poprzez skierowanie bezrobotnych przez specjalistów PSZ lub JOPS lub samodzielne zgłoszenie bezrobotnego na skutek działań informacyjnych i promocyjnych. W pierwszym przypadku skierowanie kandydata jest konsekwencją zaplanowanego w kontrakcie socjalnym (JOPS) lub indywidualnym planie działania (PSZ) zadania powrotu na rynek pracy.

Zebrane przez specjalistów informacje zostaną uwzględnione w rozmowie kwalifikacyjnej i bilansie kompetencji, aczkolwiek będą one pogłębione i poszerzone w kolejnych etapach rekrutacji. W drugim przypadku, bezrobotny jest proszony o rejestrację w PSZ, a zbieranie informacji wstępnych odbywa się w ramach JOBfirmy.

Kryteria uczestnictwa w JOBfirmie

- Wiek 50+
- Długi okres pozostawania bez pracy (zarejestrowany w PUP)

¹ Kandydaci do JOBfirmy mogą się zgłaszać samodzielnie, bądź też mogą zostać skierowani przez PUP/OPS i inne instytucje (np. podopieczni organizacji pozarządowych). Niemniej jednak, **wszyscy** kandydaci muszą być zarejestrowani w PUP, a tym samym otrzymać z PUP skierowanie. Jeśli osoby te wyrekrutuje inna instytucja, np. OPS, muszą się one również udać do PUP.

- Dobrowolność uczestnictwa
- Skierowanie z PUP
- Zgoda na przetwarzanie danych osobowych pomiędzy podmiotami partnerstwa projektu.

Rekrutacja - w oparciu o pięć źródeł informacji:

1. IPD
2. Kontrakt socjalny
3. Rozmowę kwalifikacyjną
4. Testy badające motywację (np. Test Motywacji F. Herzberga, kwestionariusz oczekiwań itp. opisane w ekspertyzie do projektu)
5. Analizę potrzeb lokalnego rynku pracy

Etapy rekrutacji

1. Wytypowanie kandydatów przez pracowników PUP w oparciu o wyżej wymienione kryteria lub samodzielnie zgłoszenie
2. Rozmowa kwalifikacyjna, prowadzona przez pracownika JOBfirmy:
 - a) Sprawdzenie dokumentów formalnych (IPD, kontrakt socjalny) lub - w przypadku bezrobotnych dobrowolnie się zgłaszających – formalnych możliwości udziału w JOBfirmie (konsultacja z PUP)
 - b) Przekazanie informacji o JOBfirmie
 - c) Testy motywacyjne
 - d) Arkusz Profilujący według wzoru

Niezmiernie istotną rolę w procesie rekrutacji odgrywa **rozmowa kwalifikacyjna**.

Spełnienia ona dwa zasadnicze cele. Pierwszy to wprowadzenie w istotę JOBfirmy (w przypadku osób zgłaszających się bezpośrednio do JOBfirmy) albo pogłębienie wiedzy uzyskanej od specjalisty JOPS lub PSZ. Bezrobotny musi posiadać wiedzę na temat zasad działania, etapów pracy oraz wymagań i potencjalnych zysków płynących z udziału w przedsięwzięciu.

Drugi cel to oszacowanie siły oraz rodzaju motywacji do korzystania ze wsparcia w ramach JOBfirmy. Identyfikacja motywacji służy wykluczeniu osób nie zainteresowanych znalezieniem pracy, a jedynie symulujących działania w tym kierunku. Zrealizowanie tego celu pozwoli na zaoszczędzenie czasu, energii i pieniędzy na dalszym etapie procesu pracy z osobami bezrobotnymi.

Rozmowa kwalifikacyjna może się odbyć bezpośrednio po zgłoszeniu się beneficjenta do JOBfirmy lub w wyznaczonym specjalnie terminie. Przeprowadza ją jeden z członków zespołu JOBfirmy, który posiada odpowiednie kompetencje i doświadczenie. Może to być opiekun osobisty, osoba profilująca lub sam JOBscout.

Rozmowa kwalifikacyjna odbywać się będzie z wykorzystaniem określonych metod i narzędzi. Zaproszony bezrobotny, oprócz tego, że uzyskuje szczegółowe informacje

