



## INNOWACJE RYNKU PRACY

testowanie i wdrażanie nowych metod promocji zatrudnienia  
w zawodach niszowych, ginących oraz mało popularnych



zawody **ginące**

Promocja zatrudnienia **osób po 50 roku życia w zawodach ginących**



zawody **niszowe**

Promocja zatrudnienia **absolwentów w zawodach niszowych**



zawody **mało popularne**

Promocja zatrudnienia **osób niepełnosprawnych w zawodach mało popularnych**

# STRATEGIA WDRAŻANIA

projektu innowacyjnego





## I. UZASADNIENIE

- Czy uzasadnienie realizacji projektu zostało poparte wynikami analiz i badań, zrealizowanych w I etapie?
- Czy wyniki analiz i badań, zrealizowanych w I etapie potwierdzają potrzebę realizacji projektu?

Z prognoz CEDEFOP dotyczących rozwoju europejskiego rynku pracy do 2020 r. wynika, że wzrośnie zatrudnienie w mikroprzedsiębiorstwach w sektorze usług, a spadnie w rolnictwie i przemyśle. Stawia to zadanie dostosowania kształcenia i poradnictwa zawodowego do potrzeb najmniejszych firm i rzemiosła, gdzie pracownik musi posiadać wszechstronne wykształcenie w zawodzie i szerokie kompetencje społeczne w przeciwieństwie do pracownika w dużej firmie czy przemyśle, gdzie oczekiwana jest wąska specjalizacja. Zmiana znaczenia zawodu implikuje konieczność dostosowania instrumentów rynku pracy do promocji zatrudnienia w zawodach rzemieślniczych.

**Nowoczesne rzemiosło** wsparte przez nowe instrumenty rynku pracy jest szansą nie tylko na zwiększenie zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i mało popularnych, ale także poprawy sytuacji grup defaworyzowanych na rynku pracy, do których należą osoby bezrobotne w wieku 50+, mniej dyspozycyjne (osoby niepełnosprawne i opiekujące się osobą zależną) oraz absolwenci uczelni.

**Przeprowadzone, w I etapie realizacji projektu, badania** z wykorzystaniem metody analizy danych zastanych Desk Research, badań ilościowych wśród 300 rzemieślników (MŚP) oraz 300 bezrobotnych, w tym 100 w wieku 50+, 100 absolwentów uczelni oraz 100 osób mniej dyspozycyjnych (50 osób niepełnosprawnych i 50 kobiet samotnie wychowujących dzieci), a także badań jakościowych 5 FGI z udziałem osób bezrobotnych, przedstawicieli rzemiosła, urzędów pracy, instytucji szkoleniowych, uczelni wyższych, jednostek samorządu terytorialnego, **potwierdzają, trafność wskazanych we wniosku o dofinansowanie, obszarów interwencji**, określających trzy grupy docelowe działań testujących w projekcie:

- **Zawody Ginące (Grupa docelowa: Osoby 50+).** Wypracowanie instrumentów promocji zatrudnienia osób po 50 roku życia w zawodach ginących to pierwszy obszar interwencji projektu. Badania potwierdziły, iż wiele zawodów rzemieślniczych wykazuje tendencje ginące, czego główną przyczyną jest brak zainteresowania ze strony młodzieży nauką i pracą w zawodach rzemieślniczych (82,2% wskazań), odchodzenie starych mistrzów, którzy mogliby przekazać swoje umiejętności (79,7%), niedostateczna promocja rzemiosła i brak informacji o korzyściach, jakie dają tytuły czeladnicze i mistrzowskie (77,7%). Szans na zwiększenie zatrudnienia w zawodach ginących należy upatrywać w angażowaniu do ich wykonywania osób starszych po 50. roku życia, a przede wszystkim przekazywania tej unikatowej wiedzy młodym ludziom. 46% badanych osób w wieku 50+ wyraziło zainteresowanie nauką zawodów ginących, a także gotowością do szkolenia młodych osób w zawodach ginących (51% wskazań). Nieco wyższa gotowość bycia mentorem dotyczy osób, które już posiadają umiejętności w zawodach ginących (54,6%). Dotychczas osoby po 50. roku życia bardzo rzadko korzystały z usług doradcy zawodowego (11%), a ci którzy skorzystali otrzymali standardową poradę odnośnie oceny kwalifikacji zawodowych, umiejętności, zainteresowań, czy też sposobów poszukiwania pracy. Podczas badań FGI sami doradcy zawodowi zwracali uwagę na potrzebę wypracowania i upowszechnienia nowych metod doradczych skierowanych do osób starszych, wykazujących bardzo niską aktywność w podnoszeniu kwalifikacji (zaledwie 17% respondentów podjęło dalsze kształcenie lub doskonalenie zawodowe), co może wynikać m.in. z faktu, iż obecny system szkoleń, w opinii badanych, nie uwzględnia specyficznych potrzeb osób w wieku 50+. Badania jakościowe potwierdziły konieczność wdrożenia rozwiązań w zakresie współpracy lokalnej z udziałem izb rzemieślniczych i cechów, jednostek naukowych oraz JST w zakresie monitoringu i promowania wiedzy na temat zapotrzebowania na pracę w zawodach ginących.



■ **Zawody Niszowe (Grupa docelowa: Absolwenci)** to kolejny obszar interwencji projektu, wskazujący na specyficzne bariery i trudności w aktywizacji zawodowej absolwentów uczelni w zawodach niszowych. Z badań wynika, że sytuacja młodych absolwentów szkół wyższych (do 27. roku życia) na rynku pracy nie jest zadowalająca, o czym świadczy rosnąca liczba i udział w populacji bezrobotnych. W 2005 roku do urzędów pracy zgłosiło się 4534 absolwentów szkół wyższych i stanowili oni 5,6% ogółu nowo zarejestrowanych bezrobotnych, to w 2009 r. jest to już 4836 osób (5,3%), a w 2010 r. 5424 osób (6,1%). Pomimo, że większość badanych wykazywała się aktywnością w poszukiwaniu pracy (92%), to okazuje się, że w sytuacji ograniczonego popytu na pracę, działania te okazały się mało skuteczne. Urzędy pracy oferowały najczęściej dość standardowe formy pomocy, sprowadzające się do propozycji odbycia stażu (34,9%), rzadziej proponowane były ofert pracy, z których respondenci najczęściej nie skorzystali, bo były już nieaktualne, bądź nie posiadali odpowiednich kwalifikacji. Czynnikiem determinującym obecną sytuację absolwentów szkół wyższych na rynku pracy jest dostępność poradnictwa zawodowego oraz biznesowego, zwłaszcza w kontekście zakładania własnej działalności. Zarówno badania ilościowe, jak i jakościowe potwierdziły, że absolwenci bardzo rzadko korzystają z usług doradców zawodowych (17%), co wynika z przeświadczenia o niskiej ich skuteczności. Bowiem, jak wynika z badań, usługi doradcze sprowadzały się głównie do oceny kwalifikacji zawodowych, czy też poinformowania o sposobach poszukiwania pracy. Zdecydowanie gorzej sprawa wygląda w kwestii poradnictwa biznesowego, do którego, w opinii absolwentów szkół wyższych, nie mają raczej dostępu. Podczas badań FGI przedstawiciele instytucji rynku pracy, w tym doradcy zawodowi, bezrobotni, pracodawcy, wskazywali na luki w tym względzie, na brak wyspecjalizowanych doradców odnośnie poradnictwa biznesowego. Rosnące bezrobocie wśród młodych ludzi i trudności ze znalezieniem pracy stają się czynnikiem motywującym ich do nauki i pracy w nowoczesnych zawodach rzemieślniczych. Zainteresowanie absolwentów udziałem w szkoleniach, doradztwie biznesowym w zakresie zakładania własnej działalności w sektorach niszowych w woj. podlaskim wyraziło blisko 60% respondentów. Przy czym, jak wynika z badań ilościowych i jakościowych, obecny wizerunek rzemiosła nie jest korzystny, a już na pewno nie kojarzy się ono z takimi określeniami jak „nowoczesne”, „innovacyjne”, przynoszące wysokie dochody, o wysokim prestiżu. Przy promocji rzemieślniczych zawodów niszowych, w opinii uczestników badań FGI, nie należy posługiwać się terminem „rzemiosło”. Przy planowaniu działań w ramach projektu należy uwzględnić fakt, iż gros absolwentów (blisko 75%) w trakcie studiów nie nabyła wiedzy i kompetencji do podjęcia samodzielnej działalności. Dlatego ci którzy, nie wykazali zainteresowania prowadzeniem działalności wskazywali na barierę w postaci braku pomysłu na firmę (53,1%), obawy przed ryzykiem (37,5%), braku odpowiedniej wiedzy i kwalifikacji (20,3%). Tak więc kluczowym elementem działań projektowych winno być wypracowanie z jednej strony narzędzi z zakresu doradztwa biznesowego, uwzględniającego specyfikę zawodów rzemieślniczych, z drugiej odpowiedniego programu szkoleniowego w zakresie świadczenia nowoczesnych, wysokiej jakości usług. Badanie jakościowe potwierdziło potrzebę monitorowania i promocji zatrudnienia w rzemiośle. W tym celu niezbędna jest współpraca izb/cechów rzemieślniczych z uczelniami wyższymi, urzędami pracy, innymi instytucjami rynku pracy, czy też władzami samorządowymi. Promocja winna dotyczyć m.in. korzyści, jakie dają uprawnienia czeladnicze i mistrzowskie, dobrych praktyk – firm, które odniosły sukces rynkowy, na temat nowych trendów w konsumpcji, kształtujących popyt na usługi i dobra niszowe



■ **Zawody Mało popularne (Grupa docelowa: osoby niepełnosprawne)**, to trzeci obszar interwencji ukazujący wyzwania promocji zatrudnienia osób niepełnosprawnych oraz niedyspozycyjnych ze względu sprawowania opieki nad osobą zależną w zawodach mało popularnych. Badania podjęte w projekcie pozwoliły na identyfikację szeregu zawodów mało popularnych, powiązanych z takimi rodzajami działalności, jak: sektor usług porządkowych, ochrona osób i mienia, usługi domowe, gospodarcze, związane ze sprzedażą, konsultacjami przez telefon lub Internet, sprzedażą bezpośrednią, usługami pogrzebowymi, związanymi z opieką nad osobami zależnymi, pracami pomocniczymi w usługach gastronomicznych, hotelowych, w budownictwie, czy też związanych rozdawaniem ulotek i przeprowadzanie badań ankietowych. Niechęć do wykonywania tych zawodów, mimo rosnącego popytu na nie, jak potwierdziły badania ilościowe, wynika głównie z tego, że kojarzone są niskim prestiżem, niskimi zarobkami, z niedostateczną promocją i brakiem informacji o rosnącym zapotrzebowaniu na pracę w tych zawodach, ale także braku kształcenia w tych zawodach. Szansą na zwiększenie zatrudnienia w zawodach mało popularnych jest aktywizacja zawodowa grup, które mają mniejsze szanse w pozyskaniu pracy w zawodach popularnych, do których należą osoby niepełnosprawne oraz mniej dyspozycyjne, a w szczególności kobiety samotnie wychowujące dzieci. Co druga badana osoba wyraziła zainteresowanie i gotowość do kształcenia w zawodach mało popularnych, również w formie zdalnej z wykorzystaniem Internetu. Przy projektowaniu działań w projekcie należy uwzględnić fakt, iż w przypadku osób niepełnosprawnych mamy do czynienia z populacją z wysokim udziałem osób starszych (41,7% kobiet i 26,9% mężczyzn), o relatywnie niskim poziomie wykształcenia (60% z wykształceniem zasadniczym zawodowym i niższym), które dotychczas nie podejmowały dalszego kształcenia lub doskonalenia zawodowego (74%), spośród których zaledwie co drugi respondent posiada umiejętności w zakresie obsługi komputera i Internetu, a ponad 35% nie ma możliwości korzystania z komputera. Zdecydowanie lepsza sytuacja jest w tym względzie w przypadku kobiet samotnie wychowujących dzieci. Badania potwierdziły, że te grupy wymagają szczególnego wsparcia ze strony doradców zawodowych, z wykorzystaniem instrumentów dopasowanych do ich sytuacji (mniejsza dyspozycyjność) i potrzeb, a nie w formie tradycyjnej, sprowadzającej się, jak wynika z badań, do spotkań face to face z doradcą, który to podczas konsultacji najczęściej oceniał kwalifikacje zawodowe i doradzał, jak szukać pracy. Istnieje pilna potrzeba wypracowania nowych narzędzi diagnostycznych oraz informacji zawodowej, które mogłyby być świadczone również w formie zdalnej. Kluczową kwestią staje się także potrzeba wypracowania programów kształcenia w zawodach mało popularnych, zwłaszcza w tych, w których dotychczas kształcenie nie miało miejsca (np. usługi porządkowe), z uwzględnieniem sytuacji i potrzeb osób mniej dyspozycyjnych. Badania jakościowe potwierdziły konieczność działań i współpracy różnych instytucji rynku pracy, z udziałem przedstawicieli izb/cechów rzemiosła, na rzecz badań odnośnie skali popytu na zawody mało popularne, a także promowania wiedzy w społeczeństwie o tych zawodach, jako przyszłościowych.

