

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

Tytuł projektu: *Innowacyjne wykorzystanie coachingu do wspierania równowagi
praca rodzina*

Numer umowy o dofinansowanie: UDA-POKL.06.01.01-12-065/10-00

Temat: Rozwój i testowanie instrumentów wspierających godzenie życia zawodowego i rodzinnego na różnych etapach życia człowieka.

Beneficjent: Stowarzyszenie Doradców Europejskich PLinEU

Źródło finansowanie: Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Priorytet VI, Działanie 6.1.1

Institucja pośrednicząca: Wojewódzki Urząd Pracy w Krakowie

Kraków, zmiana **kwiecień 2013**



Spis treści:

1. Uzasadnienie.....	1
Opis problemu oraz skala jego występowania.....	1
Konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów.....	3
2. Cel innowacji.....	4
Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacyjnego produktu.....	4
Cel główny i cele szczegółowe projektu.....	4
3. Opis innowacji.....	6
Na czym polega innowacja? Z jakich elementów się składa?.....	6
Czym różni się innowacyjny produkt od dotychczasowych rozwiązań?.....	9
Komu służy innowacyjny produkt? Kto będzie mógł z niego korzystać?.....	9
Jakie warunki muszą być spełnione, aby innowacja działała?.....	10
Jakie efekty może przynieść zastosowanie innowacji?.....	10
4. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego.....	11
Dobór użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu.....	11
Opis przebiegu testowania.....	14
Opis materiałów przekazanych uczestnikom.....	15
Monitoring procesu testowania.....	15
5. Sposób sprawdzenia czy innowacja działa.....	16
6. Strategia upowszechniania.....	18
7. Strategia włączania do głównego nurtu polityki.....	19
8. Kamienie milowe.....	22
7. Analiza ryzyka.....	23
Załączniki do strategii.....	26



1. UZASADNIENIE

1. Opis problemu godzenia życia zawodowego i rodzinnego oraz skala jego występowania

Problem godzenia życia zawodowego i rodzinnego (GZZR) dotyczy każdego dorosłego człowieka. W przypadku rodziców natężenie problemu jest tym większe, że wymaga umiejętnego łączenia obowiązków zawodowych z opieką i wychowaniem dzieci. Jeżeli rodzicom nie daje się wystarczających możliwości godzenia bądź sami ich nie dostrzegają, skutkuje to określonymi konsekwencjami natury społecznej i gospodarczej.

Dla osób pracujących przejawem braku możliwości godzenia jest zbyt duże obciążenie pracą zawodową i nie znajdujące wystarczającego czasu dla dzieci, rodziny, lub odwrotnie zaniedbywanie pracy ze względu na poświęcenie się obowiązkom rodzinnym. W obu przypadkach taka sytuacja może prowadzić do rezygnacji z pracy (wybieram rodzinę) lub poważnych kryzysów rodzinnych skutkujących nawet rozpadem związku. Konsekwencje takich wyborów na małopolskim rynku pracy obrazuje niski wskaźnik zatrudnienia kobiet¹ oraz rosnąca liczba kobiet, które rezygnują z pracy po urodzeniu dziecka².

Z kolei dla osób młodych nieposiadających dzieci perspektywa braku możliwości GZZR skłania ich do odkładania decyzji prokreacyjnych lub w ogóle rezygnacji z zakładania rodziny. Poświadczeniem skali tego problemu w Małopolsce jest spadająca liczba osób przypadająca na jedno gospodarstwo (według ostatnich dostępnych danych przeciętna liczba osób na jedno gospodarstwo zmalała z 3,31 (spis ludności z roku 1988) do 3,06 (spis ludności z 2002 roku) oraz niski wskaźnik dzietności - wynosi on 1,4 (w miastach 1,3; na obszarach wiejskich 1,5).

Rozwiązania w zakresie GZZR są zatem odpowiedzią na problemy demograficzne i społeczne. Ich waga i skala determinują zmiany systemowe, które w Polsce podejmowane są w następujących obszarach:

1. Uelastycznienie rynku pracy. Polskie prawo daje wiele możliwości stosowania elastycznych form zatrudnienia (EFZ)³, wspierających godzenie obowiązków zawodowych i rodzinnych. 70% kobiet niepracujących ze względu na trudności związane z GZZR podkreśla, że podjęłoby pracę, gdyby miało możliwość dostosowania miejsca i/lub czasu pracy do obowiązków rodzinnych⁴.
2. Liberalizacja systemu prawnego związanego z tworzeniem instytucji opieki nad dzieckiem. Nowe rozwiązania umożliwiają otwieranie Klubów Malucha, wprowadzają instytucje opiekuna dziennego.
3. Polityka prorodzinna – wprowadzenie jednorazowej zapomogi dla rodziców nowonarodzonego dziecka. To narzędzie miało być odpowiedzią na niechęć do posiadania dzieci ze względów finansowych. Jako odpowiedź na nierówność na rynku pracy pomiędzy mężczyznami i kobietami wprowadzono także możliwość wykorzystania urlopów macierzyńskich przez ojców.

Pomimo istnienia powyższych rozwiązań i promowania ich wśród rodziców i pracodawców, łączenie obowiązków zawodowych i rodzinnych nadal jest niezadawalające. Odpowiedzią na problem nieskutecznego GZZR jest niniejszy projekt. Analizując przyczyny słabego wykorzystania powyżej opisanych zasobów, w I fazie projektu przeprowadzono pogłębioną analizę oraz badania jakościowe. Po pierwsze postrzeganie problematyki GZZR zostało zbadane z perspektywy grup do których bezpośrednio kierowane są rozwiązania GZZR – rodziców oraz pracodawców. Po drugie, po raz pierwszy w Polsce badania objęły także poziom zaangażowania i wykorzystania tematyki godzenia w pracy doradców zawodowych i przedstawicieli działów HR, którzy mają zarówno perspektywę pracodawców jak i wspierają rodziców niepracujących (doradcy zawodowi) lub kształtują warunki zatrudnienia wobec rodziców zatrudnionych (specjaliści ds. zatrudnienia). Etap pierwszy badań został przeprowadzony metodą *desk research* i jego celem była identyfikacja luki kompetencyjnej doradców zawodowych i przedstawicieli firm w zakresie znajomości tematyki GZZR. Drugi etap badań jakościowych objął 66 osób: 36 z nich to rodzice (pracujący zawodowo lub poszukujący pracy) uczestniczący w zogniskowanych wywiadach grupowych, a 30 osób to pracodawcy, doradcy zawodowi oraz pracownicy instytucji rynku pracy, którzy byli respondentami indywidualnych wywiadów pogłębionych⁵.

Poniżej prezentujemy główne wnioski z badań oraz analiz, które zostały przeprowadzone w I fazie projektu:

¹ Ocena sytuacji na rynku pracy w województwie Małopolskim w 2010 roku, WUP Kraków 2011

² Według sprawozdań kwartalnych dotyczących małopolskiego rynku pracy liczba kobiet, które nie podjęły pracy po urodzeniu dziecka (brak takich statystyk dla mężczyzn) wynosiła w IV kwartale 2009 roku 11 098, w IV kwartale 2010 roku – 12 306, natomiast w III kwartale 2011 roku – już 13 040. WUP Kraków.

³ Zob. 26 form opisanych w: M. Dobrowolska, *ABC elastycznych form zatrudnienia*, Katowice 2010.

⁴ Badania BAEL 2010 pokazują, że 38,7% matek wybrało EFZ jako podstawową preferowaną formę organizacji życia zawodowego i rodzinnego, a 22% matek swój powrót do pracy uzależniło od możliwości wyboru EFZ.