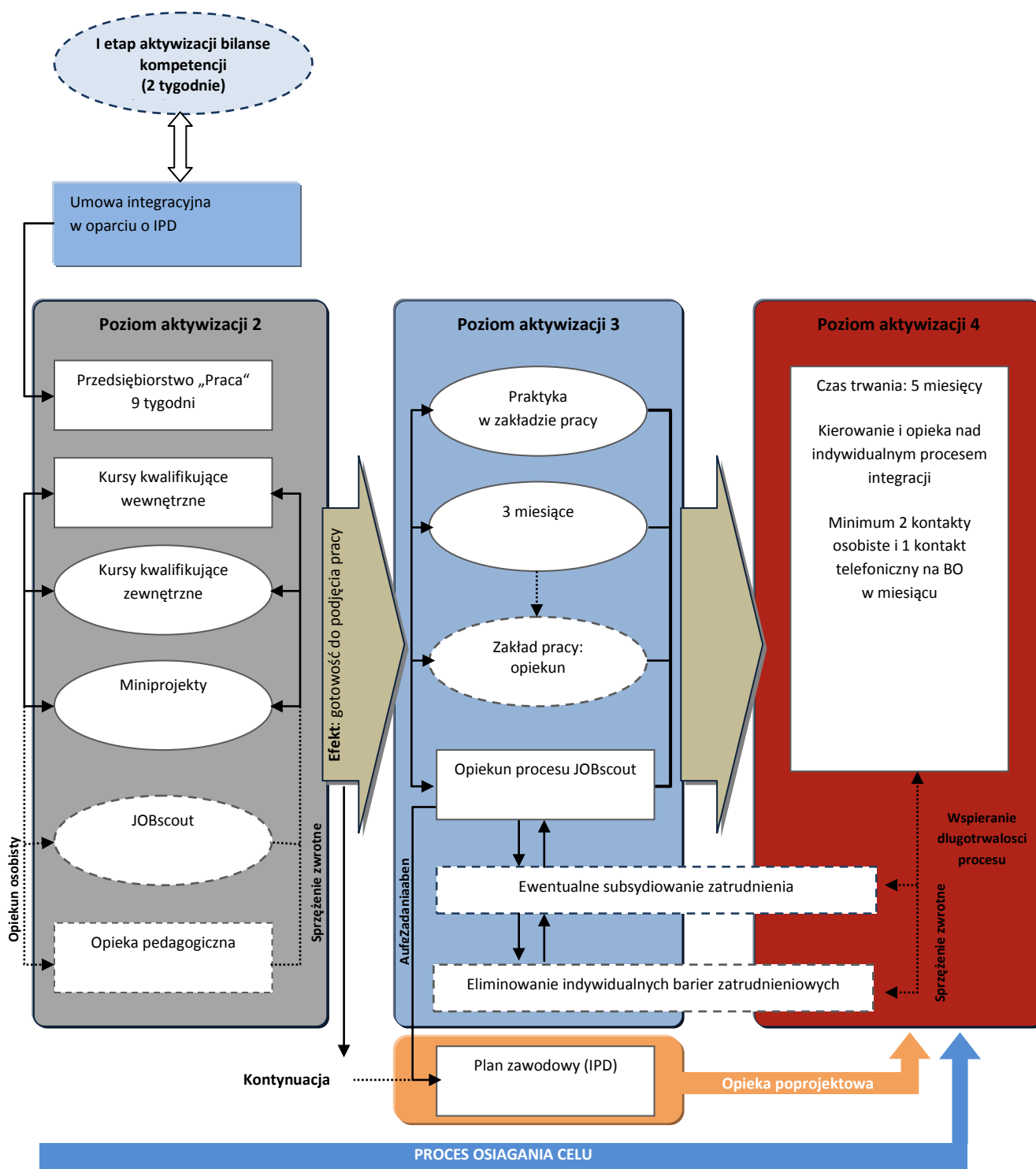
o projekcie, może hospitować zajęcia symulacyjnego przedsiębiorstwa „Praca”, po czym podejmuje decyzję o swoim udziale. Jeżeli beneficjent otrzymał skierowanie od PSZ lub JOPS, posiada już wstępne informacje o tym modelu. W tym miejscu należy podkreślić ogromną rolę stosownego przygotowania personelu współpracujących z JOBfirmą PSZ i JOPS, który musi posiadać niezbędną wiedzę o specyfice tego modelu. Stąd wynika konieczność przygotowania multiplikatorów dla projektu, którzy będą powielać ten model w innych lokalizacjach oraz musi istnieć regularna wymiana informacji pomiędzy nimi a pracownikami JOBfirmy.

Rozmowa kwalifikacyjna powinna zakończyć się zawarciem **kontraktu na udział** w zajęciach JOBfirmy. Kontrakt taki zawierać ma wzajemne zobowiązania oraz korzyści i sporządzony będzie w postaci pisemnej. Stanowiąc będzie formę umowy cywilno - prawnej.

Pracownik JOBfirmy, który przeprowadza rozmowę, informuje beneficjenta o kolejnym możliwym terminie pierwszego etapu aktywizacji – bilansu kompetencji oraz o terminie kolejnej edycji przedsiębiorstwa symulacyjnego „Praca”.

W celu zapewnienia właściwej liczby odbiorców produktu przez cały okres testowania prowadzone będą zintensyfikowane działania promocyjne - skierowane do szerokiej grupy odbiorców, z włączeniem lokalnych liderów w proces rekrutacji. Pracownicy JOBfirmy będą kładli nacisk na indywidualną pracę motywującą z uczestnikami.