**Uwzględnienie trzech obszarów interwencji** i odpowiadających im laboratoriów testujących równolegle i niezależnie rozwiązania dedykowane precyzyjnie trzem grupom odbiorców i użytkowników, zwiększa potencjał innowacyjny i wdrożeniowy całego projektu. **Współpraca ponadnarodowa** związana z adaptacją Dobrych Praktyk edukacyjnych Parlamentu Hanzeatyckiego zrzeszającego rzemiosło z krajów basenu Morza Bałtyckiego oraz Dobrych Praktyk doradczych AVOPP zrzeszającego doradców i psychologów z krajów UE w trzech obszarach interwencji zwiększy efektywność testowania. Konsultacje prowadzone z partnerami ponadnarodowymi w pierwszej fazie projektu potwierdziły zasadność prowadzenia adaptacji i testów w trzech obszarach interwencji na rzecz trzech grup docelowych.



## II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

- Czy cel projektu jest taki sam, jak we wniosku o dofinansowanie?
- Czy wskaźniki są właściwie zdefiniowane?
- Czy wartości docelowe wskaźników celu, sposoby pomiaru, źródła weryfikacji zostały określone (odpowiednio do celu)?

Celem projektu jest opracowanie lub adaptowanie/utworzenie, testowanie a następnie upowszechnienie/wdrożenie na terenie woj. podlaskiego do końca czerwca 2013 roku 9 modelowych rozwiązań doradczych, szkoleniowych i współpracy w zakresie promocji zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i mało popularnych. Tak sformułowany cel ogólny projektu został pozytywnie zweryfikowany w I etapie realizacji projektu w trakcie badań oraz współpracy ponadnarodowej. W związku z powyższym, **cel strategii wdrażania jest tożsamy z celem projektu** określonym we wniosku o dofinansowanie. Głównym wskaźnikiem celu jest **implementacja produktów finalnych w praktykę społeczną określonych użytkowników** na poziomie metod pracy specjalistów rynku pracy oraz systemów zarządzania firmą rzemieślniczą w **3 obszarach interwencji**:



W wyniku badań w I fazie projektu potwierdzono konieczność wsparcia zatrudnienia 3 grup defaworyzowanych w ramach 3 obszarów interwencji:

- Model promocji zatrudnienia **50+** w **zawodach ginących**
- Model promocji zatrudnienia **absolwentów** w **zawodach niszowych**
- Model promocji zatrudnienia **niepełnosprawnych** w **zawodach mało popularnych**

**Wskaźnikiem celu** są tu **3 modele** a **źródłem ich weryfikacji** 3 publikacje wdrożeniowe.

W wyniku badań w I fazie projektu potwierdzono 3 typy barier w obszarach interwencji oraz konieczność zastosowania trzech poziomów interwencji (pracownik, firma, otoczenie):

- **Instrumenty diagnostyczno-doradcze** dla pracownika dostosowane do specyficznych potrzeb bezrobotnych **50+**, **absolwentów** i **niepełnosprawnych**
- **Instrumenty edukacyjne** dla firmy dostosowane do specyfiki rzemiosła
- **Instrumenty kooperacyjne** dla otoczenia organizujące współpracę instytucji rynku pracy oraz przedsiębiorców na rzecz promocji zawodów **ginących**, **niszowych** i **mało popularnych**.

W tym wymiarze **wskaźnikiem celu** jest **9 instrumentów interwencji** wraz z narzędziami i instrukcją zastosowania a **źródłem weryfikacji wskaźników** jest 9 opisów produktów finalnych oraz raporty cząstkowe i okresowe z testowania wraz z raportem z ewaluacji.



### III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

- Czy przedstawiona innowacja została opisana kompleksowo, z uwzględnieniem wszystkich wymaganych elementów?

Innowacją projektu jest **integrowanie interwencji** realizowanych na poziomie pracownika, rzemieślnika (pracodawcy) i ich otoczenia **w jednym modelu działania**. Podstawową innowacją projektu jest więc model kompleksowych działań. Drugim aspektem innowacji jest **synergiczne łączenie grup zawodów z grupami bezrobotnych** w oparciu o **macierz interwencji** wyznaczającą wspólne obszary specyficznych potrzeb osób po 50 roku życia, absolwentów i osób niepełnosprawnych z możliwościami, jakie dają tym grupom odpowiednio zawody ginące, niszowe i mało popularne. Zważywszy na zdefiniowane typowe grupy barier w 3 obszarach interwencji przetestowane zostaną 3 modele kompleksowych działań diagnostyczno-doradczych, edukacyjnych i kooperacyjnych. W tym sensie zintegrowane instrumenty utrzymania ich aktywności zawodowej **służą przede wszystkim osobom bezrobotnym**. Trzy poziomy interwencji rozszerzają grupę potencjalnych odbiorców i użytkowników. Aktywność zawodowa 50+ w zawodach ginących, absolwentów w zawodach niszowych oraz osób niepełnosprawnych w zawodach mało popularnych jest w tym ujęciu wartością - szansą rozwojową **dla rzemieślnika** (pracodawca) jak i **lokalnej społeczności** (otoczenie). Innowacyjność rozwiązań występuje więc na kilku poziomach szczegółowości. Obok innowacyjnego modelu rozwiązywania problemu rynku pracy przewiduje się innowacje na poziomie konkretnych instrumentów wsparcia. W tym przypadku innowacje dotyczą **sposobu świadczenia usługi doradczej** na rynku pracy, **metod edukacji zawodowej w rzemiośle** oraz metod **współpracy lokalnej**, w każdym z 3 obszarów interwencji:

- Model promocji zatrudnienia 50+ w zawodach ginących: **RZEMIOSŁO III WIEKU**



- **Instrumenty diagnostyczno-doradcze dla 50+** Innowacja tego modelu związana jest z adaptacją sprawdzonego rozwiązania w stosunku do nowej grupy docelowej. Dobra praktyka wypracowana została przez obecne projektu pilotażowego potwierdzania kwalifikacji dla zadań zawodowych i kierowana była do osób bezrobotnych zdobywających kwalifikacje w sposób nieformalny. W tym przypadku **innowacją jest** zastosowanie sprawdzonych rozwiązań **w stosunku do nowej grupy** klientów oraz **wybranej grupy zawodów**, charakteryzującej się podobnym problemem, który nie był jeszcze rozwiązywany w ten sposób. Specyfiką modelu są nowe bariery charakterystyczne dla osób starszych związane ze stanem zdrowia i aktywnością psychiczną, które zostaną dodatkowo uwzględnione w trakcie adaptacji sprawdzonego rozwiązania. Zaadaptowana zostanie procedura planowania działań i potwierdzania kwalifikacji z zastosowaniem nowych narzędzi diagnostycznych i doradczych dedykowanych specjalnie dla tej grupy osób. Testowanie innowacji w tym zakresie przygotuje innowacyjny produkt (IPI): *Schemat doradztwa na rzecz ginących zawodów z uwzględnieniem specyfiki 50+ z zastosowaniem narzędzi: „Kwestionariusze 50+” oraz „IPD 50+”*



- **Instrumenty edukacyjne rzemiosła w ginących zawodach.** Innowacja tego modelu, podobnie jak w przypadku modelu diagnostyczno-doradczego dotyczy adaptacji sprawdzonych rozwiązań w stosunku do nowej grupy docelowej. W tym przypadku **innowacją jest** zmodyfikowana procedura intermentoringu **na potrzeby małej firmy rzemieślniczej**. Zaadaptowana zostanie procedura międzypokoleniowych szkoleń wewnętrznych wypracowana w większych firmach, w ramach których osoby 50+ modyfikować będą produkt i usługę rzemieślnika o elementy zdiagnozowane i opisane w trakcie doradztwa zadania zawodowe związane z tradycyjnymi technologiami i dziedzictwem kulturowym. Efektem testowania w tym zakresie będzie innowacyjny produkt (IP2): *Schemat Intermentoringu w rzemiośle*
- **Instrumenty kooperacyjne promujące zawody ginące.** Innowacja tego modelu dotyczyć będzie adaptacji sprawdzonych przez Lidera w PIW EQUAL metod lokalnej współpracy w zakresie *work life balance* w stosunku do nowego problemu społecznego, jakim jest aktywizacja zawodowa 50+ oraz promocja zawodów ginących. W tym przypadku **innowacją jest** zmodyfikowany schemat tworzenia i moderowania lokalnej koalicji na rzecz wypracowania i przyjęcia wspólnej strategii działania. **Modyfikacja** świadcząca o dodatkowej innowacji dotyczy włączenia w prace nad przygotowaniem katalogu ginących zawodów z udziałem samorządu gminy współpracującego z lokalnym rzemiosłem zatrudniającym 50+. Efektem testu będzie innowacyjny produkt (IP3): *Schemat monitorowania i promocji ginących zawodów*
- **Model promocji zatrudnienia absolwentów w zawodach niszowych: RZEMIOSŁO NA MIARĘ**



- **Instrumenty diagnostyczno-doradcze dla absolwentów.** Innowacja tego modelu dotyczyć będzie adaptacji sprawdzonych przez partnera rozwiązań w zakresie interdyscyplinarnego poradnictwa kariery dla młodzieży szkolnej z elementami promocji samozatrudnienia w stosunku do nowej grupy docelowej, jaką są absolwenci uczelni transferujący innowacje do rzemiosła w modelu spin-out. W tym przypadku **innowacją jest** zmodyfikowany Indywidualny Plan Działania uwzględniający zagadnienia doradztwa biznesowego i patentowego oraz przedsiębiorczości akademickiej. Efektem testu będzie innowacyjny produkt (IP7): *Schemat doradztwa biznesowego z zastosowaniem narzędzi: „Biznes Kwestionariusze” oraz „IPD: Biznes na miarę”*
- **Instrumenty edukacyjne rzemiosła niszowego.** Innowacja tego modelu, podobnie jak w przypadku modelu diagnostyczno-doradczego dotyczy adaptacji sprawdzonych rozwiązań w stosunku do nowej grupy docelowej. **Innowacją jest** zmodyfikowana metoda wsparcia spin-out wypracowana w ramach projektu przedsiębiorczości akademickiej **na potrzeby małej firmy rzemieślniczej** i współpracy rzemiosła z nauką w modelu Niemieckim. Efektem testowania w tym zakresie będzie innowacyjny produkt (IP8): *Schemat adaptacyjności rzemiosła niszowego*
- **Instrumenty kooperacyjne promujące zawody niszowe.** Innowacja tego modelu dotyczyć będzie adaptacji sprawdzonych przez Lidera w PIW EQUAL metod lokalnej współpracy w stosunku do nowego problemu społecznego, jakim jest aktywizacja zawodowa absolwentów oraz



promocja zawodów niszowych i współpracy rzemiosła ze sferą nauki. W tym przypadku **innowacją jest** zmodyfikowany schemat tworzenia i moderowania lokalnej koalicji na rzecz wypracowania i przyjęcia wspólnej strategii działania uwzględniający kooperację uczelni i rzemiosła. Efektem testu będzie innowacyjny produkt (IP9): *Schemat monitorowania i promocji zawodów niszowych*

■ **Model promocji zatrudnienia niepełnosprawnych w zawodach mało popularnych: e-RZEMIOSŁO**



■ **Instrumenty diagnostyczno-doradcze dla osób niepełnosprawnych** oraz mało dyspozycyjnych. Innowacja tego modelu dotyczyć będzie adaptacji sprawdzonych przez partnera rozwiązań w zakresie interdyscyplinarnego poradnictwa dla osób niepełnosprawnych lub opiekujących się osobą zależną, ze szczególnym uwzględnieniem elastycznych form pracy w stosunku do nowego obszaru wsparcia jakim są e-usługi doradcze. **Innowacją jest** zdalny Indywidualny Plan Działania uwzględniający specyfikę osób chorych oraz telepracę. Efektem testu będzie innowacyjny produkt (IP4): *Schemat e-doradztwa dla osób niepełnosprawnych z zastosowaniem narzędzi: „e- Kwestionariusze” oraz „IPD: e-Miasteczko Zawodowe”*

■ **Instrumenty zdalnej edukacji w rzemiośle.** Innowacja tego modelu, podobnie jak w przypadku modelu diagnostyczno-doradczego dotyczy adaptacji sprawdzonych rozwiązań w stosunku do nowej grupy docelowej. **Innowacją jest** zmodyfikowana metoda e-edukacji osób mało dyspozycyjnych **na potrzeby małej firmy rzemieślniczej.** Efektem testowania w tym zakresie będzie innowacyjny produkt (IP5): *Schemat e-edukacji i e-biznesu w rzemiośle*

■ **Instrumenty kooperacyjne promujące zawody mało popularne.** Innowacja tego modelu dotyczyć będzie adaptacji sprawdzonych przez Lidera w PIW EQUAL metod lokalnej współpracy w stosunku do nowego obszaru wsparcia, , jakim jest aktywizacja zawodowa osób niedyspozycyjnych z zastosowaniem Internetu. **Innowacją jest** zmodyfikowany schemat tworzenia i moderowania lokalnej koalicji z udziałem instytucji szkoleniowych i rzemiosła. Efektem testu będzie innowacyjny produkt (IP6): *Schemat promocji zawodów mało popularnych.*

**Warunkiem działania innowacji jest uwzględnienie rekomendacji** wdrożeniowych zawartych w podręcznikach opracowanych w efekcie testowania 9 innowacyjnych produktów (IP) oraz badań ewaluacyjnych prowadzonych z udziałem użytkowników i odbiorców po zakończeniu testowania.