⁵ Raporty z badań przeprowadzonych w I etapie realizacji projektu stanowią załączniki nr 1 i 2 do niniejszej strategii.



- Zdecydowana większość bezrobotnych rodziców ma zaniżone poczucie własnej wartości; myśleniu o sobie jako pokrzywdzonym i niesprawiedliwie potraktowanym przez los towarzyszy bierność, poczucie bezradności i brak przekonania, że choć częściowo jest się „kowalem własnego losu”⁶.
- Doradztwo prowadzone dla bezrobotnych rodziców, w tym opracowywane dla nich Indywidualne Plany Działania, mają kontekst tylko zawodowy⁷, jednak w większości wypadków aktywizacja zależy od rozwiązania problemów na tle rodzinnym i kształtowania aktywnej postawy (około 90% z blisko 1000 rodziców objętych projektami realizowanymi przez Stowarzyszenie PLinEU wymagało wsparcia pozazawodowego – na podstawie analizy rodzaju wsparcia). *Diagnoza usług informacji i poradnictwa zawodowego w Publicznych Służbach Zatrudnienia w Małopolsce* podkreśla niski zakres doradztwa zawodowego – na 1 osobę przeznaczona jest średnio 0,5–1,5 godziny⁸. Badania przeprowadzone w projekcie wykazują słabą orientację doradców zawodowych w temacie GZZR – z 29 analizowanych programów studiów z całej Polski w zakresie doradztwa zawodowego oraz zarządzania zasobami ludzkimi, problematyka godzenia pojawia się tylko w 1⁹. Tematyka GZZR nie jest również obecna w praktyce doradztwa. Jak utrzymują respondenci badań, praca z bezrobotnym rodzicem koncentruje się na jego rozwoju zawodowym – podczas konsultacji nie omawia się kwestii barier rodzinnych, co wynika z krótkiego czasu przeznaczonego na jednego klienta oraz z nieznamomości tematyki GZZR. Z drugiej strony doradcy zawodowi dostrzegają istotę problemu, widząc, jak pokonywanie barier przez samych rodziców korzystnie wpływa na ich sytuację zawodową i osobistą¹⁰.
- Pomimo wielu projektów¹¹ promujących elastyczne formy zatrudnienia (EFZ) oraz wprowadzonej ustawie o telepracy, EFZ stosuje jedynie 30% firm¹². Wynika to z faktu, że firmy nie mają wiedzy i narzędzi ułatwiających wdrażanie tych rozwiązań¹³. Badanie z 2011 pokazało, że aż 24% pracodawców i ponad połowa (52%) pracowników nie potrafi wymienić żadnego rozwiązania zwiększającego elastyczność zatrudnienia, a 11% pracodawców i aż 34% (!) pracowników nie potrafi podać żadnego skojarzenia z terminem „elastyczność zatrudnienia”¹⁴. Z przeprowadzonych w ramach projektu wywiadów wynika również, że pracodawcy są otwarci na tematykę GZZR, ale uważają, że do tego potrzebna jest otwarta komunikacja z pracownikiem oraz jego inicjatywa, artykułowana w odpowiednim momencie, a nie po fakcie (np. plany urlopu wychowawczego)¹⁵.
- Tradycyjny model rodziny przyczynia się do dyskryminacji kobiet, wyrażającej się w ich: niższej aktywności zawodowej, niższych zarobkach¹⁶, postrzeganiu przez pryzmat obowiązków rodzinnych i traktowaniu tej grupy jako mniej efektywnej¹⁷. Równocześnie rynek pracy wymaga od mężczyzn większego zaangażowania i dyspozycyjności, a urlopy związane z posiadaniem rodziny są źle widziane, co utrudnia ojcom zaangażowanie w życie rodzinne¹⁸. Przeprowadzone badania podkreślają, że niewystarczający poziom partnerskich relacji w rodzinie oraz małe przyzwolenie na reorganizację obowiązków domowych bardzo

⁶ Załącznik nr 2..., str. 12.

⁷ Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001.

⁸ *Diagnoza usług informacji i poradnictwa zawodowego w Publicznych Służbach Zatrudnienia w Małopolsce w roku 2009*, www.wup.krakow.pl, 20 stycznia 2012 r.

⁹ Załącznik nr 1, *Tematyka godzenia życia zawodowego i rodzinnego w przygotowaniu zawodowym doradców zawodowych i HR oraz jego wskaźniki*, Kraków 2011, str. 11.

¹⁰ Załącznik nr 2..., str. 6, 14.

¹¹ Np.: IW Equal – np. Gender Index (cała Polska), *Elastyczny Pracownik* (woj. śląskie).

¹² R.W. Cegielski, A. Emerling, A.P. Frąckiewicz, A. Wicher, *Elastyczność na rynku pracy – wybór czy konieczność?* KPMG w Polsce, 2009, str. 73.

¹³ *Ewaluacja projektu „Kompromis na rynku pracy – innowacyjny model aktywizacji zawodowej kobiet”*, wywiady z 40 firmami z Małopolski, Stowarzyszenie Doradców Europejskich PLinEU, Kraków 2008.

¹⁴ *Badanie „Znajomość i stosowanie rozwiązań elastycznego rynku pracy”* przeprowadzone przez 4P Research Mix Sp. z o.o. na zlecenie PKPP Lewiatan w okresie od 23 lutego do 23 marca 2011 r.

¹⁵ Załącznik nr 2..., str. 16, 26.

¹⁶ Według Ogólnopolskiego Badania Wynagrodzeń przeprowadzonego przez Sedlak&Sedlak, mediana płac mężczyzn w 2010 roku ukształtowała się na poziomie 4000 zł. Była ona o ponad 33% wyższa niż mediana płac u kobiet, która w badanym okresie wyniosła 3000 zł. Warto również zaznaczyć, iż 25% mężczyzn otrzymywało płace powyżej 6300 zł, a zaledwie 1/4 zatrudnionych kobiet – pensje przekraczające 4600 zł.

¹⁷ Załącznik nr 2: raport z badań modułu II przeprowadzonych przez Studio Badań Marketingowych *Profil Problem godzenia życia zawodowego i rodzinnego w opinii rodziców, pracodawców i specjalistów rynku pracy*, Kraków 2011, str. 13 – dziecko jako realny powód ograniczeń pracownika.

¹⁸ M. Sochańska-Kawiecka, Z. Kołakowska-Seroczyńska, A. Morycińska, *Raport z badań jakościowych i ilościowych pracodawców i pracobiorców w ramach projektu „Godzenie ról rodzinnych i zawodowych kobiet i mężczyzn”*, Warszawa 2009, str. 6.



ograniczają aktywność zawodową kobiet¹⁹, podczas gdy na poziomie UE dąży się do systematycznego jej zwiększenia.

Na podstawie wyżej opisanych wniosków sformułowany został problem główny projektu jakim jest niewystarczająca skuteczność w GZZR przez małopolskich rodziców. Na problem główny składają się następujące problemy szczegółowe:

- **Bierna postawa rodziców w korzystaniu z dostępnych zasobów wspierających GZZR,**
- **Niedopasowana do swoistych potrzeb rodziców oferta aktywizacyjna służb zatrudnienia i jej jednotorowość.**
- **Niewystarczające wsparcie rodziców pracujących w łączeniu obowiązków zawodowych i rodzinnych, głównie poprzez niską elastyczność zatrudnienia i czasu pracy (EFZ).**
- **Dominujący model rodziny w Polsce, w którym obowiązki rodzinne są domeną kobiet, a finansowe utrzymanie rodziny spoczywa na mężczyźnie.**

Przygotowany produkt innowacyjny Coachingu GZZR jest odpowiedzią na powyższe problemy: zakłada bowiem wdrożenie usługi wspierania rodziców w aktywnym poszukiwaniu i stosowaniu dostępnych rozwiązań zewnętrznych (systemowych), a także wykorzystania własnego potencjału w skutecznym pokonywaniu barier uniemożliwiających łączenie ról zawodowych i rodzinnych.