6. Pierwsza faza testowania – 12 miesięcy JOBfirmy według poniższego schematu aktywizacji



Schemat procesu osiągnięcia celu JOBfirmy, jakim jest podjęcie pracy przez bezrobotnego 50+, tzn. jeden cykl JOBfirmy.

Informacja o planowanym sposobie monitorowania przebiegu testowania.

Monitorowanie prowadzone będzie przez eksperta ds. monitoringu. Zastosowane będą następujące narzędzia i działania:

Formularz obserwacji, analiza dokumentacji, kwestionariusze ankiety (dzienniki zajęć, listy obecności, sprawozdania członków zespołu zarządzającego, analiza wskaźników produktu i rezultatów miękkich. Sprawozdania z monitoringu składane raz w miesiącu na spotkaniach zespołu zarządzającego, a podejmowane decyzje w sprawie pojawiających się zagrożeń prezentowane na spotkaniach zespołu roboczego – raz na dwa miesiące.

Materiały dla uczestników JOBfirmy

1. Narzędzia do pomiaru kompetencji
2. Materiały szkoleniowe adekwatne do przeprowadzanych szkoleń

Materiały będą w formie papierowej oraz wersji elektronicznej dostępnej na stronie www. projektu.

Materiały dla personelu JOBfirmy

1. Podręcznik dla użytkowników
2. Materiały szkoleniowe w formie skryptów
3. Narzędzia do pomiaru kompetencji (Arkusze Profilujacy, Test Kompetencji Ogólnych, Test Identyfikowania Ról Społecznych, Kwestionariusz „Moja Kariera”, Przymiotnikowy Test Osobowości ACL-37, itp. opisane w opisie produktu finalnego i ekspertyzie do projektu)

Materiały dla użytkowników

1. Podręcznik dla użytkowników
2. Podręcznik dla pracodawców

7. Ewaluacja - opisana w rozdziale 5

8. Druga faza testowania – 12 miesięcy JOBfirmy wg. schematu aktywizacji

9. Opracowanie produktu końcowego

Opis testowania produktu finalnego nie uległ zmianie w stosunku do zapisów we wniosku o dofinansowanie.

5. Sposób sprawdzenia skuteczności innowacji

Ocena oddziaływania innowacji, a tym samym wyników testowanego produktu będzie obejmowała trzy elementy:

- 1) zebranie i analizę wszystkich danych zgromadzonych w fazie testowania oraz weryfikację osiągnięcia założonych poziomów wskaźników;

2) monitoring i ewaluację wewnętrzną;

3) ewaluację zewnętrzną prowadzoną przez zewnętrznego ewaluatora (osoba fizyczna lub firma badawcza) wyłonionego zgodnie z zasadą efektywnego zarządzania finansami, w procedurze rozeznania rynku.

Kryterium wyboru ewaluatora zewnętrznego będzie kierunkowe wykształcenie oraz udokumentowane doświadczenie w badaniach ewaluacyjnych. Ewaluator zewnętrzny zobowiązany będzie do realizacji założonych celów ewaluacji i przygotowania jej metodologii (pytań, metod i narzędzi), przeprowadzenia badań ewaluacyjnych oraz opracowania raportu.

Przy rozeznaniu rynku szczególny nacisk położony będzie na doświadczenie potencjalnego wykonawcy, z uwzględnieniem współpracy z publicznymi służbami zatrudnienia.

Ponadto w trakcie realizacji projektu prowadzona jest ewaluacja *on – going*, która skupia się na bieżącym usprawnianiu zarządzania projektem. Ma ona na celu diagnozowanie i analizę problemów pojawiających się w trakcie jego realizacji, jak również określa możliwości ich rozwiązania.

Po zakończeniu testowania produktu i dokonania oceny jego rzeczywistych efektów przez ewaluatora zewnętrznego Zespół Ekspertów zweryfikuje ewentualne poprawki do produktu. Ostateczny kształt produktu finalnego określi Zespół Zarządzający. Po wprowadzeniu ewentualnych poprawek opracowana zostanie ostateczna wersja produktu.

Ewaluacja skuteczności działania innowacyjnego prowadzonego zgodnie z definicją celu projektu do „wyposażenia PSZ w skuteczne narzędzia pracy z osobami bezrobotnymi 50+ (...) zmierzające do podwyższenia stopy zatrudnienia osób 50+” dotyczy przede wszystkim rezultatu finalnego, czyli podwyższenia stopy zatrudnienia osób bezrobotnych w wieku 50+. Ze względu na charakter tworzonego w ramach projektu produktu, czyli innowacyjnego rozwiązania organizacyjnego, niezbędne jest też dokonanie ewaluacji procesu działania JOBfirmy jako instytucji, co będzie przedmiotem odrębnej ewaluacji wewnętrznej procesu, prowadzonej przez wykonawcę działania.