**Kompleksowe zastosowanie całego modelu** (zestaw instrumentów interwencji) zwiększa szanse właściwego działania innowacji, jednak nie jest warunkiem koniecznym wdrożenia a poszczególne produkty finalne mogą być zastosowane przez poszczególnych użytkowników tylko w interesującym ich zakresie. Dlatego też w badaniu potrzeb oraz w procesie testowania zaangażowani będą zgodnie z zasadą **empowerment** reprezentatywni przedstawiciele przyszłych użytkowników wyrażających specyficzne potrzeby i opinie o testowanych rozwiązaniach . **Efektem zastosowania innowacji** będzie zwiększenie zatrudnialności grup w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy w zawodach kluczowych dla rozwoju regionu oraz **rozwój rzemiosła i mikro przedsiębiorczości.**





#### IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

- Czy przedstawiony sposób testowania gwarantuje rzetelność testu produktu finalnego?

Testowanie 9 innowacyjnych produktów - instrumentów interwencji składających się na 3 modele promocji zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i mało popularnych odbywać się będzie z zaangażowaniem przedstawicieli odbiorców oraz użytkowników innowacji.

- **Empowerment** stosowane jako reguła w badaniach i testach jest kluczowym **warunkiem rzetelności testu** zwiększającym możliwości jego faktycznego wdrożenia i zastosowania w praktyce społecznej instytucji reprezentowanych w trakcie badania barier, testowania i ewaluacji nowych rozwiązań. Zaplanowano adekwatnie do głównych modeli interwencji, 3 procedury testowania w ramach Laboratorium Ginących Zawodów, Laboratorium Zawodów Niszowych oraz Laboratorium Zawodów Mało Popularnych. Nad pracami każdego laboratorium opiekę merytoryczną pełnić będą naukowcy i praktycy w dziedzinie, bazując na swoich wieloletnich doświadczeniach w aktywizacji bezrobotnych i edukacji zawodowej w rzemiośle.

- **Uwzględnienie doświadczeń partnerstwa** - instytucji szkoleniowych gwarantuje reprezentatywny dobór zespołów eksperckich, trenerów, doradców, psychologów i moderatorów społecznych testujących 9 innowacyjnych produktów finalnych:

- **Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr** realizująca projekty lokalne i regionalne w zakresie doradztwa i szkoleń zawodowych dla kilkunastu tysięcy bezrobotnych, w tym starszych, niepełnosprawnych i zagrożonych bezrobociem w oparciu o lokalne porozumienia współpracy wdrażające produkty PIW EQUAL oraz pilotaże i innowacje w ZPORR i POKL.

- **Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości w Białymstoku** odpowiedzialna za współpracę ponadnarodową z Parlamentem Hanzeatyckim w edukacji rzemieślniczej i potwierdzaniu kwalifikacji nieformalnych dla zadań zawodowych w pilotażach PO KL.

- **Reprezentatywny dobór odbiorców** w 3 obszarach interwencji **zwiększa trafność** testu o specyficzne problemy grup w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy:

- **Bezrobotni 50+** W teście modelu promocji zatrudnienia w zawodach ginących uczestniczyć będzie 15 bezrobotnych osób po 50 roku życia. Gwarantuje to reprezentatywność problematyki wieku w aktywizacji bezrobotnych.

- **Bezrobotni Absolwenci** W teście modelu promocji zatrudnienia w zawodach niszowych uczestniczyć będzie 15 bezrobotnych osób do 27 (25) roku życia (**zmiana w stosunku do wniosku o dofinansowanie w wyniku badań**) absolwentów szkół technicznych i uczelni. Gwarantuje to reprezentatywność problemów młodzieży w aktywizacji bezrobotnych.

- **Bezrobotni Niepełnosprawni.** W teście modelu promocji zatrudnienia w zawodach mało popularnych uczestniczyć będzie 15 bezrobotnych osób niepełnosprawnych lub opiekujących się osobą zależną. Gwarantuje to reprezentatywność problematyki niskiej dyspozycyjności i chorób w aktywizacji bezrobotnych.

- **Reprezentatywny dobór użytkowników** na 3 poziomach interwencji **zwiększa trafność** testu uwzględniając specyficzne potrzeby praktyków usług rynku pracy:

- **Doradcy zawodowi i personalni.** W ramach testu zaangażowani zostaną doradcy zawodowi, doradcy personalni, psycholodzy, doradcy rolniczy, trenerzy osobiści i lekarze medycyny pracy, co gwarantuje rzetelność testu oraz wszechstronność i użyteczność przygotowanych rekomendacji wdrożeniowych.



- **Rzemieśnicy i trenerzy** W ramach testu zaangażowanych zostanie 15 rzemieślników (firm, mikroprzedsiębiorstw) po 5 w każdym laboratorium, z udziałem których testowane będą narzędzia edukacyjne, procedury zarządzania zasobami ludzkimi w firmie oraz procedury lokalnej współpracy, co zwiększa trafność (zgodność z potrzebami rynku pracy) testowanych rozwiązań oraz kompleksowość wypracowanych rekomendacji wdrożeniowych.
- **Instytucje rynku pracy** W ramach testu zaangażowanych zostanie 15 instytucji – pracowników reprezentujących PUP, WUP, NGO, MŚP i JST, uczelnie i Instytucje otoczenie biznesu biorących udział w pracach 3 Grup Roboczych (warsztatach lokalnej współpracy) przygotowujących strategie działania na rzecz promocji zatrudnienia 3 grup bezrobotnych w 3 grupach zawodów. Szeroki dobór użytkowników na poziomie OTOCZENIA gwarantuje rzetelność testu poprzez procedury konsultacji społecznej wypracowywanych rozwiązań oraz ich implementacji w dokumenty strategiczne lokalnych społeczności.
- **Wielopoziomowa ścieżka testowania.** W każdym laboratorium zaprojektowano sprawdzoną w innych projektach testujących realizowanych przez Fundację wielopoziomą ścieżkę testowania. Testowanie instrumentów interwencji każdorazowo rozpoczyna się od powołania zespołu opracowującego wstępną wersję produktu finalnego (adaptacja i modyfikacja sprawdzonych narzędzi na potrzeby grup docelowych lub opracowanie nowych narzędzi). Wstępne wersje testowane będą według schematu (zgodnie z poziomami interwencji):
  - **Test Pracownika.** W ramach testu z udziałem 45 potencjalnych pracowników (15 bezrobotnych w każdym obszarze interwencji) diagnozowane będą potrzeby doradcze (test narzędzi diagnostyczno-doradczych: IP1, IP4, IP7) oraz udzielone zostaną usługi edukacyjne adekwatne do diagnozy i potrzeb pracodawcy (test narzędzi edukacyjnych: IP2, IP5, IP8).
  - **Test Pracodawcy.** W ramach testu z udziałem 15 rzemieślników (5 w każdym obszarze interwencji) dokonany zostanie audyt potrzeb szkoleniowych i procedur zarządzania zasobami ludzkimi i wiedzą w firmie (test narzędzi edukacyjnych: IP2, IP5, IP8 – edukację z zastosowaniem innowacyjnych rozwiązań prowadzą sami realizują rzemieślnicy)
  - **Test Otoczenia.** W ramach testu z udziałem 15 instytucji otoczenia pracownika i pracodawcy (5 w każdym obszarze interwencji) moderowana będzie w Grupach Roboczych (warsztatach) lokalna współpraca zmierzająca do przyjęcia wspólnej strategii promocji zatrudnienia w zawodach (test narzędzi współpracy: IPF3, IP6, IP9)
  - **Rekomendacje wdrożeniowe.** Wszystkie etapy testowania zakończone zostaną raportem z testu w formie rekomendacji wdrożeniowych opracowanych przez powołane zespoły eksperckie oraz użytkowników i odbiorców zaangażowanych w proces testowania (rezultat: 9 opisów narzędzi i rekomendacji wdrożeniowych)
- **Monitoring testowania** prowadzony będzie poprzez **miesięczne raporty z testu** opracowywane przez koordynatorów poszczególnych laboratoriów z udziałem użytkowników i odbiorców, na podstawie których **modyfikowane** będą wstępne **wersje** produktów oraz **procedury** samego testu. Decyzje w tym zakresie podejmowane będą przez Grupę Zarządzającą. Zważywszy na fakt, iż do prowadzenia testów zaangażowane zostaną zespoły eksperckie spośród doświadczonych w dziedzinie specjalistów, przygotowujących podobne lub adoptowane rozwiązania w innych projektach innowacyjnych realizowanych przez Fundację **nie przewidziano specjalnych szkoleń** dla zespołów testujących. Dla zachowania rzetelności testu użytkownicy i odbiorcy dysponować będą w czasie testu potoczną i reprezentatywną wiedzą w problematyce dotyczącej przedmiotu testu.



## V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA

- Czy planowane podejście do monitoringu w fazie testowania i ewaluacji skuteczności produktu gwarantuje rzetelność oceny produktu finalnego?

Projekt o charakterze badawczym i wdrożeniowym z elementami eksperymentu wymaga specjalnych działań monitorujących i oceniających. Monitoring i ewaluacja skuteczności produktów będzie prowadzony zgodnie z **Regulaminem monitoringu i ewaluacji Fundacji BFKK (M&E)** wypracowanym na rzecz prowadzonych przez Fundację BFKK projektów pilotażowych, innowacyjnych i badawczych. Monitoring w fazie testowania będzie prowadzony zarówno w zakresie oceny prawidłowości prowadzonych zadań z punktu widzenia zarządzania projektem oraz realizacji założonych celów, jak i również **oceny skuteczności oraz jakości** wypracowanych produktów finalnych. Przewidziany schemat monitorowania etapu testowania zapewni właściwy nadzór nad realizacją poszczególnych działań, jak i zapewni **zgromadzenie optymalnej ilości danych i informacji zwrotnych z testu**, które wraz z wynikami ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej będą mogły być wykorzystane w analizie rzeczywistych efektów testowanych produktów. Działania testujące zostały zaplanowane w trzech obszarach interwencji, w każdym Laboratorium testującym, w oparciu o podobną ścieżkę testującą. W ramach Laboratoriów przewidziano przykładowe obszary oceny: zgodność poszczególnych etapów zadania z przyjętym harmonogramem, trafność etapów diagnozy i określania potrzeb szkoleniowych, uniwersalność testowanych rozwiązań, zgodność roboczych wersji opisu produktu finalnego z przyjętymi celami projektu i zidentyfikowanymi potrzebami. Przy ich ocenie zaplanowano wykorzystywanie między innymi następujących narzędzi: testy wiedzy przed rozpoczęciem szkoleń i po ich zakończeniu, listy obecności uczestników testu, ankiety oceniające testowane szkolenia, doradztwo indywidualne.

- **W trakcie testowania** kluczowym narzędziem pozyskania informacji zwrotnej z testu, będą **raporty z testu** prowadzone i przedstawiane po 3 i 6 miesiącach testowania Grupie Zarządzającej przez koordynatorów poszczególnych laboratoriów. Analiza wszystkich powyższych instrumentów będzie **podstawą do weryfikacji zastosowanych procedur testowania oraz wstępnych wersji produktów finalnych** w każdym laboratorium. Cykliczność i częstotliwość działań monitorujących zapewni właściwą kontrolę nad prowadzonymi działaniami testującymi. Przygotowanie raportów zostanie poprzedzone analizą ankiet ewaluacyjnych przeprowadzonych z uczestnikami testu (użytkownikami i odbiorcami) w celu zebrania ich **opinii w trakcie testu**. Na podstawie zebranego materiału zespół nadzorujący przeprowadzenie danego testu będzie mógł przygotować na bieżąco propozycję modyfikacji wstępnej wersji produktu finalnego oraz samego procesu testowania. Decyzje odnośnie proponowanych zmian w tym zakresie będzie podejmowała Grupa Zarządzająca. W tym celu po 3 i 6 miesiącach testowania na posiedzeniu Grupy Zarządzającej z udziałem użytkowników i odbiorców przedstawione zostaną **raporty pośrednie** z funkcjonowania Laboratoriów na podstawie, których zostaną podjęte decyzje odnośnie ewentualnych modyfikacji metod testowania lub założeń metodologicznych samych rezultatów.
- **Po zakończeniu testowania** przeprowadzona zostanie wewnętrzna i zewnętrzna ewaluacja produktów finalnych w oparciu o nowoczesne metody oceny efektywności kierowane do uczestników testu i potencjalnych odbiorców. Rzetelność tej oceny zapewniona będzie poprzez zastosowanie procedury równoległej oceny produktów finalnych przez **ekspertów wewnętrznych** znających specyfikę testowania, wraz ze wszystkimi barierami i modyfikacjami diagnozowanymi w trakcie testu w ramach raportów pośrednich oraz przez **ekspertów**



**zewnętrznych** angażowanych przez zewnętrznego ewaluatora wyłonionego w postępowaniu gwarantującym najwyższe doświadczenia i jakość usług ewaluacji. Zastosowanie tej procedury zapewni jednocześnie wnikliwość jak i obiektywność procedury ewaluacji produktu finalnego oraz samej procedury testowania i uzyskanych w ten sposób rekomendacji wdrożeniowych.