Oprócz badań, w ramach projektu przeprowadzono wstępne konsultacje produktu innowacyjnego, w których wzięło udział 15 doradców zawodowych, specjalistów ds. *human resources*, coachów i rodziców. Z konsultacji tych jednoznacznie wynika, że usługa coachingowa jest potrzebna zarówno rodzicom, jak i współpracującym z nimi specjalistom. W wyniku konsultacji doprecyzowano pakiet szkoleniowy (m.in. liczbę godzin przeznaczoną na poszczególne tematy, kolejność tematów), liczebność i dobór grup (m.in. grupy mieszane doradców i HR) oraz logistykę szkoleń (opis zadań). Dodatkowo, wstępne testowanie formularza *Bilans–Balans* (grupa ponad 30 rodziców z Małopolski i Neapolu) pozwoliło na udoskonalenie narzędzia do autodiagnozy sytuacji rodziców w kontekście godzenia ról życiowych.

Produkt innowacyjny opiera się również na doświadczeniach partnera projektu, Gesco Consorzio di Cooperative Sociali, który od ponad 20 lat realizuje szkolenia, m.in. z edukacji na rzecz równości szans, mediacji oraz GZZR, prowadzi również Agencję Godzenia Życia Zawodowego i Rodzinnego przy Prowincji Neapolu oraz szkoli coachów ds. godzenia.

2. Konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów

Skutkiem powyżej przedstawionej sytuacji jest niska aktywność zawodowa rodziców, rezygnacja z pracy lub z posiadania większej liczby dzieci. Coraz częściej osoby rezygnujące z posiadania dzieci wskazują, że powodem są obawy dotyczące godzenia obu ról²⁰. Również w Małopolsce kobiety odkładają decyzję o macierzyństwie – obecnie na pierwsze dziecko decydują się około 29. roku życia, a w Krakowie w wieku 30–34 lat²¹.

Rezultatem tej sytuacji są zmiany w procesach demograficznych. Niski przyrost naturalny przełoży się na przyszły niedobór na rynku pracy osób w wieku produkcyjnym. Zjawisko starzejącego się społeczeństwa oznacza, że mniejsza liczba osób będzie musiała ciężiej i dłużej pracować na utrzymanie emerytów. Na 227 państwa na świecie, pod względem przyrostu naturalnego, Polska plasuje się dopiero na 197 miejscu²². Demografowie podkreślają, że wynika to bezpośrednio z mało aktywnej polityki prorodzinnej oraz sytuacji na rynku pracy i jeśli nie zostaną podjęte natychmiastowe kroki, sytuacja będzie się pogarszać. Prognozy na rok 2035 są alarmujące, wskazując na znaczące zwiększenie się liczby gospodarstw domowych bez dzieci – udział bezdzietnych rodzin w polskich miastach wyniesie 78%, zaś na wsi 71,9%²³.

Eksperti zgodnie podkreślają, że z punktu widzenia dalekosiężnych wyzwań demograficznych najbliższe lata będą kluczowe dla efektów polityki rodzinnej w Polsce²⁴. W obliczu wzrostu obciążenia demograficznego

¹⁹ Załącznik nr 2 *Problem godzenia życia zawodowego i rodzinnego w opinii rodziców, pracodawców i specjalistów rynku pracy*, Kraków 2011, str. 8, 27–28.

²⁰ Prawie 1/3 pracujących kobiet obawia się problemów w pracy spowodowanych ciążą. Co 5. pracująca kobieta odkłada urodzenie dziecka w obawie przed utratą pracy. Co 7. kobieta twierdzi, że odwlekała poinformowanie szefa o ciąży z powodu obawy przed zwolnieniem, Raport z badań ilościowych dla Fundacji Świętego Mikołaja *Macierzyństwo a praca zawodowa kobiet*, Warszawa 2006.

²¹ J. Kurkiewicz, E. Soja, O. Knapik, *Prognoza ludności dla powiatów Małopolski na lata 2010–2020*, Uniwersytet Ekonomiczny, Kraków 2010, str. 46.

²² Na podstawie CIA World Factbook, www.nationmaster.com, 24 styczeń 2012.

²³ Prognoza gospodarstw domowych według województw na lata 2008–2035, GUS, Materiał na konferencję prasową w dn. 24 sierpnia 2010, str. 2.

²⁴ Wyniki debaty prowadzonej przez ministra Michała Boni na konferencji pod tytułem „Polska dla rodziny – rodzina dla Polski. Godzenie ról rodzinnych i zawodowych kobiet i mężczyzn”, w ramach której debatowali socjologowie, politycy i społecznicy. Organizatorem konferencji było



kompetencje specjalistów kształtujących aktywność zawodową rodziców (doradców i specjalistów HR) powinny się rozwinąć w taki sposób, aby uwzględniali oni w swej pracy zarówno obszar zawodowy, jak i rodzinny, widzieli bariery w GŻZR i umieli je pokonywać. Coaching ds. GŻZR skutecznie i elastycznie wpisuje się w zdiagnozowane potrzeby rodziców oraz rynku pracy.

2. CEL PROJEKTU

1. Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacyjnego produktu

Przygotowany innowacyjny produkt jest odpowiedzią na zidentyfikowane powyżej problemy. Jego przetestowanie, a następnie upowszechnienie i włączenie w powszechną praktykę przyczyni się do wzmocnienia jakości i skuteczności pracy doradców zawodowych, wpłynie także na bardziej elastyczną i dostosowaną do potrzeb pracujących rodziców politykę kształtowania warunków zatrudnienia. Wspomniane grupy użytkowników otrzymają narzędzia, dzięki którym będą mogły wspierać rodziców pracujących i niepracujących w pokonywaniu barier w GŻZR. W konsekwencji przyniesie to wzmocnienie aktywności zawodowej rodziców (głównie kobiet) oraz umożliwi wdrożenie zmian, które będą korzystne dla firmy i pracującego rodzica. Pośrednio projekt przyczyni się do intensyfikacji dyskusji na temat sytuacji rodziców w regionie i w kraju.