Strategię pomiaru skuteczności innowacji oparto na dwóch podstawowych założeniach. Pierwsze z nich określa pojęcie pożądanego rezultatu działań służb społecznych, drugie odnosi się do istoty pomiaru skuteczności przeciwdziałania bezrobociu i wykluczeniu.

Sprawdzenie skuteczności innowacji opiera się na ocenie osiągnięcia wiodących celów projektu w kategoriach ich trafności i skuteczności. Ewaluacja będzie zmierzała do uzyskania odpowiedzi na pytania dotyczące:

- a) adekwatności projektu do potrzeb środowisk, do których jest adresowany (trafność),
- b) rezultatów bezpośrednich i pośrednich uzyskanych dzięki działaniom projektu (skuteczność).

Trafność projektu zostanie oceniona z perspektywy:

- a) odbiorców,
- b) realizatorów,
- c) instytucji wdrażających,
- d) środowiska społecznego.

Skuteczność projektu, rozumiana jako stopień osiągnięcia celów, będzie podlegała ocenie:

- a) odbiorców,
- b) instytucji których projekt dotyczy,
- c) środowiska społecznego w którym projekt jest realizowany.

Ogólne pytanie dotyczące trafności, na jakie będzie poszukiwana odpowiedź w trakcie ewaluacji projektu JOBfirma, to:

- Jakie działania zaadaptowane do warunków polskich z wybranych rozwiązań niemieckiego modelu pracy z osobami zagrożonymi wykluczeniem społecznym okazują się potrzebne?

Ogólne pytania badawcze dotyczące skuteczności oddziaływania JOBfirmy, to:

- Czy i w jakim zakresie zostały osiągnięte cele założone w projekcie?
- W jakim stopniu wzrost wiedzy i umiejętności, polepszenie postaw i modyfikacja zachowań odbiorców i użytkowników rozwiązań projektowych przekłada się na znajdowanie i utrzymywanie przez nich pracy?

Trwałość i innowacyjność rozwiązania instytucjonalnego będzie oceniana odpowiedzią na pytanie:

- W jakim stopniu wprowadzenie JOBfirmy poprawiło koordynację działań instytucji na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem społecznym?

Pomiary dotyczące wszystkich kryteriów zostaną przeprowadzone trzykrotnie:

1. Pierwszy pomiar odbędzie się przed rozpoczęciem realizacji działań i będzie miał charakter oszacowania parametrów aktualnego stanu wyjściowego. Pomiar ten będzie analizą i przetworzeniem na szczegółowe kryteria ewaluacji informacji uzyskanych z badania powiatowych i gminnych strategii rozwiązywania problemów społecznych w gminach i powiatach wybranych do testowania w projekcie. Będzie też służył zgromadzeniu informacji o postawach wobec planowanych zmian, wiedzy i umiejętnościach pracowników i oraz efektywności aktualnie realizowanych strategii.
2. Drugi pomiar zostanie przeprowadzony po zakończeniu szkolenia realizatorów i będzie miał charakter pomiaru etapowego obejmującego ocenę przyrostu kompetencji kadry realizatorów projektu.
3. Trzeci pomiar zostanie przeprowadzony po zakończeniu wdrażania projektu i będzie miał charakter podsumowujący uzyskane rezultaty. Odbędzie się po zakończeniu realizacji ostatniego zadania.

Pomiary zostaną przeprowadzone w modelu quasi-eksperymentalnym z grupą kontrolną osób bezrobotnych. Poziom kompetencji użytecznych na rynku pracy oraz wskaźniki

zatrudnienia w grupie docelowej odbiorców końcowych projektu zostaną odniesione do identycznych danych na temat osób w wieku 50+ nie objętych działaniem JOBfirmy w przedziale czasu objętym realizacją projektu. Będą to osoby z powiatu myśliborskiego oraz z powiatu zgierskiego objęte innymi projektami aktywizującymi realizowanymi ze środków unijnych.

Zostaną wykorzystane metody pomiaru bezpośredniego i pośredniego obejmujące:

1. Techniki ankietowe opracowane na potrzeby projektu, w tym: ankiety badające wiedzę i postawy uczestników projektu, odbiorców działań i uczestników środowiska społecznego.
2. Standaryzowane techniki kwestionariuszowe badające kompetencje osobiste i społeczne odbiorców działań konstruowanych i prowadzonych w ramach projektu JOBfirma: Kwestionariusz Nadziei na Sukces, Kwestionariusz Kompetencji Społecznych.
3. Analiza dokumentacji.

Narzędzia kwestionariuszowe i ankiety zostaną wykonane w formach do wypełniania papierowo i on-line w celu zapewnienia łatwego dostępu dla uczestników wysoce rozproszonego terytorialnie projektu.