- **Ewaluacja wewnętrzna** prowadzona przez zespół projektowy **koncentrować się będzie na procesie testowania** i dotyczyć będzie w większym stopniu rzetelności i trafności wypracowanych rekomendacji wdrożeniowych produktów finalnych podlegających testowaniu. Dlatego też kierowana będzie przede wszystkim do uczestników procesu testowania w każdym laboratorium. Eksperti projektu, znający szczegółowo założenia testu, bariery i modyfikacje zgłaszane w trakcie testowania oraz bariery i zalecenia sformułowane na etapie badań jakościowych, przeprowadzą badania kierowane do 20 odbiorców (osób bezrobotnych po 50 roku życia) oraz 5 użytkowników testujących wstępne wersje produktów finalnych w Laboratorium Zawody Ginące. Do wskazanej grupy uczestników testu zastosowana zostanie metoda Assisted Telephone Interview (**CATI**). Dodatkowo do 50 osób bezrobotnych objętych zostanie badaniem z zastosowaniem metody Computer Assisted Web Interviewing (**CAWI**). Procedura ta pozwoli zbadać opinie na temat testowanych rozwiązań wśród potencjalnych ich odbiorców. Diagnoza recepcji nowych rozwiązań ma niebagatelne znaczenie w ocenie realnych możliwości wdrożenia testowanych rozwiązań do powszechnej polityki. Dodatkowo na etapie podsumowania ewaluacji wewnętrznych i formułowania ostatecznych rekomendacji wdrożeniowych na rzecz walidacji produktów finalnych zastosowana zostanie metoda Focus Group Interview (**FGI**) z udziałem uczestników testu – osób bezrobotnych po 50 roku życia (odbiorców) oraz doradców zawodowych, rzemieślników, instytucji (użytkowników). Podobna, trzystopniowa procedura ewaluacji zastosowana zostanie w pozostałych dwóch obszarach interwencji, czyli w Laboratorium Zawody Mało Popularne i i Laboratorium Zawody Niszowe, gdzie w ewaluacji weźmie udział dodatkowo 15 osób niepełnosprawnych i niedyspozycyjnych oraz 15 osób bezrobotnych do 25 roku życia i absolwentów biorących udział w testach, 15 rzemieślników oraz 40 osób bezrobotnych.
- **Ewaluacja zewnętrzna** prowadzona przez wyłonioną w drodze postępowania firmę, z zastosowaniem merytorycznych kryteriów wyboru oferty, **koncentrować się będzie na produkcie finalnym** i jego potencjale wdrożenia (trafność, przydatność, dostosowanie do potrzeb) oceniając atrakcyjność wdrożeniową wypracowanych rozwiązań. Metody ewaluacji i metody doboru grupy badawczej będą przedmiotem oferty podlegającej ocenie w procedurze wyłonienia ewaluatora zewnętrznego. Kryterium oceny w tym zakresie związane będzie z zapewnieniem reprezentatywności badanej próby w kontekście zaplanowanych działań upowszechniania i mainstreamingu oraz kompleksowości oceny pod kątem zastosowań produktów finalnych zarówno na poziomie poszczególnych narzędzi składających się na 9 modelowych schematów działań w 3 zintegrowanych modelach promocji zatrudnienia w poszczególnych obszarach interwencji.
- **Rezultaty ewaluacji** wewnętrznej i zewnętrznej będą podstawą dla GZ do rekomendowania finalnych produktów testowania do dalszej walidacji i upowszechniania. Efektem ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej będzie **korekta wstępnych wersji produktów finalnych oraz rekomendacja ich do walidacji i wdrożenia** - w 3 podręcznikach wdrożeniowych dedykowanych dla poszczególnych każdego obszarów interwencji.



## VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

- Czy właściwie zdefiniowano grupy docelowe i działania w ramach strategii upowszechniania?

Zastosowanie wypracowanych rozwiązań w praktyce społecznej regionu jest głównym celem strategii upowszechniania, rozumianej jako przemyślane i zintegrowane działania mające na celu przekazywanie do zdefiniowanych adresatów zdefiniowanej informacji na temat wypracowanych w projekcie innowacji. Tak rozumianą strategię opisuje **pięć kroków** upowszechniania:

- **Krok 1. Zdefiniowanie celu** procesu upowszechniania. Celem nadrzędnym procesu upowszechniania jest zwiększenie wiedzy ogólnej na temat zalet wypracowanych innowacji oraz wiedzy praktycznej na temat procedur stosowania (wdrażania) zwalidowanych produktów finalnych. W konsekwencji proces upowszechniania powinien doprowadzić do **włączenia produktów finalnych w praktykę społeczną** (funkcjonowanie firm i instytucji rynku pracy) oraz ułatwić ich włączenie do głównego nurtu regionalnej polityki zatrudnienia, poprzez dobre praktyki z ich stosowania.
- **Krok 2. Zdefiniowanie grup odbiorców i użytkowników.** Zdefiniowanie grup odbiorców upowszechnianych komunikatów wymaga dualnego podejścia. Z jednej bowiem strony działania upowszechniające skierowane będą do szerokiego odbiorcy, rozumianego jako **opinia publiczna** (mieszkańcy województwa podlaskiego) oraz do trzech **grup docelowych** projektu: **osób bezrobotnych po 50+ roku życia**, **bezrobotnych absolwentów** oraz **bezrobotnych osób niepełnosprawnych** i mało dyspozycyjnych. Z punktu widzenia zwalidowanych produktów do **grupy użytkowników** zaliczyć należy: rzemieślników i pracodawców poszukujących pracowników w zawodach ginących, niszowych i mało popularnych oraz pracowników instytucji rynku pracy, takich jak Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku z oddziałami terenowymi w Łomży i Suwałkach, 14 Powiatowych Urzędów Pracy, agencje zatrudnienia (agencje pośrednictwa pracy, doradztwa personalnego, poradnictwa zawodowego, pracy tymczasowej zgodnie z rejestrem WUP), instytucje szkoleniowe (zgodnie z rejestrem WUP), instytucje dialogu społecznego (Wojewódzka Rada Zatrudnienia, Powiatowe Rady Zatrudnienia), organizacje pracodawców (Podlaski Klub Biznesu, Izba Przemysłowo-Handlowa w Białymstoku, Podlaskie Stowarzyszenie Właścicieli Firm, Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości, Podlaski Związek Pracodawców, Podlaska Loża Business Center Club), związki i stowarzyszenia zawodowe oraz organizacje pozarządowe, takiej jak Narodowe Forum Doradztwa Kariery czy Zakład Doskonalenia Zawodowego w Białymstoku.
- **Krok 3. Zdefiniowanie treści komunikacyjnych.** Działania w zakresie upowszechniania oparte zostały na założeniu konieczności ich różnicowania. Do głównych treści komunikacyjnych, przyjmuje się **ogólne informacje** prezentujące walory użytkowe zwalidowanych produktów finalnych, ukazanie pozytywnych wyników fazy ich testowania, skierowane do pierwszej grupy odbiorców, jaką jest opinia publiczna. **Szczegółowe informacje** skierowane do wymienionych powyżej grup użytkowników odnosić się będą już do kwestii praktycznych i technicznych. Wskazywać będą na konkretne rozwiązania możliwe do zaimplementowania w pracy z różnymi grupami w sformułowanych trzech obszarach interwencji. O ile pierwszy rodzaj informacji przekazany może być w ramach ogólnych mediów, artykułów, filmów czy konferencji o tyle informacje szczegółowe i użytkowe wymagać będą zastosowania form szkoleniowych. Przykładowe treści komunikacyjne w podziale na adresatów prezentuje poniższe zestawienie:



- **Treści dla odbiorców:** zalety wypracowanych w projekcie innowacji, w szczególności: nowa oferta doradczo-szkoleniowa dla bezrobotnych osób 50+, absolwentów czy osób niepełnosprawnych, zalety dla rzemieślników i pracodawców z zatrudniania wymienionych grup pracowników poprzez zastosowanie innowacyjnych metod aktywizacji, czy też korzyści dla rozwoju lokalnego ze współpracy lokalnej na rzecz promocji zawodów ginących, niszowych i małopopularnych poprzez aktywizację w tych zawodach grupo pozostających w trudnej sytuacji na rynku pracy. Promocja nowoczesnego rzemiosła, w szczególności wybranych grup zawodów ukaże korzyści z ich stosowania na wszystkich poziomach interwencji, językiem zrozumiałym dla pracownika, rzemieślnika (pracodawcy) oraz instytucji otoczenia.
- **Treści dla użytkowników:** metody diagnozy oraz planowania kariery uwzględniające specyficzne potrzeby i uwarunkowania 50+, absolwentów i osób niepełnosprawnych, metody projektowania i realizowania szkoleń w rzemiośle uwzględniające specyficzne potrzeby i uwarunkowania 50+, absolwentów i osób niepełnosprawnych oraz zadania zawodowe w zawodach ginących, niszowych i małopopularnych, jak monitorować i promować zawody ginące, niszowe i mało popularne w oparciu o współpracę lokalną instytucji rynku pracy oraz rzemiosła (pracodawców) ze szczególnym uwzględnieniem procedur zawiązywania i moderowania lokalnej współpracy na rzecz promocji zatrudnienia w tych zawodach
- **Krok 4. Zdefiniowanie instrumentów i kanałów** przekazów komunikacyjnych. Zaprezentowane treści komunikacyjne, odnoszące się do poszczególnych produktów finalnych, wymagają w procesie upowszechniania doboru zróżnicowanych instrumentów i kanałów dystrybucji informacji. I tak planowane jest zastosowanie następujących instrumentów: Działania z zakresu **media relations**, w których dzięki zaangażowaniu dziennikarzy mediów lokalnych i regionalnych do współpracy będzie możliwe dotarcie z informacjami do szerokiego odbiorcy; Produkcja cyklu **6 filmów** w TVP Białystok poświęconych promocji zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i małopopularnych oraz aktywizacji zawodowej 50+, absolwentów i osób niepełnosprawnych, oraz aktywności zawodowej 50+, Publikacja cyklu **3 artykułów** w gazecie lokalnej poświęconych 3 obszarom interwencji; **3 publikacje końcowe** kierowane do użytkowników, w tym 2 publikacje dla doradców zawodowych pracujących z osobami 50+ oraz osobami niepełnosprawnymi; **3 podręczniki wdrożeniowe** z rekomendacjami z ewaluacji 3 modeli promocji zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i małopopularnych; organizacja **7 szkoleń praktycznych** dla doradców zawodowych i psychologów z nowych metod diagnostyczno-doradczych, **7 szkoleń praktycznych** dla rzemieślników i trenerów z nowych metod edukacyjnych, **7 szkoleń praktycznych** dla pracowników MŚP, NGO, PUP, WUP, JST z metod współpracy lokalnej; **3 seminaria przyjmujące strategię i plany działań** dla 3 modeli (włączanie w lokalny nurt polityki), **Konferencja** podsumowująca projekt z udziałem odbiorców i użytkowników oraz mediów upowszechniająca produkty finalne oraz **Strona WWW** projektu jako instrument dystrybucji informacji o działaniach oraz produktach finalnych projektu.
- **Krok 5. Realizacja strategii upowszechniania.** Działania upowszechniające realizowane będą zgodnie z przyjętym we wniosku o dofinansowanie harmonogramem. Wymienione powyżej działania upowszechniające będą wprowadzeniem do mainstreamingu, bowiem wypracowane produkty zostaną przekazane decydentom mającym wpływ na kształtowanie regionalnej polityki zatrudnienia.





## VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

- Czy właściwie zdefiniowano grupy docelowe i działania w ramach strategii włączania do głównego nurtu?
- Czy proponowane działania gwarantują skuteczność włączania do głównego nurtu polityki?