2. Cel główny i cele szczegółowe projektu

Cel główny: wzrost skuteczności w rozwiązywaniu problemów związanych z GŻZR małopolskich pracujących i niepracujących rodziców do marca 2014 roku. Cel projektu zostanie osiągnięty poprzez następujące **cele szczegółowe zrealizowane w I fazie projektu**

- Wzrost świadomości małopolskich podmiotów rynku pracy na temat barier ograniczających skuteczne wdrożenie rozwiązań wspomagających GŻZR przez małopolskich rodziców do grudnia 2011. Cel zrealizowany w pierwszej fazie projektu: wskaźnik – 1000 małopolskich instytucji rynku pracy i pracodawców otrzymało raport z badań; źródło weryfikacji – lista dystrybucyjna.
- Wzrost zastosowania sprawdzonych w Unii Europejskiej metod w szkoleniu coachów ds. GŻZR oraz wzmocnienie ich jakości. Cel zrealizowany w pierwszej fazie projektu: wskaźnik – wizyta studyjna w Neapolu, w wyniku której dokonano adaptacji programu szkoleniowego w zakresie coachingu ds. GŻZR, dopracowano narzędzie nadające strukturę sesjom coachingowym: Indywidualny Plan Godzenia oraz narzędzie diagnostyczne *Bilans-Balans*; partner włoski przeprowadził 16 godzin szkolenia na temat coachingu ds. GŻZR (wzięto w nim udział 10 członków Rady Programowej, trenerów, z czego 100% potwierdziło wzrost wiedzy i umiejętności dotyczących innowacyjnej metody coachingowej ds. GŻZR oraz opracowało części podręcznika); źródło weryfikacji – lista obecności, ankieta, program szkolenia, narzędzia IPG i Bilans-Balans, narzędzia włoskiego partnera – dla porównania.

oraz cele szczegółowe, które będą realizowane w II i III fazie projektu

Problem szczegółowy	Cele szczegółowe	Wskaźniki realizacji celu
Bierna postawa rodziców w korzystaniu z dostępnych zasobów wspierających GŻZR	<p>Opracowanie kompleksowej metody wspierania godzenia życia rodzinnego i zawodowego zakładającej upowszechnianie wiedzy na temat możliwości i sposobów godzenia życia rodzinnego i zawodowego do czerwca 2013</p> <p>Wzrost dostępności do specjalistycznego wsparcia w zakresie godzenia życia rodzinnego i zawodowego wśród 199 małopolskich</p>	<ul style="list-style-type: none"> • wypracowana metoda wspierania rodziców poprzez coaching GŻZR, która zakłada budowanie proaktywnych postaw klientów oraz zwiększanie ich wiedzy na temat zasobów godzenia życia rodzinnego i zawodowego, Opracowanie podręcznika szkoleniowego opisującego kompetencje (wiedze, umiejętności) osób świadczących coaching w zakresie GŻZR. Dostęp do podręcznika dla 4 tysięcy instytucji (2 tysiące wysłanych egzemplarzy CD, 2 tysiące wysłanych maili z odniesieniem do strony)- źródło weryfikacji: dokumentacja projektowa • 60 wyszkolonych specjalistów stosujących coaching GŻZR w instytucjach rynku pracy i działach Human Resources, którzy przeprowadzą procesy coachingowe wobec 159



	rodziców do marca 2014 roku	<p>rodziców. Źródło weryfikacji: listy obecności, raport coachingowe</p> <ul style="list-style-type: none">• 30 małopolskich instytucji, które wdrożą coaching GZZR (faza testowania), 40 instytucji, które w wyniku procesu włączania otrzyma dokładne instruktaż dotyczący uruchomienia usługi. Źródło weryfikacji: kopie instruktaży• Utworzenie 4 Klubów Rodzica wspierających w zakresie GZZR (partnerski model rodziny, alternatywne formy opieki nad dzieckiem, proaktywna postawa). Źródło weryfikacji: raporty z Klubu Rodzica
Niedopasowana do swoistych potrzeb rodziców oferta aktywizacyjna służb zatrudnienia i jej jednorodność.	<p>Rozwój kompetencji 39 doradców zawodowych w zakresie wspierania swoich klientów w GZZR do czerwca 2013 roku.</p> <p>Nabywanie wiedzy przez 30 decydentów małopolskich instytucji rynku pracy na temat możliwości wdrożenia usługi wspierającej niepracujących rodziców w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego do marca 2014</p> <p>Upowszechnienie innowacyjnego programu szkoleniowego podnoszącego kompetencje doradców zawodowych w zakresie wspierania niepracujących rodziców w GZZR</p>	<ul style="list-style-type: none">• 90% doradców zawodowych objętych szkoleniami zda egzaminy kończące każdy moduł. Źródło weryfikacji: raporty egzaminacyjne z wynikami; czas badania: po każdym module szkolenia;• Dla 60% niepracujących rodziców (w tym rodziców przebywających na urloпах macierzyńskich i lub wychowawczych) uczestnicy szkoleń opracują Indywidualny Plan Godzenia, z czego 80% rodziców wzmocni swoją aktywność zawodową. Źródło weryfikacji: ankieta ewaluacyjna <i>a priori, ex post</i>, wywiady.• 30 decydentów instytucji rynku pracy otrzyma instruktaż na temat wdrożenia usługi (uczestnictwo w seminarium i/lub spotkanie indywidualne z przedstawicielem projektu). Źródło weryfikacji: kopie instruktaży• Opracowanie programu szkoleniowego podnoszącego kwalifikacje doradców zawodowych w zakresie wsparcia w GZZR. Upowszechnienie programu wśród 100 instytucji szkoleniowych. Źródło weryfikacji: lista dystrybucyjna
Niewystarczające wsparcie rodziców pracujących w łączeniu obowiązków zawodowych i rodzinnych. głównie poprzez niską elastyczność zatrudnienia i czasu pracy (EFZ)	<p>Nabywanie umiejętności prowadzenia coachingu godzenia życia rodzinnego i zawodowego przez 21 specjalistów ds. zatrudnienia do czerwca 2013</p> <p>Wzrost wiedzy wśród 154 pracodawców na temat możliwości wspierania rodziców oraz korzyści z tego płynących dla firmy do marca 2014</p> <p>Upowszechnienie innowacyjnego programu szkoleniowego podnoszącego kompetencje pracowników HR w zakresie wspierania pracujących rodziców w GZZR</p>	<ul style="list-style-type: none">• Dla 60% pracujących rodziców uczestnicy szkoleń opracują Indywidualny Plan Godzenia, z czego 80% rodziców zadeklaruje wzrost motywacji do pracy w firmie (z wyjątkiem osób na urloпах macierzyńskich i wychowawczych, którzy nie mają możliwości powrotu do pracy). Źródło weryfikacji: ankieta ewaluacyjna <i>a priori, ex post</i>, wywiady; czas badania: po zakończeniu szkoleń²⁵• 50% rodziców pracujących (z wyjątkiem rodziców na urloпах macierzyńskich i wychowawczych) wsparty przez specjalistów stosujących coaching GZZR przetestuje indywidualnie dopasowaną elastyczną formę zatrudnienia. Źródło weryfikacji: ankieta <i>a priori i ex post</i>, wywiady; czas badania: po zakończeniu coachingu,• 54 przedstawicieli pracodawców i/lub przedst. decydentów instytucji rynku pracy otrzyma instruktaż na