Wskaźniki ilościowe (badane przez Projektodawcę)

- Liczba absolwentów projektu którzy podjęli pracę z uwzględnieniem formy umowy i czasu jej trwania.
- Liczba pracowników IP którzy zwiększyli swoją wiedzę na temat skutecznych form pomocy społecznej i technik ich wdrażania.
- Liczba nowych projektów i rozwiązań organizacyjnych wdrożonych i planowanych do wdrożenia przez pracowników instytucji biorących udział w projekcie jako partnerzy (pomiar dodatkowych korzyści dla pracodawców i innych członków partnerstwa – poprzez określenie liczby ofert szkoleniowych zmodyfikowanych na skutek działania projektu przez pracowników instytucji szkoleniowych oraz liczby gminnych i powiatowych strategii rozwiązywania problemów społecznych zmodyfikowanych w efekcie działania JOBfirmy – pomiar prowadzony telefonicznie i online na zakończenie projektu wśród wszystkich instytucji mających kontakt z JOBfirmą i beneficjentami.
- Liczba instytucji zaangażowanych w realizację nowych rozwiązań pomocy społecznej (pomiar skali oddziaływania przedsięwzięcia JOBfirma na środowisko IRP i IPS oraz JST – poprzez określenie liczby instytucji włączających się w partnerstwa lokalne w trakcie realizacji projektu – pomiar w oparciu o zapisy z dokumentów partnerskich, a także poprzez określenie liczby instytucji deklarujących chęć wdrożenia i nawiązania partnerstwa – deklaracje składane przez przedstawicieli instytucji w trakcie końcowych konferencji promujących produkt finalny

- Liczba instytucji nie biorących bezpośredniego udziału a zainteresowanych wdrażaniem wypracowanych rozwiązań (pomiar skali oddziaływania przedsięwzięcia JOBfirma na inne instytucje – poprzez określenie liczby zapytań/deklaracji zainteresowania działaniami JOBfirmy i liczby instytucji deklarujących chęć wdrożenia i nawiązania partnerstwa – deklaracje składane przez przedstawicieli instytucji w trakcie końcowych konferencji promujących produkt finalny – pomiar prowadzony również telefonicznie i online na zakończenie projektu.

Wskaźniki oparte na subiektywnych opiniach

- Struktura i treść opinii odbiorców na temat nowych rozwiązań w których brali udział.
- Struktura i treść opinii realizatorów na temat rozwiązań, które wdrażali, ich użyteczności.
- Struktura i treść opinii przedstawicieli instytucji i społeczności na temat pomocy oferowanej przez JOBfirmę.

6. Strategia upowszechniania

Celem głównym działań upowszechniających jest spopularyzowanie wypracowanych rezultatów projektu poprzez dotarcie z informacją o wypracowanym produkcie do jak największej liczby potencjalnych jego użytkowników, dobierając odpowiednio formy i kanały przekazu dostosowane do percepcji adresatów.

Dla zapewnienia optymalnych warunków realizacji ww. celu wskazana będzie: stała współpraca pomiędzy liderem a partnerami zaangażowanymi w proces wdrażania produktu JOBfirma; stała współpraca z mediami zapewniająca obecność informacji na temat rezultatów wypracowanych przez projekt w środkach masowego przekazu; wdrożenie stałych narzędzi promocji - strona internetowa, portal internetowy materiały promocyjne, itp.; prowadzenie kampanii informacyjnych adresowanych do poszczególnych grup odbiorców; elastyczne dostosowanie metod i narzędzi promocji oraz informacji do grup docelowych; prowadzenie aktywnej polityki względem instytucji mogących wesprzeć rozpowszechnienie informacji na temat produktu, np. PUP-y, starostwa, urzędy gmin.

W ramach działań upowszechniających realizatorzy projektu zamierzają prowadzić stały monitoring podejmowanych działań pod kątem ich skuteczności w realizacji wytyczonych celów. W przypadku osób bezrobotnych 50+, zwłaszcza długotrwale, mamy do czynienia z odbiorcą rozproszonym, anonimowym, bardzo liczebnym. Dotarcie z bezpośrednim, spersonalizowanym przekazem do konkretnych osób z uwagi na istniejące bariery prawne oraz zasoby realizatora projektu jest niemożliwe. Dlatego działania promocyjne skierowane do tej grupy odbiorców będą realizowane przy pomocy środków masowego przekazu - radia, prasy, mających, o ile to możliwe, zasięg ogólnopolski. Realizator zamierza wysłać do mediów ogólnopolskich propozycje zorganizowania debaty na temat skuteczności JOBfirmy w aktywizacji zawodowej osób bezrobotnych 50+.

Kolejnym ważnym medium będą strony internetowe partnerów projektu oraz strony związane z tematyką bezrobocia, na których zostanie umieszczony podręcznik dla użytkowników produktu JOBfirmy.