Zgodnie z ustaleniami RST w województwie podlaskim, przyjęto szeroką **definicję głównego nurtu polityki**. Zgodnie z tą definicją za główny nurt polityki na poziomie regionalnym uznać należy dokumenty strategiczne województwa a na poziomie lokalnym dokumenty strategiczne powiatu lub gminy. Mając na uwadze funkcjonowanie konkretnych firm czy instytucji można uwzględnić także dokumenty strategiczne na najniższym poziomie szczegółowości (pracodawcy i pracownika). W ujęciu tym za włączanie w nurt polityki uznać można przewidziane w projekcie szkolenia dla rzemieślników i pracodawców, których celem jest budowanie polityki zatrudnienia w firmie. (**strategia firmy**). W projekcie przewidziano już na etapie testowania innowacyjne narzędzia włączania w nurt polityki na poziomie lokalnym, w formie **lokalnej strategii działania** (dokument strategiczny opracowany przez lokalne instytucje w ramach warsztatów 3 Grup Roboczych adekwatnie do 3 obszarów interwencji projektu). Najbardziej ogólnym poziomem włączania jest **poziom polityki regionalnej**, przy czym działania w tym zakresie są najmniej precyzyjne i nie bezpośrednie, przez co ograniczają się raczej do działań typowych dla upowszechniania (konferencje z udziałem decydentów: samorząd województwa, Wojewódzki Urząd Pracy). Można jednak założyć, iż w ramach współpracy z WUP w Grupach Roboczych prowadzone będą starania włączenia wypracowanych rezultatów w wojewódzką strategię zatrudnienia, co będzie wymiernym wskaźnikiem włączenia innowacji w główny nurt polityki na poziomie regionu.

W ramach mainstreamingu, stanowiącego dopełnienie procesu upowszechniania, prowadzone będą działania mające na celu włączenie wypracowanych produktów do głównego nurtu lokalnej i regionalnej polityki zatrudnienia. Działania w tym zakresie przyjmą charakter zarówno mainstreamingu **horyzontalnego**, jak i **wertykalnego**. W związku z faktem, iż zasięg przestrzenny Projektu obejmuje województwo podlaskie podejmowane aktywności zogniskowane będą na użytkownikach i decydentach działających na terenie województwa podlaskiego.

■ **W ramach działań wertykalnych** skierowanych do decydentów (Marszałka województwa podlaskiego, radnych Sejmiku Województwa Podlaskiego, Prezydenta miasta Białegostoku, radnych Rady Miejskiej w Białymstoku, dyrektora Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku czy dyrektorów Powiatowych Urzędów Pracy) wpływ na proces tworzenia lokalnej i regionalnej polityki zatrudnienia realizowany będzie poprzez zaplanowane seminaria strategiczne oraz konferencję, traktowane jako **lobbying**. Transfer produktów finalnych do obszaru działania decydentów będzie realizowany także poprzez publikacje książkowe dotyczące innowacyjnych metod promocji zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i mało popularnych dystrybuowane wraz z listem informacyjnym kierowanym do poszczególnych decydentów oraz współpracujących z nimi urzędników i kierowników działów, mających większe przełożenie na praktykę i współpracę z podległymi instytucjami. Wymienieni powyżej decydenci to podmioty uczestniczące w procesie tworzenia oraz uchwalania strategicznych dokumentów odnoszących się bezpośrednio do lokalnego i regionalnego rozwoju społeczno – gospodarczego, w tym kształtujący **dokumenty strategiczne** odnoszące się bezpośrednio do polityki zatrudnienia. Zaliczyć do nich należy: Strategię Rozwoju Województwa Podlaskiego; Wojewódzką Strategię Polityki Społecznej; Regionalną Strategię Innowacji Województwa Podlaskiego; Podlaską Strategię Zatrudnienia; Program Rozwoju Edukacji Województwa Podlaskiego, Strategię Rozwoju Miasta Białegostoku czy **e-Edukację** w ramach e-Podlaskie.



Zważywszy na okres przejścia w nową perspektywę finansową większość z tych dokumentów przechodzić będzie proces aktualizacji czy konsultacji społecznych, dlatego też celem działań włączających jest uwzględnienie wypracowanych modeli **w fazie aktualizacji i konsultacji** powyższych dokumentów **na kolejne perspektywy czasowe**. Szczególnie ważne w tym aspekcie jest są procedury tworzenia prawa i polityki lokalnej wypracowane w oparciu **Grupy Robocze** pracujące w każdym z 3 obszarów interwencji. W wyniku tych prac przyjęte zostaną **3 strategie działania** na rzecz promocji zatrudnienia w zawodach ginących, niszowych i mało popularnych z odpowiednio gminy wiejskiej, uczelni i miasta oraz cechów rzemiosł – adekwatnie do obszaru interwencji. Strategia działania z fiszami wspólnych projektów wypracowane i przyjęte przez Grupy Robocze są kluczowym rezultatem mainstreamingu mierzonym już na etapie realizacji projektu.

■ **W ramach działań horyzontalnych** uwzględniono działania kierowane głównie do potencjalnych użytkowników produktów finalnych. Szczególnie ważne **z punktu widzenia grup docelowych** jest wdrożenie do praktyki instytucji rynku pracy nowych metod diagnostycznych i doradczych uwzględniających specyficzne potrzeby i bariery osób po 50 roku życia, absolwentów i osób niepełnosprawnych. **Dostosowanie kwalifikacji 70 doradców zawodowych, psychologów czy doradców personalnych** z terenu wszystkich powiatów województwa w oparciu o szkolenia oraz pracowników 140 instytucji w oparciu o dystrybucję podręczników wdrożeniowych istotnie podwyższy trafność i jakość usług na regionalnym rynku pracy kierowanych do grup w szczególnie trudnej sytuacji na rynku. **Z punktu widzenia grup zawodów** ważne jest wdrożenie narzędzi promocji zawodów ginących, niszowych i mało popularnych, zwiększających popyt na pracę oferowaną przez osoby 50+, absolwentów czy niepełnosprawnych. Budowanie popytu na pracę w tych zawodach jest więc działaniem równoległym i komplementarnym do aktywizacji zawodowej tych grup osób bezrobotnych. W tym kontekście szczególnie ważne jest wdrożenie narzędzi edukacyjnych w firmach rzemieślniczych, kierowanych do rzemieślników, mistrzów i trenerów przygotowujących pracownika do zawodu oraz narzędzi promocyjnych na poziomie strategii lokalnej, rozwoju cechu rzemieślniczego, gminy, miasta czy regionu pod marką konkretnego produktu, usługi związanych z wybraną grupą zawodów (ginących czy niszowych). **Podniesienie kompetencji edukacyjnych 70 trenerów, mistrzów i rzemieślników** z terenu wszystkich powiatów województwa w oparciu o szkolenia oraz instytucji w oparciu o prace i strategię Grup Roboczych zwiększy skuteczność i zakres działań promujących wykształcenia zawodowe, rzemiosło i kwalifikacje związane z zawodami strategicznymi dla rozwoju regionu.

**Korzyści** płynące z procesu upowszechnia i mainstreamingu produktów finalnych projektu sprowadzić można do następujących:

- **Budowanie świadomości** ogólnospołecznej na temat problematyki zatrudnienia 50+, absolwentów i osób niepełnosprawnych w 3 grupach zawodów ważnych dla rozwoju regionu;
- **Budowanie lokalnej polityki zatrudnienia**, która uwzględniając potrzeby 50+, absolwentów i osób niepełnosprawnych promować będzie zawody ważne dla rozwoju regionu;
- **Budowanie nowego wizerunku rzemiosła**, oraz modelu kariery opartego na konkretnym zawodzie, jako alternatywy dla wykształcenia ogólnego;
- **Przełamanie stereotypów** dotyczących aktywności zawodowej oraz samokształcenia pracowników 50+, absolwentów i osób niepełnosprawnych i ich możliwości rozwoju zawodowego w rzemiosle i mikroprzedsiębiorstwach.



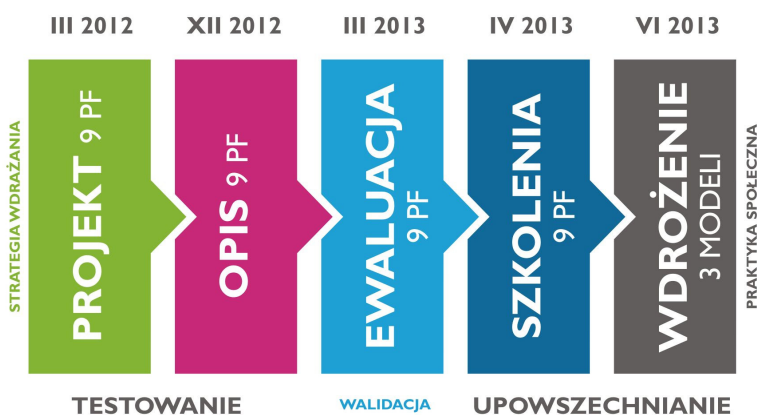


## VIII. KAMIENIE MILOWE II ETAPU PROJEKTU

Strategia wdrażania innowacji dotyczy zarówno etapu testowania wstępnych wersji produktów finalnych jak też procesu ich ewaluacji, opracowania finalnych wersji produktów i ich wdrażania. Dlatego też kamienie milowe projektu dotyczyć będą logicznych i czasowych sekwencji wdrożenia innowacji, według następującego schematu:

- **Projekt wstępnych wersji 9 produktów finalnych** - opracowane w I kwartale funkcjonowania laboratoriów (wykonanie: czerwiec 2012)
- **Opis i rekomendacje wdrożeniowe 9 produktów finalnych.** Opisy opracowane zostaną w IV kwartale funkcjonowania laboratoriów w efekcie testów przeprowadzonych w II i III kwartale funkcjonowania laboratoriów (wykonanie: grudzień 2012)
- **Ewaluacja 9 produktów finalnych i 3 modeli działania.** W wyniku ewaluacji opracowane zostaną 3 podręczniki wdrożeniowe uwzględniający rekomendacje wdrożeniowe i raport z ewaluacji (wykonanie: marzec 2013)
- **Upowszechnienie 9 produktów finalnych poprzez szkolenia.** Realizacja szkoleń z produktów finalnych dla szerszych grup użytkowników (wykonanie: kwiecień 2013)
- **Wdrożenie modeli poprzez 3 lokalne strategie.** Działania włączania w nurt polityki lokalnej poprzez seminaria przyjmujące strategie działania (wykonanie: maj 2013) oraz w nurt polityki regionalnej poprzez konferencje z udziałem decydentów i dystrybucję publikacji (wykonanie: czerwiec 2013)

Kamienie milowe II etapu projektu lokowane są harmonogramie działań projektu po pozytywnej ocenie strategii wdrażania projektu innowacyjnego i dotyczą faz testowania oraz mainstreamingu rozdzielonych procedurą walidacji produktów finalnych::





## IX. ANALIZA RYZYKA

- Czy analiza ryzyka pozwala na określanie potencjalnych zagrożeń i zaplanowanie działań w celu zmniejszenia ich negatywnych skutków?
- Czy analiza ryzyka przewiduje właściwe sposoby ograniczania najważniejszych zagrożeń?

Projekt innowacyjny, testujący we współpracy ponadnarodowej (PIWP) ze względu na złożoność i wagę problemów badawczych (trafność, rzetelność) rozwiązywanych we współpracy różnorodnych instytucji i ekspertów (komplementarność, spójność, transfer, adaptacja) rodzi wiele zagrożeń, które powinny być przewidziane i monitorowane w trakcie realizacji projektu:

- **Etapy krytyczne PIWP.** W standardowej procedurze realizacji projekty innowacyjnego przewidziano dwa krytyczne momenty, w których uczestniczy Regionalna Sieć Tematyczna akredytująca działania projektu. Pierwszym jest **ocena strategii wdrażania** projektu, a drugim **walidacja produktów finalnych** w celu dopuszczenia ich do upowszechnia i włączania do głównego nurtu polityki. W obydwu przypadkach negatywna ocena może skutkować rozwiązaniem umowy o dofinansowanie, co oznacza zakończenie działań projektowych. Dlatego też obydwa ryzyka zostały zidentyfikowane jako najsilniej wpływające na realizację projektu.