²⁵ Zmiana wskaźnika 2 i 3 została uzasadniona w części 5. strategii, str. 15



	do marca 2014	<p>temat wdrożenia usługi (uczestnictwo w seminarium i/lub spotkanie indywidualne z przedstawicielem projektu). Źródło weryfikacji: kopie instruktażowe</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 pracodawców uczestniczących w konferencji promującej rozwiązania sprzyjające godzeniu życia rodzinnego i zawodowego wśród pracujących rodziców. Źródło weryfikacji: lista obecności • Opracowanie programu szkoleniowego podnoszącego kwalifikacje pracowników HR w zakresie wsparcia w GŻZR. Upowszechnienie programu na 20 portalach skierowanych do pracodawców. Źródło weryfikacji: dokumentacja projektowa
Dominujący model rodziny w Polsce, w którym obowiązki rodzinne są domeną kobiet, a finansowe utrzymanie rodziny spoczywa na mężczyźnie.	<p>Wzrost wiedzy wśród 60 doradców zawodowych i specjalistów ds. Human Resources na temat konsekwencji stereotypowego podejścia do klienta oraz nabycie umiejętności pracy na stereotypach do czerwca 2013</p> <p>Wzrost świadomości wśród rodziców w zakresie wpływu relacji w rodzinie na godzenie życia rodzinnego i zawodowego do marca 2014 roku</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Przetestowanie programu szkolenia, który obejmuje moduł pracy na stereotypach (32 godziny) na grupie 60 uczestników, a następnie weryfikacja rezultatów – autoanaliza przed i po szkoleniu • Udostępnienie programu szkoleniowego na stronie projektu, oraz przekazanie go, co najmniej 100 instytucjom szkoleniowym • Opracowanie scenariusza spotkania w ramach Klubu Rodzica dot partnerskich relacji w rodzinie oraz jego dystrybucja wraz z podręcznikiem • 90% uczestników warsztatów dla taty (Klub Rodzica) potwierdzi nabycie konkretnej wiedzy i motywacji do współpracy z dzieckiem. Źródło weryfikacji: ankieta indywidualna; czas badania: po odbytych cyklach zajęć w Klubie Rodzica; 90% uczestników/uczestniczek Klubu Rodzica wypracuje sposoby wdrażania relacji partnerskich. Źródło weryfikacji: ankieta indywidualna, raporty trenerów; czas badania: po odbytych cyklach zajęć w Klubie Rodzica; • Na stronie internetowej projektu umieszczone będzie narzędzie Bilans Balans, które obejmuje także diagnozę relacji rodzinnych. Opisanych zostanie co najmniej 5 dobrych praktyk w zakresie relacji w rodzinie umożliwiających GŻZR uruchomionych poprzez coaching. Źródło weryfikacji: raport z WWW.

Cele zostaną osiągnięte poprzez wdrożenie usługi traktującej problem godzenia kompleksowo, co jest najbardziej pożądaną zmianą w kontekście polityki sprzyjającej GŻZR²⁶. Kompleksowość polega na diagnozie i eliminacji barier w obszarze zawodowym i rodzinnym dotyczących rodziców niepracujących i pracujących, kobiet i mężczyzn.

Cele szczegółowe i wskaźniki zostały dostosowane do wyników analiz, badań i konsultacji przeprowadzonych w pierwszej fazie projektu. Liczba użytkowników pozostała taka sama (60 osób), zmieniła się natomiast proporcja między doradcami zawodowymi a przedstawicielami działów HR²⁷.

²⁶ Strategia polityki społecznej 2007–2013, cel 2.1. Polska 2030, Raport, 2009, Kancelaria Premiera.

²⁷ Zmiana ta uzasadniona została w części 4. strategii, str. 9-10



3. OPIS INNOWACJI

1. Na czym polega innowacja? Z jakich elementów się składa? Jakie są koszty wdrożenia produktu?

Innowacja projektu polega na opracowaniu autorskiej usługi coachingu ds. godzenia życia zawodowego i rodzinnego. Prezentowana metoda i narzędzia składają się na nowatorski, kompleksowy model wsparcia rodziców w godzeniu różnych ról życiowych. Model coachingu to również wynik współpracy międzynarodowej, dzięki której zaadaptowano dobre praktyki wspierające rodziców w poszukiwaniu równowagi praca–dom. Nowatorskość rozwiązania wiąże się z wdrożeniem w instytucjach rynku pracy oraz przedsiębiorstwach usługi coachingu GŻZR opartej na konkretnym schemacie oraz narzędziach, które umożliwią korzystającym z takiego wsparcia rodzicom diagnozę swoich barier i problemów w GŻZR oraz opracowanie i wdrożenie strategii ich pokonywania. Zasadniczym celem procesu coachingowego jest budowanie u odbiorców proaktywnych postaw charakteryzujących się przekonaniem, że „rozwiązanie problemów tkwi we mnie i to tylko ja mogę być autorem swojego sukcesu”. Rolą coacha jest wspieranie i towarzyszenie w odkrywaniu tego potencjału²⁸.

Niniejszy projekt jest pierwszym w Polsce, który proponuje autorski program coachingu koncentrujący się wyłącznie na aspekcie GŻZR. Z metodologii coachingowej wybrano narzędzia i metody najbardziej korzystne dla budowania proaktywnych postaw klientów; ponadto kompetencjom specjalistów stosujących coaching GŻZR przypisano określoną wiedzę związaną z obszarem godzenia życiowych ról. Powstały także narzędzia nadające określoną strukturę poszczególnym sesjom coachingowym, udostępniając w ten sposób usługę szerokiemu gronu użytkowników.

Koszt innowacji w wymiarze finansowym opiera się na koszcie wdrożenia usługi, na który składają się następujące elementy: opłacenie szkolenia dla potencjalnych specjalistów GŻZR (szacowane na 3000–4500 zł w zależności od wielkości grupy szkoleniowej i miejsca szkolenia) oraz ich czas pracy (organizuje on 6–12 sesji coachingowych trwających średnio 45 minut). Proces coachingu rozpoczyna się diagnozą (narzędzie *Bilans–Balans*), a następnie prowadzony jest w oparciu o Indywidualny Plan Godzenia. Ten element kosztu zależy od stawek obowiązujących w instytucji, z którą współpracuje specjalista GŻZR.

Koszty zaniechania działań należy rozpatrzyć w wymiarze społecznym. Brak skutecznych narzędzi GŻZR będzie wpływał na dalsze obniżenie wzrostu demograficznego, niewystarczającą aktywność kobiet na rynku pracy, a przez to na pauperyzację małopolskich rodzin.

Produkt innowacyjny przygotowano w formie **podręcznika** coachingu GŻZR. W ramach podręcznika ujęto następujące elementy innowacji:

1. Narzędzie diagnostyczne Bilans–Balans

Formularz mający pomóc rodzicom w dokonaniu diagnozy swojej sytuacji zawodowo–osobistej, a przygotowywanym w ramach projektu specjalistom – we wspomaganiu tego procesu. Przez system pytań i zadań narzędzie to skłania do pogłębionej refleksji i podjęcia decyzji o zmianach w swoim życiu. Formularz składa się z 5 części:

1. Moja osoba – ja osobiste: charakterystyka cech osobowych, podstawowe informacje o badanym, deklaracje motywacyjne,
2. Moje wartości – wybory życiowe: wartości życiowe, wybory, kluczowe cele,
3. Moja rodzina – postawy rodzinne i praktyka rodzinna: stan rodziny, opieka nad dziećmi, kompetencje wychowawcze, stopień partnerstwa,
4. Moja praca – ocena obecnego lub potencjalnego miejsca pracy, zasoby zawodowe rodzica: kontrola warunków pracy elastycznej, cechy osobiste osoby badanej oraz inne zasoby (potencjalnie) wykorzystywane w pracy zawodowej,
5. Zmiany w moim życiu – podsumowanie dokonanej refleksji, plan zmian.

Diagnoza sytuacji rodzica jest pierwszym etapem w procesie poszukiwania równowagi praca–dom. Formularz *Bilans–Balans* jest narzędziem uniwersalnym i w razie potrzeby może być wykorzystywany do autodiagnozy również poza sesjami coachingowymi. Opis narzędzia znajduje się w Podręczniku str 12.

2. Indywidualny plan godzenia życia zawodowego i rodzinnego (IPG)

²⁸ Zastosowana w innowacji metoda coachingu bazuje na teorii Milтона Ericssona, zob. M. Atkinson, R. Choisi, *Wewnętrzna dynamika coachingu*, Warszawa 2009, oraz www.coachfederation.org



IPG stanowi fundament niniejszego projektu. Jest to schemat procesu coachingowego oparty na bazie 4 etapów planowania i osiągnięcia celu – tzw. ramie rezultatu. Pierwszy etap to **inspiracja** – postanowienie uzyskania określonego rezultatu w poszukiwaniu równowagi między życiem zawodowym i osobistym. Drugi to **wdrażanie** – zastanawianie się nad tym, jak można osiągnąć dany rezultat, oraz określenie planów działania. Trzeci etap to **integracja wartości** – rozwijanie podjętych działań, angażowanie się. Ostatni, czwarty etap to **zakończenie i zadowolenie** z tego, co zostało osiągnięte.