Działania upowszechniające skierowane do osób fizycznych będą również realizowane poprzez dystrybuowanie plakatów wraz z folderami informacyjnymi w instytucjach z otoczenia potencjalnych użytkowników projektu tj. PUP-y, WUP-y, urzędy gmin, urzędy miast, starostwa powiatowe, ośrodki pomocy społecznej, punkty pracy socjalnej, zlokalizowane na obszarze województwa łódzkiego i zachodniopomorskiego. W ramach działań upowszechniających planowane jest zorganizowanie Dni Otwartych, podczas których osoby zainteresowane wypracowanym produktem będą mogły zapoznać się ze specyfiką funkcjonowania JOBfirmy. Dni Otwarte będą odbywały się cyklicznie w obu ww. województwach, średnio raz na 6 m-cy. W ramach działań upowszechniających zostanie stworzona platforma internetowa z funkcją e-konsultacji, za pośrednictwem której przyszli odbiorcy i użytkownicy produktu będą mogli otrzymać informację o sposobie wdrożenia JOBfirmy.

Realizatorzy projektu to organizacje działające od lat na rynku III i II sektora, zrzeszone w wielu sieciach współpracy (WRZOS - zrzeszającej ponad 600 NGO, OFOP). Do działań upowszechniających zamierzają wykorzystać swoje bazy danych, za pośrednictwem których wyślą newsletter opisujący przetestowany produkt. Ważnym działaniem upowszechniającym będzie przekaz bezpośredni - osobisty przez liderów projektu, którzy podczas lokalnych wydarzeń gromadzących potencjalnych użytkowników JOBfirmy będą przekazywać informację o wypracowanym produkcie. W ramach działań upowszechniających zostanie także zorganizowanych 16 konferencji, w których będzie uczestniczyło - po 10 podmiotów z 16 województw (łącznie po 160 JOPS, PSZ, NGO, przedstawiciele pracodawców).

Działania upowszechniające obejmą swym zasięgiem działania skierowane do następujących grup docelowych działających na terenie Polski:

1. Publiczne służby zatrudnienia.
2. Jednostki organizacyjne pomocy społecznej - należą do nich:
 - a. ośrodki pomocy społecznej,
 - b. powiatowe centra pomocy rodzinie,
 - c. regionalne ośrodki polityki społecznej,
 - d. ośrodki wsparcia.
3. Organizacje pozarządowe.
4. Jednostki Samorządu Terytorialnego:
 - a. samorząd gminny,
 - b. samorząd powiatowy,
 - c. samorząd województwa.
5. Stowarzyszenia pracodawców.
6. Media.
7. Bezrobotni 50+.

W ramach upowszechniania produktu innowacyjnego działać będzie też platforma internetowa, na której będzie dostępna elektroniczna wersja produktu finalnego. Orientacyjnie skorzysta z niej ok. 100 000 osób.

7. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

Celem mainstreamingu (włączania) wertykalnego i horyzontalnego modelu JOBfirmy jest zwiększenie prawdopodobieństwa, że model ten będzie realizowany w innych lokalizacjach oraz zostanie uwzględniony w reformach systemowych polityk rynku pracy oraz pomocy i integracji społecznej.

Zagadnienie mainstreamingu (włączania) wertykalnego i horyzontalnego modelu JOBfirmy jest zagadnieniem wielowymiarowym.

Po pierwsze, już główna idea projektu ma w sobie silne aspekty włączania wertykalnego międzynarodowego, gdyż rozwiązanie sprawdzone w niemieckich samorządach ma być przetestowane w polskich warunkach. Problematyka międzynarodowego transferu rozwiązań z zakresu polityki społecznej została rozpoznana i jest badana od wielu dekad. Jest to też temat współcześnie popularny, szczególnie, gdy poszukuje się dobrych praktyk za granicą z intencją przeniesienia ich do innego kraju. Niemcy były dla Polski źródłem wielu rozwiązań od co najmniej czasu zaborów, więc ten kierunek transferu nie jest niczym nowym.

W dzisiejszych czasach ma jednak co najmniej dwóch silnych konkurentów: kraje nordyckie i anglosaskie. Współczesne idee takie jak workfare czy flexicurity są przypisywane konkretnym krajom (pierwszy USA, a drugi Danii), skąd są przenoszone w skali międzynarodowej, w czym dużą rolę odgrywają organizacje międzynarodowe (np. Bank Światowy rozprzestrzeniający koncepcję trójfilarowego systemu emerytalnego w latach 90., czy Unia Europejska zalecająca model flexicurity).