■ **Wpływ - 4 punkty z 4**

■ **Prawdopodobieństwo - 1 punkt z 3**

Oceniając prawdopodobieństwo wystąpienia tych dwóch zagrożeń, należy ocenić je na stosunkowo niskie, gdyż autorzy strategii mają doświadczenie w walidacji innowacyjnych rozwiązań w PIW EQUAL oraz w 3 PIWP w POKL, przeszli szkolenie w zakresie przygotowania i oceny strategii wdrażania w Instytucji Pośredniczącej oraz I etap projektu potwierdził w badaniach zasadność przyjętych założeń. Ryzyku negatywnej walidacji produktu finalnego przypisano niski stopień prawdopodobieństwa z racji działań zapewniających przygotowanie wysokiej jakości produktów finalnych. System monitoringu i ewaluacji przewiduje sprawdzony schemat postępowania w fazie testowania zapewniający wysoką trafność produktów finalnych dzięki szeroko zakrojonym badaniom (ilościowym, jakościowym), z zastosowaniem nowoczesnych metod badawczych: Focus Group Interview, Desk Research, Individual In-Depth Interview. Wysoką jakość, a przede wszystkim skuteczności wypracowanych produktów finalnych zapewni dodatkowo sprawdzona w innych PIWP procedura testowania, obowiązkowa ewaluacja zewnętrzna produktów wsparta ewaluacją wewnętrzną przy wykorzystaniu innowacyjnych narzędzi t.j. Computer Assisted Web interview (CAWI) oraz Computer Assisted Telephone Interview (CATI) we wszystkich zidentyfikowanych obszarach interwencji. Niemniej bardzo wysoki poziom wpływu, nawet przy najniższym poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż **zagrożenia te (wpływ x prawdopodobieństwo) są kluczowe w projekcie:**

■ **Zagrożenie - 4 punkty z 12**

- **Udział użytkowników.** Kolejnym istotnym ryzykiem projektu jest niewystarczający udział użytkowników i odbiorców w fazie testowania wstępnych wersji produktu finalnego, co wpływa istotnie na rzetelność testowania oraz szanse pozytywnej walidacji produktów finalnych.

■ **Wpływ - 3 punkty z 4**

■ **Prawdopodobieństwo - 2 punkty z 3**



To najsilniejsze zagrożenie projektu, związane z decyzjami i motywacją osób pozostających poza zespołem projektu, podejmujących decyzje niezależnie od logiki i strategii projektu. Zagrożenie to jest minimalizowane poprzez zasadę **empowerment** na wszystkich etapach projektu. Szczególne znaczenie ma tu angażowanie przedstawicieli użytkowników i odbiorców w badania jakościowe jako ekspertów, co zwiększa ich motywacje do dalszego udziału w projekcie. Uczestnicy badań fokusowych angażowani są w testowanie produktów opracowanych z uwzględnieniem ich pomysłów zgłoszonych na fokusach, co buduje wewnętrzną motywację użytkowników do wdrażania zarekomendowanych rozwiązań. Niebagatelny w tym zakresie jest także **dobór Partnerstwa** realizującego projekt, a w szczególności odpowiedzialności Izby Rzemieśniczej za udział rzemiosła w teście. Wysoki poziom wpływu przy wysokim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż **zagrożenie to jest najwyższe w projekcie:**

■ **Zagrożenie - 6 punktów z 12**

- **Niska skuteczność upowszechniania** produktów finalnych projektu oraz niska skuteczność **włączania** ich do głównego nurtu polityki to kolejne kluczowe zagrożenie projektu. Zagrożenia te ocenione zostało jako istotne:

■ **Wpływ - 1 punkt z 4**

■ **Prawdopodobieństwo - 2 punkty z 3**

Jest to kluczowe zagrożenie projektu decydujące o jego „sukcesie” mierzonym powszechnością stosowania wypracowanych rozwiązań. Ten efekt projektu, najistotniejszy w kontekście celów, ma paradoksalnie najmniejszy wpływ na realizację projektu, gdyż stanowi ostatnią fazę, mierzoną w głównej mierze po jego zakończeniu. Minimalizacji ryzyka w tych przypadkach służy koncepcja upowszechniania i mainstreamingu dostosowująca działania informacyjne i promocyjne do odrębnych celów i potrzeb odbiorców, użytkowników i decydentów. Prawdopodobieństwo tych zagrożeń minimalizowane jest poprzez **włączenie w spektrum produktów finalnych narzędzi o charakterze wdrożeniowym** (programy i strategię lokalnych koalicji), których **testowanie z udziałem przedstawicieli odbiorców, użytkowników i decydentów** przygotowywać będzie grunt pod dalszy mainstreaming. Zważywszy na fakt, iż efekt działań upowszechniających **zależy także od czynników zewnętrznych**, takich jak ogólna polityka unijna i krajowa, atmosfera wokół problematyki w mediach krajowych, która może zmieniać się zależnie od dynamicznej sytuacji gospodarczej i politycznej, prawdopodobieństwo wystąpienia oceniono stosunkowo wysoko. Dlatego prowadzony będzie monitoring mediów krajowych, zmian w przepisach prawa oraz ścisła współpraca z mediami, celem budowania pozytywnej atmosfery i akceptacji społecznej wokół problematyki projektu:

■ **Zagrożenie - 2 punkty z 12**

- **Nieprzewidziane Ryzyka.** Grupa Zarządzająca (GZ) jest przygotowana na wystąpienie niezidentyfikowanych zdarzeń. Dlatego zaprojektowano **system monitoringu i ewaluacji projektu**, z okresowym monitoringiem i ewaluacją bieżących działań. Spotkania GZ z udziałem przedstawicieli partnerów, odbiorców i użytkowników zapewnią punktualny przepływ informacji oraz możliwość efektywnego przeciwdziałania identyfikowanym zagrożeniom, nieprzewidzianym w analizie ryzyka. Wysokie doświadczenie i potencjał merytoryczny GZ zapewnia podjęcie szybkich decyzji oraz wdrażania rozwiązań przeciwdziałających negatywnym zagrażającym realizacji projektu. Procedura cząstkowej akceptacji wypracowywanych produktów finalnych oraz ich monitoring z udziałem przedstawicieli grup docelowych są istotnym **instrumentem zarządzania ryzykiem w projekcie.**



## X. OPIS WSTĘPNYCH WERSJI PRODUKTÓW

- Czy wstępna wersja produktu finalnego jest adekwatna do założeń opisanych w strategii?
- Czy wstępna wersja produktu finalnego może zostać poddana testowaniu?

W ramach projektu opracowanych zostanie 9 wstępnych wersji produktu finalnego (IP), które po etapie testowania i ewaluacji zmodyfikowane zostaną do finalnych wersji produktów, będących przedmiotem upowszechniania i włączania w lokalny lub regionalny nurt polityki. Zważywszy na fakt, iż wstępne wersje produktów finalnych opracowane zostaną (modyfikowane) przez ekspertów i wykonawców wyłonionych w trakcie funkcjonowania laboratoriów w II etapie projektu, na etapie strategii wdrażania można zaprezentować jedynie ogólne wytyczne będące podstawą zlecenia prac adaptacyjnych, zawierające podstawowe informacje pozwalające zweryfikować zgodność produktów z założeniami strategii oraz możliwość ich przetestowania w procedurze opisanej w strategii:

- **IP1: Schemat doradztwa na rzecz ginących zawodów** uwzględniający opracowany na potrzeby 50+ pakiet narzędzi diagnostycznych: „Kwestionariusze 50+” oraz dostosowany do potrzeb 50+ organizer kariery „IPD 50+” z potwierdzeniem kwalifikacji dla zadań zawodach w zawodach ginących. Opis funkcji narzędzi, skal diagnostycznych, warunków zastosowania.
- **IP2: Schemat intermentoringu na rzecz ginących zawodów** uwzględniający narzędzia diagnozy potrzeb szkoleniowych 50+ i rzemieślnika. Opis metody szkoleniowej, ilości godzin zajęć, organizacji i harmonogramu zajęć, wymagań do trenerów, warunków zastosowania.
- **IP3: Schemat monitorowania i promocji ginących zawodów** uwzględniający procedury współpracy lokalnej i nowe standardy opisu zawodu uwzględniające zadania zawodowe. Opis tematów 5 warsztatów, ilości godzin, wymogów do moderatora, składu lokalnego partnerstwa, wzoru strategii zawierającego cele i zasady podziału obowiązków sygnatariuszy.
- **IP4: Schemat e-doradztwa dla osób niepełnosprawnych** uwzględniający specjalnie opracowany na potrzeby osób niepełnosprawnych pakiet e-narzędzi diagnostyczno-doradczych: „e-Kwestionariusze” oraz dostosowany do doradztwa zdalnego i telepracy „IPD: e-Miasteczko Zawodowe”. Opis funkcji użytecznych narzędzi, skal diagnostycznych, warunków zastosowania.
- **IP5: Schemat e-edukacji i e-biznesu w rzemiośle** uwzględniający internetowe kontenty nauki 5 zawodów mało popularnych z udziałem rzemieślników. Opis metody szkoleniowej, ilości godzin zajęć, organizacji i harmonogramu zajęć, wymagań do trenerów, warunków zastosowania.
- **IP6: Schemat monitorowania i promocji zawodów mało popularnych** uwzględniający zdalne procedury współpracy lokalnej i internetowej bazy o zawodach. Opis 5 warsztatów, ilości godzin, składu lokalnego partnerstwa, strategii zawierającej cele i podział zadań sygnatariuszy.
- **IP7: Schemat doradztwa biznesowego w rzemiośle** uwzględniający opracowany na potrzeby absolwentów pakiet diagnostyczno-doradczy: „Biznes Kwestionariusze” oraz „IPD: Biznes na Miarę”. Opis funkcji użytecznych narzędzi, skal diagnostycznych, warunków zastosowania
- **IP8: Schemat adaptacyjności rzemiosła niszowego** uwzględniający program szkoleń biznesowych dla naukowców i rzemieślników. Opis metody szkoleniowej, ilości godzin zajęć, organizacji i harmonogramu zajęć, wymagań do trenerów, warunków zastosowania
- **IP9: Schemat monitorowania i promocji zawodów niszowych** uwzględniający procedury współpracy rzemiosła i uczelni, w szczególności działów badawczych i promotorów. Opis 5 warsztatów, ilości godzin, wymogów do moderatora, składu lokalnego partnerstwa.



### IPI: Schemat doradztwa na rzecz ginących zawodów

#### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań diagnostyczno-doradczych, będących elementem (na poziomie pracownika) modelu promocji aktywizacji zawodowej bezrobotnych osób 50+ w zawodach ginących. Trafność diagnozy zapewniona jest poprzez uwzględnienie w procesie diagnozy obok doradcy zawodowego (predyspozycje, zainteresowania) także psychologia, lekarza medycyny pracy (poczucie kontroli, motywacja, zdrowie) oraz rzemieślnika (zadania zawodowe, umiejętności nieformalne). Pakiet narzędzi składających się na schemat interdyscyplinarnej usługi uwzględni specyficzne potrzeby poznawcze 50+ oraz normy dostosowane do tej grupy wiekowej, co będzie nowością na rynku usług diagnostyczno-doradczych. Dziś w stosunku do osób starszych stosuje się narzędzia opracowane na potrzeby ogólnej populacji i brak procedur diagnozy i doradztwa dla 50+ co jest niebagatelne w kontekście projektu wydłużenia wieku emerytalnego do 67 roku życia.

#### ■ Budowa narzędzi:

Na pakiet narzędzi diagnostyczno-doradczych składa się zestaw kwestionariuszy i testów oraz portfolio zbudowane z modułów z ćwiczeniami i opracowaniami wyników diagnozy:

- **Kwestionariusze 50+:** kwestionariusze i testy dotyczące Predyspozycji Zawodowych, Zainteresowań, kwestionariusze dotyczące Motywacji i Poczucia Kontroli, Zdolności Praktycznych (związanych z zawodami rzemieślniczymi, ze szczególnym uwzględnieniem Ginących Zawodów), Zdolności Społecznych (kompetencje mentorskie) Zdolności Przedsiębiorczych (w obszarze Ginących Zawodów) oraz Bilans Zdrowia.
- **IPD 50+:** ćwiczenia, ankiety, psychozabawy i materiały informacyjne, poradniki, dotyczące następujących zagadnień charakterystycznych dla 50+ oraz planowania kariery w rzemiośle i Ginących Zawodach: Bilans Predyspozycji, Bilans Zdolności, Moje Wartości, Moje Szkolenia, (na podstawie zadań zawodowych z zawodach ginących i rzemiośle) Moje Zdrowie, Elastyczne Formy Pracy, oraz Moje Dziedzictwo (na podstawie modelu Intermentoring 50+ oraz analizy Zawodów Ginących).

#### ■ Warunki testowania:

Narzędzie będzie użyte przez wszystkich specjalistów przewidzianych w metodzie. Testowane będą rozwiązania organizacji procesu doradczego (współpraca specjalistów, formy indywidualne i grupowe) oraz poszczególne ćwiczenia, karty i kwestionariusze. Rekomendowane będą procedury i elementy zapewniające najwyższą trafność w ujęciu ocen klienta i doradców w ewaluacji testu.

#### ■ Warunki użytkowania:

Przetestowany w ten sposób produkt finalny kierowany jest do doradców zawodowych, zatrudnionych w publicznych i niepublicznych instytucjach rynku pracy oraz innych specjalistów (psychologów pracowników środowiskowych) zatrudnionych w ośrodkach pomocy społecznej. Interdyscyplinarna konstrukcja narzędzia nie ogranicza zastosowania tylko do doradców zawodowych z licencją, co zwiększa możliwości wdrożeniowe narzędzia (rzemieślnicy, pracownicy środowiskowi).