IPG to również schemat sesji coachingowych – formularz podzielony na obszary związane z godzeniem ról zawodowych i osobistych, dzięki któremu nawet mniej doświadczona osoba jest w stanie zaoferować klientom/klientkom skuteczne wsparcie. Opis narzędzia oraz proponowane ćwiczenia i zadania, które można zastosować podczas sesji coachingowych, zawarte są w Podręczniku str 23. IPG może być również uzupełnieniem Indywidualnego Planu Działania stosowanego powszechnie w urzędach pracy. Celem IPG jest stymulowanie proaktywnej postawy klienta w poszukiwaniu korzystnych rozwiązań dla swojej sytuacji.

3. Klub Rodzica

Celem Klubu Rodzica jest upelnomocnienie rodziców, wspieranie postawy pro aktywnej, tworzenie sieci współpracy rodziców opartej na samopomocy. Stanowi uzupełnienie coachingu GZZR. Specjaliści stosujący coaching GZZR będą mieć kontakt z wieloma rodzicami, zatem naturalnym działaniem wspierającym jest sieciowanie rodziców oparte na zasadach samopomocy. Podczas szkoleń, uczestnicy zapoznają się z technikami animacji społecznej oraz dobrymi praktykami dot. wsparcia grupowego w kontekście GZZR (dobre praktyki oparte są o 7 letnie doświadczenie lidera projektu, zwalidowane rezultaty projektów społecznych, m.in. IW EQUAL). Podręcznik zawiera opisy dobrych praktyk. Wśród praktyk znajdują się m.in. Bank Godzin – bezgotówkowa wymiana usług, warsztaty dla taty i rodziców – cykl zajęć dla rodziców i dzieci, warsztaty nie boimy się żłobka i przedszkola – zajęcia adaptacyjne dla dzieci i rodziców przez pójściem do przedszkola.

Specjalista stosujący coaching GZZR może sam skorzystać z prezentowanych praktyk albo zachęcić rodziców do przejęcia inicjatywy, by to oni sami poszukiwali rozwiązań już istniejących w swoim otoczeniu lub tworzyli nowe inicjatywy. Więcej informacji na temat Klubu i proponowanych form wsparcia znajduje się w Podręczniku, str. 51.

Z punktu widzenia upowszechniania Klub Rodzica mogą tworzyć oraz prowadzić:

- instytucje działające na rzecz wspierania rynku pracy (powiatowe urzędy pracy, w szczególności przy Klubach Pracy; Kluby Integracji Społecznej w ramach bieżącej działalności lub w ramach konkretnych projektów; organizacje pozarządowe działające na rzecz aktywizacji zawodowej)
- podmioty działające na rzecz dzieci i rodziców (organizacja pozarządowe, jednostki edukacyjne szkolące rodziców; domy kultury, kluby przedszkolne, powiatowe centra pomocy rodzinie, poradnie rodzinne)
- podmioty gospodarcze zatrudniające rodziców, którzy borykają się z godzeniem życia rodzinnego i zawodowego i potrzebują wsparcia opartego na zasadach samopomocy.

Tworzenie Klubu Rodzica jest celowe w szczególności, gdy specjalista ds. godzenia życia rodzinnego i zawodowego obejmuje swoim wsparciem grupę przynajmniej 5 rodziców, którym potrzebna jest wymiana doświadczeń, integracja, wzmocnienie poczucia własnej wartości, rozwój umiejętności społecznych i interpersonalnych. Stąd też szczególne znaczenie będzie miało funkcjonowanie Klubu zrzeszającego rodziców bezrobotnych. Z drugiej strony zalety takiego rozwiązania mogą być także wykorzystane wśród pracowników średniej lub dużej firmy, gdzie tworzy się przestrzeń do działań samopomocowych, wspólnego inicjowania rozwiązań pomagających w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego (np. wymiana w odbieraniu dzieci z przedszkoli, wzajemna opieka nad dzieckiem itp.).

4. Pakiet szkoleniowy przygotowujący do prowadzenia usługi coachingu ds. GZZR

Pakiet szkoleniowy obejmuje niezbędne elementy teoretyczne i praktyczne, które pozwalają przygotować do pracy w zakresie coachingu GZZR. Opis szkoleń w podręczniku zawiera programy i opis sesji, scenariusze ćwiczeń, porady dotyczące kwestii technicznych oraz ewentualnych modyfikacji.

Cykl szkoleniowy został przygotowany w następującej kolejności, w podziale na trzy obszary:

- I. Przygotowanie osób biorących udział w szkoleniu do budowania otwartej, nie oceniającej i wolnej od stereotypów postawy wobec rodzica (warsztat pracy nad własnymi stereotypami – 16 godzin, warsztat równości szans – 16 godzin; szkolenia te we wniosku o dofinansowanie stanowią moduł III).
- II. Metoda coachingowa oraz autorskie narzędzia (*Bilnas–Balans* – 8 godzin, IPG – 8 godzin, Klub Rodzica – 16 godzin, metody i narzędzia coachingowe – 40 godzin; moduł I i IV we wniosku o dofinansowanie).



III. Zaplanowanie i wdrożenie usługi coachingowej – warsztaty zapewniające wiedzę na temat zasobów wspierających GŻZR: znajomość elastycznych form zatrudnienia, umiejętność identyfikacji zasobów instytucjonalnych i osobowych, które mogą być wsparciem dla rodzica. Identyfikacja zasobów instytucjonalnych polegać będzie na umiejętności zbadania potencjału instytucjonalnego terenu na jakim prowadzony jest coaching GŻZR w zakresie wspierania rodziny. Stosujący go specjalista będzie miał wiedzę na temat funkcjonowania różnych instytucji wspierających ludzi mających problemy społeczne i zawodowe. W zależności od rozpoznanej sytuacji rodzic będzie kierowany np. do ośrodków pomocy społecznej, powiatowych centrów pomocy rodzinie, powiatowych urzędów pracy. Obszar ten przygotowuje także do pracy na motywacji odbiorców oraz umiejętnym wdrażaniu zmiany. Zmiana rozumiana jest zarówno jako rozwój, który następuje u klienta, jak i proces, który wiąże się z wdrożeniem coachingu w konkretnej instytucji (elastyczne formy zatrudnienia – 8 godzin, budowanie strategii – 8 godzin, motywowanie i zarządzanie zmianą – 24 godziny; moduł II i częściowo III we wniosku o dofinansowanie).

Cykl szkoleniowy rozpoczyna się 4-godzinną sesją – wstępem do tematyki GŻZR, a kończy 4-godzinną sesją podsumowującą, będącą również ewaluacją szkoleń.

Podręcznik składa się z 3 działów: I. Opisu narzędzi *Bilans–Balans*, IPG, Klub Rodzica; II. Opisu szkoleń; III. Załączników (m.in. narzędzia, scenariusze ćwiczeń szkoleniowych, programy szkoleniowe). By ułatwić odbiór publikacji, a tym samym zwiększyć szanse na zastosowanie proponowanych metod i narzędzi, autorzy zadbali o praktyczne rozwiązania, m.in. liczne tabelki zawierające rady, uwagi, sugestie możliwych modyfikacji; zaakcentowanie różnic w podejściu do szkoleń skierowanych do doradców i pracowników działów HR; narzędzia i scenariusze ćwiczeń gotowe do druku wraz ze szczegółową instrukcją; literaturę uzupełniającą poruszane tematy.