Po drugie, krajowe włączanie horyzontalne związane jest z działaniami na rzecz podjęcia i przeprowadzenia podobnych projektów w innych lokalizacjach, czyli w innych polskich powiatach (regionalnie bliskich, bądź znajdujących się w innych regionach). Włączanie tego typu jest o tyle łatwiejsze, że projekt został przetestowany w podobnych warunkach kulturowo-instytucjonalnych. Trzeba jednak pamiętać, że różnice między powiatami mogą być bardzo duże, a same powiaty mogą być wewnętrznie mniej lub bardziej zróżnicowane. Włączanie tego typu powinno uwzględniać ocenę przenośności projektu, uwzględniającą w szczególności to, że jest on finansowany z zewnętrznego źródła.

Po trzecie, włączanie wertykalne może dotyczyć polityki regionalnej lub krajowej. Polityka społeczna w Polsce, mimo pewnej decentralizacji, nadal jest pod silnym wpływem władz centralnych decydujących o kształcie powszechnie obowiązującego prawa. Projekt da się jednak zrealizować w obowiązującym systemie prawnym, a to będzie znaczyło, że ważną

opcją jest również włączanie horyzontalne o charakterze regionalnym, np. poprzez instytucje regionalne najbardziej zainteresowane aktywizacją bezrobotnych 50+, czyli WUP i ROPS.

Krajowe włączanie wertykalne odbywać się będzie w kontekście, który sprzyja systemowemu myśleniu o działaniach na rzecz grupy docelowej projektu. Zagadnienie starzenia się społeczeństwa jest dobrze rozpoznane w polityce krajowej, a jedną z jej odpowiedzi na ten fakt jest podniesienie wieku emerytalnego. Są to działania systemowe, które zakładają, że aktywność zawodowa w starszych grupach wiekowych będzie się zasadniczo zwiększać. Jeżeli obecnie jest ona bardzo niska, to wymaga to również rozwiązań systemowych w obszarze instytucji rynku pracy, pomocy i integracji społecznej. Wyrazem tej polityki jest m.in. Program „Solidarność Pokoleń. Działania dla zwiększenia aktywności zawodowej osób w wieku 50+”.

Drugi rodzaj sprzyjającego kontekstu dla włączania wertykalnego wiąże się z reformami, które mają na celu upowszechnić współpracę pomiędzy podmiotami wewnątrz sektora publicznego (PSZ i JOPS) oraz pomiędzy nim a organizacjami z innych sektorów (NGO, podmioty gospodarcze). Niedawno ogłoszony przez MPiPS pilotaż Partnerstwo dla pracy jest tego dobrym przykładem. Głównym jego celem jest przetestowanie zlecenia usług rynku pracy poza sektor publiczny, co oczywiście wymaga współpracy międzysektorowej. Podobne idee dotyczące zlecenia pracy socjalnej pojawiły się również w zapowiedziach reformy pomocy społecznej.

Realizacja projektów podobnych do JOBfirmy w innych powiatach niż te, w których był on testowany oraz zmiany systemowe ułatwiające tworzenie partnerstw typu JOBfirmy i udzielanie przez nie wszechstronnych i zindywidualizowanych usług aktywizacyjnych są wyrazem osiągnięcia celów mainstreamingu horyzontalnego i wertykalnego. W związku z tym, że strategia włączania ma być nastawiona na zwiększenie prawdopodobieństwa realizacji tych skutków, temu też powinny być podporządkowane zaplanowane w niej kierunki działania.

Wśród nich najważniejsze to:

- 1) zidentyfikowanie najważniejszych interesariuszy programów na rzecz aktywizacji zawodowej osób bezrobotnych 50+;
- 2) analiza każdej z grup interesariuszy oraz powiązań między nimi pod względem ich znaczenia dla mainstreamingu modelu JOBfirmy;
- 3) opracowanie dla każdej grupy interesariuszy zidentyfikowanych w pierwszych krokach, dostosowanego do ich specyfiki i znaczenia zestawu oddziaływań o dużym potencjale włączającym model JOBfirmy horyzontalnie i wertykalnie;
- 4) realizacja działań zaprojektowanych w kroku 3;
- 5) stały monitoring i ewaluacja.

Wstępna lista zagrożeń dla strategii mainstreamingu jest następująca:

- Pominięcie ważnych interesariuszy;

- Błędy w ocenie znaczenia interesariuszy dla skutecznego mainstreamingu;
- Pominięcie ważnych powiązań między interesariuszami;
- Niedostosowane do specyfiki interesariuszy metody i techniki oddziaływania mainstreamingowego;
- Trudności w realizacji oddziaływań dobrze dobranych;
- Niskiej jakości monitoring i ewaluacja nie sygnalizujące problemów;

Uniknięcie tych zagrożeń wymaga zdobycia i właściwego przeznaczenia odpowiedniej jakości zasobów dla zadań z zakresu upowszechniania i mainstreamingu.