## IP2: Schemat intermentoringu na rzecz ginących zawodów

### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań edukacyjnych, będących elementem (na poziomie firmy) modelu promocji aktywizacji zawodowej bezrobotnych osób 50+ w zawodach ginących. Dostępność oraz trafność metody edukacyjnej zapewniona jest poprzez zaangażowanie rzemieślnika i osoby bezrobotnej we wzajemny proces uczenia się, z korzyścią dla firmy oraz osoby bezrobotnej. Metoda wykorzystuje wiedzę i kwalifikacje nieformalne 50+ (opisane poprzez zadania zawodowe dla wybranych ginących zawodów) wykorzystane na rzecz firmy. Brak obecnie dostępnych metod kształcenia osób starszych w firmach, dostosowanych do możliwości poznawczych i motywacji 50+, co jest niebagatelne w kontekście projektu wydłużenia wieku emerytalnego do 67 roku życia. Schemat stwarza motywację edukacyjną dla osób starszych oraz zwiększa status zawodowy mentorów 50+.

### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi edukacyjnych składają się procedury ustalania potrzeb szkoleniowych, program szkolenia mentorów 50+ oraz procedury organizacji procesu edukacyjnego w firmie:

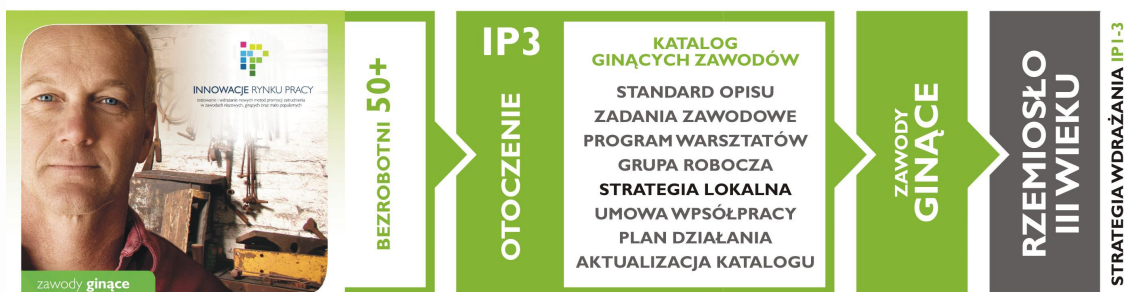
- **Ankieta potrzeb Intermentoringu 50+:** Ankieta uwzględniająca zadania zawodowe dla danego zawodu ginącego kojarząca wiedzę i potrzeby edukacyjne pracownika (mentora) 50+ oraz rzemieślnika w zawodzie ginącym – ankieta organizuje proces edukacyjny.
- **Program szkolenia mentorów 50+:** Program przygotowujący pracownika 50+ do prowadzenia intermentoringu z młodymi rzemieślnikami. Narzędzie określa zakres i cele szkolenia, treści tematyczne.

### ■ Warunki testowania:

Testowane będą zarówno formy prowadzenia zajęć w ramach modułów obowiązkowych, organizacja tych zajęć, harmonogram czasowy, przy czym rekomendowane będą formy najwyżej ocenione przez uczestników (mentorów 50+ i rzemieślników) testujących narzędzie. Zajęcia prowadzone będą w firmach rzemieślniczych z udziałem młodszego rzemieślnika zainteresowanego wprowadzeniem produktów lub usług związanych z ginącym zawodem oraz mentora 50+ po specjalnym szkoleniu.

### ■ Warunki użytkowania:

Przetestowany w ten sposób produkt finalny kierowany jest do organizatorów szkoleń zawodowych w instytucjach rynku pracy, specjalistów ds. szkoleń w instytucjach szkoleniowych, w tym w cechach rzemiosł oraz samych rzemieślników. Zastosowana metoda nie wymaga zaangażowania w przyszłości w proces edukacyjny zewnętrznych ekspertów i buduje relacje rzemieślnika i pracownika, co wzmacnia pozycję pracownika w firmie, rozumienie jego potrzeb i zwiększa możliwości implementacji nowych kwalifikacji w funkcjonowanie małej firmy.



### IP3: Schemat monitorowania i promocji ginących zawodów

#### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań kooperacyjnych, będących elementem (na poziomie otoczenia) modelu promocji aktywizacji zawodowej bezrobotnych osób 50+ w zawodach ginących. Dostępność oraz trafność metody kooperacyjnej zapewniona jest poprzez angażowanie rzemiosła, samorządów gminnych oraz instytucji rynku pracy w proces identyfikacji, monitorowania i opisu zawodów ginących. Metoda wykorzystuje elementy promocji gmin wiejskich posiadających unikalne walory dziedzictwa kulturowego i tradycji rzemieślniczej co zachęca te gminy do współpracy na rzecz 50+, co jest niebagatelne w kontekście projektu wydłużenia wieku emerytalnego do 67 roku życia, w szczególności na obszarach wiejskich.

#### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi kooperacyjnych składają się procedury moderowania lokalnej współpracy na rzecz promocji zawodów ginących oraz aktywizacji zawodowej 50+ w tych zawodach:

- **Standard opisu zawodów ginących:** Fiszka opisu zawodu ginącego współtworzona przez rzemiosło, urzędy pracy oraz gminy wiejskie, zawierająca zadania zawodowe, walory dziedzictwa kulturowego, branże.
- **Grupa Robocza ds. zawodów ginących:** Program spotkań i prac lokalnej koalicji określający optymalny skład instytucjonalny, zakresy tematyczne prac oraz rezultaty współpracy (strategia, plan działania).
- **Katalog ginących zawodów:** Opis standardu monitorowania i opisywania zawodów ginących wraz z procedurami aktualizacji i rozbudowy opisów w ramach współpracy Grupy Roboczej

#### ■ Warunki testowania:

Testowane będą metody pozyskanie uczestników lokalnych porozumień (rozmowa indywidualne, list, zaproszenie, spotkanie informacyjne, badanie fokusowe) przy czym rekomendowane będą metody najefektywniejsze w zakresie efektywnego udziału instytucji w pracach koalicji. Testowane będą też rozwiązania logistyczne w zakresie prowadzenia warsztatów (czas trwania, lokalizacja, rodzaj pracy, profil moderatora). Rekomendowane będą rozwiązania prowadzące do aktywnego udziału wszystkich instytucji w pracach warsztatowych oraz pod kątem jakości i zakresu przygotowanej koalicji. Porównane ze sobą będą różne rozwiązania na poszczególnych spotkaniach cyklu warsztatów oraz całościowe rozwiązania zastosowane w każdym z 3 obszarów interwencji, co zwiększa eksperymentalny aspekt, a co za tym idzie rzetelność, prowadzonego testu.

#### ■ Warunki użytkowania:

Program warsztatów, otwarta formuła grupy roboczej i katalogu oraz wzór strategii wypracowanej w ramach warsztatu wraz z instrukcją tworzenia i moderowania porozumienia może być zastosowany przez każdą instytucję inicjującą lokalną współpracę w dowolnym temacie rynku pracy czy polityki społecznej. (MŚP, NGO, JST i PUP).



### IP4: Schemat e-doradztwa dla osób niepełnosprawnych

#### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań diagnostyczno-doradczych, będących elementem (na poziomie pracownika) modelu promocji aktywizacji zawodowej bezrobotnych osób niepełnosprawnych w zawodach mało popularnych. Trafność diagnozy zapewniona jest poprzez uwzględnienie w procesie obok doradcy zawodowego także psychologa, lekarza medycyny pracy oraz rzemieślnika. Pakiet narzędzi składających się na schemat interdyscyplinarnej usługi uwzględni specyficzne potrzeby poznawcze osób niepełnosprawnych (także niepełnosprawnych intelektualnie) oraz normy dostosowane do tej grupy, co będzie nowością na rynku usług diagnostyczno-doradczych. Zastosowanie zdalnych wersji narzędzi realizuje założenia e-Edukacji w ramach strategii e-Podlaskie przyjętej w 2011 roku przez Zarząd Województwa podlaskiego. Zdalne wersje narzędzi, możliwe do zastosowania „bez wychodzenia z domu” są szczególnie oczekiwane przez osoby niesprawne ruchowo lub nie mobilne z racji opieki nad osobą zależną.

#### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi diagnostyczno-doradczych składa się zestaw kwestionariuszy i testów oraz portfolio zbudowane z modułów z ćwiczeniami i opracowaniami wyników diagnozy:

- **e-Kwestionariusze:** kwestionariusze i testy dotyczące Predyspozycji Zawodowych, Zainteresowań, kwestionariusze dotyczące Motywacji i Poczucia Kontroli, Zdolności Praktycznych (związanych z zawodami rzemieślniczymi Zawodów Mało Popularnych), Zdolności Społecznych, Zdolności Przedsiębiorczych (w obszarze Zawodów Mało Popularnych) oraz Bilans Zdrowia.
- **e-Miasteczko Zawodowe:** zdalne, Internetowe ćwiczenia, ankiety, psychozabawy i materiały informacyjne, poradniki, dotyczące osób niepełnosprawnych oraz planowania kariery w rzemiośle w Zawodach Mało Popularnych: Bilans Predyspozycji, Bilans Zdolności, Moje Wartości, Moje Szkolenia, (na podstawie zadań zawodowych w 5 zawodach) Moje Zdrowie, Elastyczne Formy Pracy,

#### ■ Warunki testowania:

Narzędzie będzie użyte przez wszystkich specjalistów przewidzianych w metodzie. Testowane będą zdalne rozwiązania organizacji procesu doradczego (portal doradczy, forum) oraz poszczególne ćwiczenia, karty i kwestionariusze. Rekomendowane będą procedury i elementy zapewniające najwyższą trafność w ujęciu ocen klienta i doradców w ewaluacji testu.

#### ■ Warunki użytkowania:

Przetestowany w ten sposób produkt finalny kierowany jest do doradców zawodowych, zatrudnionych w publicznych i niepublicznych instytucjach rynku pracy oraz innych specjalistów (psychologów pracowników środowiskowych) zatrudnionych w ośrodkach pomocy społecznej. Interdyscyplinarna konstrukcja narzędzia nie ogranicza zastosowania tylko do doradców zawodowych z licencją, co zwiększa możliwości wdrożeniowe narzędzia (rzemieślnicy, pracownicy środowiskowi).





## IP5: Schemat e-edukacji i e-biznesu w rzemiośle

### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań edukacyjnych, będących elementem (na poziomie firmy) modelu promocji aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych w zawodach mało popularnych. Dostępność oraz trafność metody edukacyjnej zapewniona jest poprzez angażowanie rzemieślnika i osoby bezrobotnej we wzajemny proces uczenia się z wykorzystaniem Internetu. Rzemieślnicy opracowują zdalne kontenty nauki dla 5 zawodów mało popularnych i są zdalnymi opiekunami uczących się. Brak obecnie dostępnych metod kształcenia osób „nie wychodzących z domu” w obszarze zawodów rzemieślniczych. Zastosowanie zdalnych wersji narzędzi realizuje założenia e-Edukacji i e-Biznesu w ramach strategii e-Podlaskie przyjętej w 2011 roku przez Zarząd Województwa podlaskiego. Zdalne wersje narzędzi, możliwe do zastosowania w domu są szczególnie oczekiwane przez osoby niesprawne ruchowo lub nie mobilne z racji opieki nad osobą zależną. Dostępność portalu edukacyjnego zwiększy zainteresowanie zawodami mało popularnymi.

### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi edukacyjnych składa się portal edukacyjny z modułami do nauki zdalnej w 5 zawodach mało popularnych oraz procedury opisu zadań zawodowych dla osób niepełnosprawnych:

- **Portal edukacyjny:** 5 kontentów zdalnej nauki w zawodach: sprzątanie, ochrona mienia w rzemiośle, telekonsultant, opiekunka osób starszych, pomoc domowa oraz forum do opieki rzemieślników nad osobami niepełnosprawnymi korzystającymi z portalu.
- **Standard Kontentu:** uwzględniający zadania zawodowe w każdym z 5 zawodów oraz procedury zdalnego potwierdzania kwalifikacji dla zadań zawodowych.
- **Procedury edukacji zdalnej w rzemiośle:** określające zaangażowanie rzemieślnika w opracowanie zdalnych materiałów edukacyjnych dla zawodów rzemieślniczych, zdalne moderowanie procesu edukacyjnego oraz organizowanie telepracy w rzemiośle.

### ■ Warunki testowania:

Testowane będą zarówno formy prowadzenia zajęć w ramach modułów obowiązkowych, organizacja tych zajęć, harmonogram czasowy, przy czym rekomendowane będą formy najwyżej ocenione przez uczestników testujących narzędzie. Zajęcia prowadzone będą z udziałem firm rzemieślniczych zainteresowanych wprowadzeniem produktów lub usług w ramach e-biznesu.

### ■ Warunki użytkowania:

Przetestowany w ten sposób produkt finalny kierowany jest do organizatorów szkoleń zawodowych w instytucjach rynku pracy instytucjach szkoleniowych oraz samych rzemieślników. Zastosowana metoda nie wymaga angażowania w przyszłości w proces edukacyjny zewnętrznych ekspertów co zwiększa dostępność edukacji w zawodach mało popularnych.