Podręcznik skierowany jest zarówno do przyszłych specjalistów stosujących coaching GŻZR (doradców zawodowych, specjalistów ds. HR), jak i do trenerów/trenerki zainteresowanych prowadzeniem szkoleń z coachingu ds. GŻZR. Takie podejście gwarantuje uniwersalny charakter publikacji.

Na potrzeby testowania określono następujące kompetencje, którymi będą dysponować doradcy zawodowi przedstawiciele działów HR po zakończeniu udziału w projekcie, aby skutecznie wspierać rodziców w GŻZR:

- 1) wykorzystanie metody coachingowej,
- 2) przełamywanie stereotypów,
- 3) zasoby GŻZR,
- 4) wdrażanie zmiany.

Ich dokładny opis został zawarty w Załączniku nr 7 do Strategii. Po testowaniu zostanie on uwzględniony w treści Podręcznika.

Podręcznik po etapie testowania zostanie zaktualizowany, uzupełniony o wnioski ze szkoleń i sesji coachingowych oraz nagrania z udziałem uczestników. Podręcznik będzie zawierał ponadto: opis wiedzy i umiejętności, rodziców korzystających z coachingu; dokładne instrukcje dla specjalistów (jak wykonać zadane ćwiczenia, jakich narzędzi do tego uczyć), opis i przykłady materiałów dla uczestników, metodologię szkoleniową. W ostatecznej wersji podręcznik będzie miał formę multimedialną, z intuicyjnym interfejsem, który ułatwi odbiór treści i zastosowanie zawartych rozwiązań (2 tysiące egzemplarzy). Podręcznik stanowi załącznik nr 3 do niniejszej strategii.

2. Czym różni się innowacyjny produkt od dotychczasowych rozwiązań?

Wymiar innowacyjności produktu dotyczy formy wsparcia. Dotychczasowa oferta aktywizacyjna służb zatrudnienia jest niedostosowana do swoistych potrzeb rodziców oraz zbyt jednorodna – doradztwo zawodowe jest ograniczone czasowo i dotyczy wyłącznie obszaru zawodowego, inicjatywy aktywizujące skierowane są wyłącznie do matek itp. Przeprowadzone w ramach projektu badania oraz konsultacje z rodzicami wykazały, że za skuteczniejsze wsparcie uważają oni doradztwo biorące pod uwagę problemy związane z łączeniem wszystkich ról życiowych²⁹. Usługa coachingowa już na etapie konsultacji jest pozytywnie postrzegana przez urzędy pracy (6 urzędów podpisało umowę o współpracy w ramach niniejszego projektu), również Miasto Kraków jest zainteresowane współpracą w ramach przygotowanej akcji „Kraków stawia na rodzinę”.

Z kolei w przypadku firm problem GŻZR jest praktycznie pomijany. Zarówno przedsiębiorcy, jak i pracownicy słabo znają EFZ. Pracownicy działów HR nie mają wystarczających kompetencji do pomocy rodzicom pracującym³⁰,

²⁹ Raport ze spotkania konsultacyjnego z rodzicami, Stowarzyszenie Doradców Europejskich PLinEU, Kraków 30.08.2011.

³⁰ Raport ze spotkania konsultacyjnego z przedstawicielami grup użytkowników, Stowarzyszenie Doradców Europejskich PLinEU, Kraków 18.10.2011.



z drugiej strony dostrzegają zalety coachingu i są zainteresowani wdrażaniem nowoczesnych narzędzi wspierających rozwój pracowników (20 pracodawców podpisało deklaracje poparcia dla projektu).

Innowacyjna jest także grupa docelowa – w przeciwieństwie do powszechnie przyjętego założenia, że problem godzenia ról dotyczy tylko kobiet, kierujemy wsparcie także do mężczyzn. Przejawia się to zarówno w proponowanych działaniach (m.in. warsztaty dla taty w ramach narzędzia Klub Rodzica), jak i w sferze promocji projektu, np. warstwie językowej publikacji.

Wybór formy wsparcia jest wynikiem zarówno doświadczeń Stowarzyszenia PLinEU, jak i licznych badań i obserwacji. Coaching idealnie wpisuje się w potrzeby rodziców oraz rynku pracy. Do tej pory, głównie ze względu na koszty i ograniczoną liczbę specjalistów, coaching stosowano przede wszystkim w biznesie, we wspieraniu umiejętności menadżerskich. Jak pokazują badania przeprowadzone przez Development Dimensions International of Bridgeville, Pensylwania (DDI), skuteczność coachingu oceniana jest bardzo wysoko³¹. Zastosowanie metody coachingowej, w której to klient jest odpowiedzialny za zmianę (w związku z czym jest ona trwalsza), oraz kompleksowe przygotowanie specjalistów ds. GŻZR (pełne spektrum problemu GŻZR oraz specjalistyczne narzędzia) gwarantują wymierne efekty.

3. Komu służy ten innowacyjny produkt? Kto będzie mógł go wykorzystywać w przyszłości?

Odbiorcami projektu są małopolscy rodzice (pracujący i niepracujący) borykający się z problemem GŻZR. Testowanie obejmie 57 rodziców pracujących oraz 102 rodziców niepracujących. Co najmniej 40 rodziców skorzysta z Klubu Rodzica (min. 10 mężczyzn).

Użytkownikami projektu są dwie grupy specjalistów: 1) doradcy zawodowi, pośrednicy pracy z różnych instytucji rynku pracy, aktywizujący osoby bezrobotne i nieaktywne zawodowo oraz 2) pracownicy podmiotów gospodarczych odpowiedzialni za zatrudnianie (*human resources*, kadry, właściciele, doradcy świadczący usługi związane z polityką zatrudnienia)³².

Pozostałe osoby/instytucje, które mogą wykorzystać innowacyjny produkt, to:

- trenerzy, instytucje szkoleniowe, i uczelnie wyższe,
- pracodawcy i ich firmy/instytucje, w których będzie stosowany coaching ds. GŻZR,
- pracodawcy i ich firmy/instytucje, którzy będą korzystać z diagnozy *Bilans–Balans dla firm*,
- pracodawcy i ich firmy/instytucje oraz pracownicy borykający się z problemem GŻZR.
- instytucje odpowiedzialne za wspieranie rodziny i rozwiązywanie lokalnych problemów społecznych – ośrodki pomocy społecznej, powiatowe centra pomocy rodzinie, poradnie rodzinne.

Produkt jest przekładalny także na inne grupy docelowe, np. różne profile osób bezrobotnych. Może mieć także szerokie zastosowanie w firmach wobec innych grup pracowników. Coaching w szerszym zakresie będzie się koncentrował na celach innych niż rodzinne, ale wciąż będzie usługą kompleksową i nastawioną na sprawczość samego odbiorcy usługi.

4. Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie?

Coaching stanowi skuteczną metodę pracy z ludźmi, jednak wymaga od osób, które go stosują, ciągłego samorozwoju i doskonalenia umiejętności. Ze względu na złożoność procesu coachingowego osoby przystępujące do szkolenia powinny spełniać pewne warunki: przede wszystkim ukończone studia wyższe i/lub podyplomowe z obszaru doradztwa zawodowego, psychologii, zarządzania zasobami ludzkim i/lub min. rok doświadczenia zawodowego na stanowisku związanym z doradztwem zawodowym i/lub na stanowiskach, których celem jest kształtowanie polityki zatrudnienia, rozwój pracowników, obsługa kadr.