8. Kamienie milowe II etapu projektu

Lp.	Działania	IV.2013	V.2013	VI.2013	IX.2013	XII.2013	V.2014	XI.2014	XII.2014	II.2015
1.	Zawiązanie partnerstw w powiatach myśliborskim i zgierskim (Zadanie 4 Tworzenie, prowadzenie i zarządzanie systemem współpracy) termin we wniosku o dofinansowanie zweryfikowany/przesunięty ze względu na termin szkolenia dla użytkowników z marca na kwiecień 2013									
2.	Nabycie kompetencji koniecznych do skutecznej pracy przez opiekunów osobistych i JOBscoutów (Zadanie 3 Szkolenie dla opiekunów osobistych i doradców integracyjnych) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
3.	Nabycie przez użytkowników wiedzy o specyfice funkcjonowania JOBfirmy potwierdzone certyfikatem ukończenia szkolenia (Zadanie 4 Tworzenie, prowadzenie i zarządzanie systemem współpracy) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
4.	Powołanie JOBfirmy w Zgierzu i Myśliborzu (Zadanie 5 Testowanie opracowanego produktu) termin we wniosku o dofinansowanie zweryfikowany/przesunięty ze względu na szkolenia z maja na czerwiec 2013									
5.	Zakończenie części teoretycznej I etapu JOBfirmy (Zadanie 5 Testowanie opracowanego produktu) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									

6.	Zakończenie części praktycznej I etapu JOBfirmy (Zadanie 5 Testowanie opracowanego produktu) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
7.	Zakończenie I cyklu JOBfirmy (Zadanie 5 Testowanie opracowanego produktu) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
8.	Zakończenie II cyklu JOBfirmy (Zadanie 5 Testowanie opracowanego produktu) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
9.	Oddanie ostatecznej wersji produktu innowacyjnego do walidacji (Zadanie 5 Testowanie opracowanego produktu) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
10.	Zakończenie etapu upowszechniania (Zadanie 7 Upowszechnianie i włączenie do głównego nurtu polityki) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									
11.	Włączanie do głównego nurtu polityki (Zadanie 7 Upowszechnianie i włączenie do głównego nurtu polityki) termin zgodny z harmonogramem we wniosku o dofinansowanie									

9. Zagrożenia realizacji projektu i działania zapobiegawcze

Lp.	Rodzaj ryzyka	Waga ryzyka od 1-3	Prawdopodobieństwo wystąpienia 1-3	Ocena ryzyka	Zapobieganie
1.	Rezygnacja z etatu lub zwolnienia pracowników JOBfirmy	3	1	3	Przeszkolenie podwójnej liczby multiplikatorów, którzy mogą być zatrudnieni w miejsce tych, którzy odejdą z projektu
2.	Niski poziom zainteresowania ze strony bezrobotnych	3	3	9	Intensyfikacja działań promocyjnych - skierowanie działań promocyjnych do szerokiej grupy odbiorców, pozyskanie partnerów do działań promocyjnych, włączenie lokalnych liderów do procesu rekrutacji
3.	Brak zaangażowania i zainteresowania ze strony pracodawców	3	2	6	Ukazanie korzyści z zatrudnienia pracownika profesjonalnie przygotowanego do pracy zgodnie z oczekiwaniami pracodawcy; prawidłowa diagnoza potrzeb pracodawcy; zaangażowanie w promocję organizacji pracodawców
4.	Wycofanie się instytucji tworzących partnerstwo	2	2	4	Przygotowanie odpowiednich umów o współpracy partnerskiej w projekcie, zaangażowanie kluczowych osób z partnerstwa w działania projektu
5.	Brak środków na stypendia stażowe	1	2	2	PUP kieruje na staże, wypłacając stypendia stażowe
6.	Brak lub niedostateczna współpraca z partnerami i mediami w procesie upowszechniania	3	1	3	Utrzymywanie intensywnych kontaktów z partnerami projektu (spotkania Zespołu Roboczego) oraz z partnerami lokalnymi. Prowadzenie od początku realizacji projektu aktywnej polityki wobec instytucji potencjalnie zainteresowanych produktem finalnym
7.	Niedostosowanie narzędzi promocji i informacji do grup docelowych w procesie upowszechniania	2	1	2	Różnorodność doboru narzędzi promocji i informacji (ogłoszenia, plakaty, konferencje, ulotki, tablice informacyjne, strona i portal internetowy itp.)

8.	Pominięcie ważnych interesariuszy i powiązań między nimi dla skutecznego mainstreamingu	3	1	3	Wnikliwa analiza doboru interesariuszy w porozumieniu z partnerami projektu, partnerami lokalnymi, samorządem lokalnym i regionalnym, przedstawicielami władzy ustawodawczej i wykonawczej
9.	Trudności w realizacji oddziaływań mainstreamingowych dobrze dobranych	2	2	4	Skuteczna strategia realizacji oddziaływań mainstreamingowych, ciągły monitoring i ewaluacja, przygotowanie alternatywnych ścieżek