## IP6: Schemat monitorowania i promocji zawodów mało popularnych

### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań kooperacyjnych, będących elementem (na poziomie otoczenia) modelu promocji aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych w zawodach mało popularnych. Dostępność oraz trafność metody kooperacyjnej zapewniona jest poprzez angażowanie rzemiosła oraz instytucji rynku pracy w proces identyfikacji, monitorowania i opisu zawodów mało popularnych z zastosowaniem Internetu. Zastosowanie zdalnych wersji narzędzi realizuje założenia e-Edukacji i e-Biznesu w ramach strategii e-Podlaskie przyjętej w 2011 roku przez Zarząd Województwa podlaskiego, w tym e-Administracji w zakresie współpracy publiczno-prywatnej z zastosowaniem narzędzi internetowych.

### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi kooperacyjnych składają się procedury moderowania lokalnej współpracy na rzecz promocji zawodów mało popularnych oraz aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych:

- **Standard opisu zawodów mało popularnych:** Fiszka opisu zawodu mało popularnego współtworzona przez rzemiosło, urzędy pracy zawierająca zadania zawodowe, branże.
- **Grupa Robocza ds. zawodów mało popularnych:** Program spotkań i prac lokalnej koalicji określający optymalny skład instytucjonalny, zakresy tematyczne prac oraz rezultaty współpracy (strategia, plan działania).
- **Katalog zawodów mało popularnych:** Opis standardu monitorowania i opisywania zawodów mało popularnych w oparciu o e-Miasteczko Zawodowe wraz z procedurami aktualizacji i rozbudowy opisów w ramach współpracy Grupy Roboczej

### ■ Warunki testowania:

Testowane będą zdalne (internetowe) metody pozyskanie uczestników lokalnych porozumień przy czym rekomendowane będą metody najefektywniejsze w zakresie efektywnego udziału instytucji w pracach koalicji. Testowane będą też rozwiązania logistyczne (zdalne, telekonferencje) w zakresie prowadzenia warsztatów (czas trwania, lokalizacja, rodzaj pracy, profil moderatora). Rekomendowane będą rozwiązania prowadzące do aktywnego udziału wszystkich instytucji w pracach warsztatowych oraz pod kątem jakości i zakresu przygotowanej koalicji. Porównane ze sobą będą różne rozwiązania na poszczególnych spotkaniach cyklu warsztatów oraz całościowe rozwiązania zastosowane w każdym z 3 obszarów interwencji, co zwiększa eksperymentalny aspekt, a co za tym idzie rzetelność, prowadzonego testu.

### ■ Warunki użytkowania:

Program warsztatów, otwarta formuła grupy roboczej i katalogu oraz wzór strategii wypracowanej w ramach warsztatu wraz z instrukcją tworzenia i moderowania porozumienia może być zastosowany przez każdą instytucję inicjującą lokalną współpracę. (MŚP, NGO, JST i PUP).



### IP7: Schemat doradztwa biznesowego w rzemiośle

#### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań diagnostyczno-doradczych, będących elementem (na poziomie pracownika) modelu promocji aktywizacji zawodowej absolwentów w zawodach niszowych. Trafność diagnozy zapewniona jest poprzez uwzględnienie w procesie obok doradcy zawodowego także psychologa, doradcy biznesowego oraz rzemieślnika. Pakiet narzędzi składających się na schemat interdyscyplinarnej usługi uwzględni specyficzne potrzeby poznawcze absolwentów uczelni technicznych oraz normy dostosowane do tej grupy, co będzie nowością na rynku usług diagnostyczno-doradczych. Zastosowanie narzędzi zwiększy transfer wiedzy do biznesu, w szczególności do mikroprzedsiębiorstw i rzemiosła oraz promować będzie rozwiązania (spin-off i spin-out) w zakresie przedsiębiorczości akademickiej.

#### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi diagnostyczno-doradczych składa się zestaw kwestionariuszy i testów oraz portfolio zbudowane z modułów z ćwiczeniami i opracowaniami wyników diagnozy:

- **Biznes Kwestionariusze:** kwestionariusze i testy dotyczące Predyspozycji Zawodowych, Zainteresowań, kwestionariusze dotyczące Motywacji i Poczucia Kontroli, Zdolności Praktycznych (związanych z zawodami rzemieślniczymi w Zawodach Niszowych), Zdolności Społecznych (kooperacja) Zdolności Przedsiębiorczych (w obszarze Zawodów Niszowych), Kreatywność, Zdolności Negocjacyjne, Elastyczność, Zdolności Badawcze adekwatnie do obszarów problemowych związanych z usługami niszowymi i zindywidualizowanymi oraz współpracy z klastrami czy uczelniami w ramach firm typu spin-off i spin-out
- **IPD Biznes na Miare:** zdalne, Internetowe ćwiczenia, ankiety, psychozabawy i materiały informacyjne, poradniki, dotyczące biznesu oraz planowania kariery w rzemiośle w Zawodach Niszowych: Bilans Predyspozycji, Bilans Zdolności, Moje Wartości, Moje Szkolenia oraz Firma, Sesje Kreatywne, Współpraca z nauką, Klustry

#### ■ Warunki testowania:

Narzędzie będzie użyte przez wszystkich specjalistów przewidzianych w metodzie. Testowane będą rozwiązania organizacji procesu doradczego (indywidualnie, grupowo, Internet) oraz poszczególne ćwiczenia, karty i kwestionariusze. Rekomendowane będą procedury i elementy zapewniające najwyższą trafność w ujęciu ocen klienta i doradców w ewaluacji testu.

#### ■ Warunki użytkowania:

Przetestowany w ten sposób produkt finalny kierowany jest do doradców biznesowych oraz zawodowych, zatrudnionych w publicznych i niepublicznych instytucjach rynku pracy oraz innych specjalistów (psychologów, pracowników naukowych) z uczelni i instytutów badawczych. Interdyscyplinarna konstrukcja narzędzia nie ogranicza zastosowania tylko do doradców zawodowych z licencją, co zwiększa możliwości wdrożeniowe narzędzia (rzemieślnicy, pracownicy naukowcy).



## IP8: Schemat adaptacyjności rzemiosła niszowego

### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań edukacyjnych, będących elementem (na poziomie firmy) modelu promocji aktywizacji zawodowej absolwentów w zawodach niszowych. Dostępność oraz trafność metody edukacyjnej zapewniona jest poprzez angażowanie rzemieślnika i osoby bezrobotnej w proces uczenia się z wykorzystaniem Internetu oraz rozwiązań spin-off i spin-out jako modelu transferu wiedzy ze sfery nauki do biznesu. Kluczowym elementem narzędzi będzie aspekt indywidualizacji usług z zastosowaniem najnowszych technologii oraz zagadnień marketingowych związanych z promowaniem „usług i produktów na miarę”. Zastosowanie narzędzi zwiększy transfer wiedzy do biznesu, w szczególności do mikroprzedsiębiorstw i rzemiosła oraz promować będzie rozwiązania (spin-off i spin-out) w zakresie przedsiębiorczości akademickiej.

### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi edukacyjnych składa portal edukacyjny z modułami do nauki zdalnej w 5 zawodach mało popularnych oraz procedury opisu zadań zawodowych dla osób niepełnosprawnych:

- **Program szkoleń spin-off i spin-out:** uwzględniający możliwości współpracy rzemiosła z uczelniami, opis zakresu i celów szkolenia, harmonogramu zajęć i form edukacyjnych realizowanych w firmie i na uczelni.
- **Program szkoleń klastrowych:** uwzględniający kooperację lokalną rzemieślników i uczelni, opis zakresu i celów szkolenia, harmonogramu zajęć i form edukacyjnych realizowanych w firmie i na uczelni.
- **Indywidualizacja usług w rzemiośle:** standard budowania niszy na rynku produktów i usług w formie szkolenia zawierającego powyższe zagadnienia realizowanego wspólnie z rzemieślnikami i naukowcami, opis zakresu i celów szkolenia, harmonogramu zajęć i form edukacyjnych realizowanych w firmie i na uczelni.

### ■ Warunki testowania:

Testowane będą zarówno formy prowadzenia zajęć w ramach modułów obowiązkowych, organizacja tych zajęć, harmonogram czasowy, przy czym rekomendowane będą formy najwyżej ocenione przez uczestników testujących narzędzie. Zajęcia prowadzone będą z udziałem firm rzemieślniczych zainteresowanych wprowadzeniem niszowych produktów lub usług we współpracy z uczelniami.

### ■ Warunki użytkowania:

Przetestowany w ten sposób produkt finalny kierowany jest do organizatorów szkoleń zawodowych w instytucjach rynku pracy instytucjach szkoleniowych oraz samych rzemieślników. Zastosowana metoda nie wymaga angażowania w przyszłości w proces edukacyjny zewnętrznych ekspertów co zwiększa dostępność edukacji w zawodach niszowych.



### IP9: Schemat monitorowania i promocji zawodów niszowych

#### ■ Kontekst innowacyjnego produktu:

Schemat usług jest produktem finalnym w zakresie rozwiązań kooperacyjnych, będących elementem (na poziomie otoczenia) modelu promocji aktywizacji zawodowej absolwentów w zawodach niszowych. Dostępność oraz trafność metody kooperacyjnej zapewniona jest poprzez angażowanie rzemiosła oraz instytucji rynku pracy i uczelni w proces identyfikacji, monitorowania i opisu zawodów niszowych. Kluczowym elementem opisu zawodów niszowych będzie aspekt indywidualizacji usług z zastosowaniem najnowszych technologii oraz zagadnień marketingowych związanych z promowaniem „usług i produktów na miarę”. Zastosowanie narzędzi zwiększy transfer wiedzy do biznesu, w szczególności do mikroprzedsiębiorstw i rzemiosła oraz promować będzie rozwiązania (spin-off i spin-out) w zakresie przedsiębiorczości akademickiej.

#### ■ Budowa narzędzia:

Na pakiet narzędzi kooperacyjnych składają się procedury moderowania lokalnej współpracy na rzecz promocji zawodów niszowych oraz aktywizacji zawodowej absolwentów w tych zawodach:

- **Standard opisu zawodów niszowych:** Fiszka opisu zawodu niszowego współtworzona przez rzemiosło, urzędy pracy oraz pracowników naukowych zawierająca zagadnienia indywidualizacji usług.
- **Grupa Robocza ds. zawodów niszowych:** Program spotkań i prac lokalnej koalicji określający optymalny skład instytucjonalny, zakresy tematyczne prac oraz rezultaty współpracy (strategia, plan działania).
- **Katalog zawodów niszowych:** Opis standardu monitorowania i opisywania zawodów mało popularnych w oparciu o Klastry wraz z procedurami aktualizacji i rozbudowy opisów w ramach współpracy Grupy Roboczej

#### ■ Warunki testowania:

Testowane będą metody pozyskanie uczestników lokalnych porozumień przy czym rekomendowane będą metody najefektywniejsze w zakresie efektywnego udziału instytucji w pracach koalicji. Testowane będą też rozwiązania logistyczne (zdalne, telekonferencje) w zakresie prowadzenia warsztatów (czas trwania, lokalizacja, rodzaj pracy, profil moderatora). Rekomendowane będą rozwiązania prowadzące do aktywnego udziału wszystkich instytucji w pracach warsztatowych oraz pod kątem jakości i zakresu przygotowanej koalicji. Porównane ze sobą będą różne rozwiązania na poszczególnych spotkaniach cyklu warsztatów oraz całościowe rozwiązania zastosowane w każdym z 3 obszarów interwencji, co zwiększa rzetelność, prowadzonego testu.

#### ■ Warunki użytkowania:

Program warsztatów, otwarta formuła grupy roboczej i katalogu oraz wzór strategii wypracowanej w ramach warsztatu wraz z instrukcją tworzenia i moderowania porozumienia może być zastosowany przez każdą instytucję inicjującą lokalną współpracę. (MŚP, NGO, JST i PUP, uczelnie i jednostki badawcze)



## Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

- **Temat innowacyjny:** Budowa instrumentów wspierających rozwój zainteresowania nowymi zawodami, zawodami niszowymi oraz cieszącymi się małą popularnością
- **Nazwa projektodawcy:** Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr
- **Tytuł projektu:** PIWP: INNOWACJE RYNKU PRACY – testowanie i wdrażanie nowych metod promocji zatrudnienia w zawodach niszowych, ginących i mało popularnych
- **Numer umowy:** UDA-POKL.06.01.01-20-063/10-00

## Podpisy przedstawicieli Partnerstwa Krajowego

- Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr:

.....  
*Imię, nazwisko, funkcja i podpis osób składających strategię*

- Izba Rzemieśnicza i Przedsiębiorczości w Białymstoku

.....  
*Imię, nazwisko, funkcja i podpis osób składających strategię*

*W przypadku projektów realizowanych w partnerstwie (nie dotyczy partnerstwa ponadnarodowego) podpisy pod strategią składają przedstawiciele wszystkich instytucji partnerskich.*