Pozostałe warunki właściwego działania innowacyjnego produktu:

- postawa coacha (nie oceniająca, otwarta na potrzeby rodziców) oraz gruntowna wiedza z zakresu coachingu i tematyki dotyczącej godzenia życia zawodowego i rodzinnego,
- zgoda instytucji, w której ma pracować specjalista stosujący coaching GŻZR, na wdrożenie tej usługi,
- godziny i terminy szkoleń dostosowane do potrzeb użytkowników,

³¹ 91% respondentów przyznało, że coaching miał pozytywny wpływ na ich rozwój. Badania przeprowadzone były na próbie 232 organizacji w 16 krajach: raport Global High-Performance Work Practices, w: M.W.Staniewski, „Architektura zasobów ludzkich – nie tylko na trudne czasy”, 2007, str.15

³² Wyjaśnienie rozszerzenia tej grupy użytkowników znajduje się w części 4. strategii, str. 11



- dostosowanie logistyki coachingu (miejsce, czas trwania, godziny spotkań itp.) do potrzeb rodziców aktywnych i nieaktywnych zawodowo,
- podział uczestników szkoleń na niewielkie grupy, prowadzenie szkoleń przez doświadczonych trenerów, ekspertów z danej dziedziny.

5. Jakie efekty może przenieść zastosowanie innowacji?

Innowacyjna usługa coachingowa wpisuje się w potrzeby rodziców oraz współczesnego rynku pracy. Stanowi kompleksowe i elastyczne rozwiązanie, które może być stosowane także w innych grupach borykających się z problemem GŹZR.

Innowacja przynosi wymierne korzyści zarówno dla odbiorców/użytkowników, jak i dla małopolskiego rynku pracy.

Prognozowane efekty innowacji:

- umożliwi powszechne zastosowanie najnowszych i najskuteczniejszych metod pracy z ludźmi, których celem jest aktywizacja klientów i stymulowanie ich proaktywnych postaw,
- dopasuje usługi doradców zawodowych i specjalistów działów personalnych oraz instytucji, z którymi współpracują, do szczególnej sytuacji rodziców oraz wymagań rynku pracy,
- umożliwi nabycie i doskonalenie umiejętności indywidualnej pracy z klientem w oparciu o sprawdzone i skuteczne narzędzia coachingowe oraz innowacyjne narzędzia wspierające GŹZR,
- doświadczonym coachom umożliwi wzbogacenie warsztatu o nowatorskie narzędzia diagnostyczne ściśle związane z problematyką równowagi praca–rodzina,
- wspiera małopolski rynek pracy i pracodawców, pokazuje i promuje dobre praktyki z zakresu elastycznych form zatrudnienia,
- stymuluje aktywność zawodową rodziców bez szkody dla ich rodzin,
- zwraca uwagę na partnerstwo w rodzinie i świadome ojcostwo,
- proponuje alternatywne formy opieki nad dzieckiem,
- pobudza rodziców do działania, brania spraw we własne ręce,
- pobudza motywację i poczucie własnej wartości rodziców.

Efekty te wspomagają lokalną i krajową strategię wzrostu aktywności zawodowej społeczeństwa, równouprawnienia i elastyczności rynku pracy. Perspektywicznie rzecz ujmując, udogodnienia w łączeniu ról zawodowych i rodzinnych korzystnie wpłyną na warunki życiowe małopolskich rodzin, co przełoży się na poprawę sytuacji demograficznej regionu i kraju.

4. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

1. Dobór użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu

Ostatecznym odbiorcą proponowanego modelu są pracujący i niepracujący rodzice. Poprzez uczestnictwo w sesjach coachingowych identyfikowane będą bariery w GŹZR, które bezrobotnym rodzicom uniemożliwiają powrót do pracy, a pracującym ojcom i matkom blokują możliwości rozwoju zawodowego i osobistego, stanowiąc zarazem zagrożenie dla harmonii w pracy i w rodzinie.

Użytkownikami modelu będą doradcy zawodowi oraz pracownicy działów HR, którzy będą wspierać rodziców w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego. Zaangażowanie tych specjalistów umożliwi włączenie coachingu godzenia życia rodzinnego i zawodowego zarówno w praktykę funkcjonowania instytucji rynku pracy takich jak: powiatowe urzędy pracy, agencje zatrudnienia, agencje pośrednictwa pracy, organizacje pozarządowe, centra i kluby integracji społecznej jak i politykę zatrudnienia realizowaną przez pracodawców.

Pośrednio z funkcjonowania usługi coachingowej będą mogły także korzystać instytucje uczestniczące w procesie wspierania rodziny. W razie potrzeby, klienci coachingu GŹZR będą kierowani do OPS, PCPR, Poradni Rodzinnych. Z drugiej strony instytucje te będą poinformowane o uruchomieniu coachingu w regionie i one także będą mogły odsyłać swoich klientów do miejsc, gdzie jest on oferowany.

W ramach testowania powstaną Kluby Rodzica przy 4 instytucjach, które zadeklarowały chęć wdrożenia innowacji oraz kontynuacji realizacji Klubu po zakończeniu projektu. Kluby będą koordynowane przez animatorów, za których będzie odpowiadał lider projektu. Celem jest przetestowanie funkcjonowania Klubów w różnych instytucjach jak również sprawdzenie w praktyce umiejętności prowadzenia wsparcia grupowego (każdy uczestnik



szkolenia przeprowadzi min. 1 spotkanie, będą również odpowiedzialni za promowanie Klubu wśród swoich klientów). W ramach Klubu zostaną przeprowadzone grupy wsparcia oraz warsztaty i szkolenia (m.in. warsztaty dla taty, nie bójmy się przedszkola i żłobka, partnerskie relacje w rodzinie, spotkania tematyczne). Tworzenie Klubu Rodzica będzie szczególnie promowane wśród instytucji, które skupiają rodziców borykających się z problemami zawodowymi i psychologicznymi m.in. organizacje działające na rzecz rynku pracy, PUP (np. w ramach Klubu Pracy), Kluby Integracji Społecznej, poradnie psychologiczno-pedagogiczne.

Procesem testowania zostanie objęta grupa 60 użytkowników (39 doradców zawodowych oraz 21 przedstawicieli działów HR) oraz 159 odbiorców (rodziców). Zmianie ulega proporcja liczebna między grupami użytkowników: początkowo zakładano 15 przedstawicieli Human Resources i 45 doradców, jednak w toku prac nad produktem okazało się, że wskazane jest stworzenie wspólnej grupy szkoleniowej dla doradców zawodowych i przedstawicieli działów *human resources*. Dodatkowo w trakcie prowadzonych badań zidentyfikowano silne oczekiwanie pracodawców, aby usługa doradztwa w zakresie GZZR była dostępna także na rynku zewnętrznym – jest to szczególnie istotne w przypadku firm nieposiadających działów personalnych. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, partnerstwo postanowiło rozszerzyć grupę użytkowników o doradców zewnętrznych świadczących usługi z zakresu kształtowania polityki zatrudnienia³³. Konsekwencją tej decyzji jest konieczność zwiększenia liczby pracowników działów HR do 21, a zmniejszenie grupy doradców zawodowych do 39.

Grupy użytkowników zaangażowane są przez cały czas trwania procesu testowania: biorą udział w szkoleniach, następnie wdrażają coaching w praktyce, a dodatkowo biorą udział w ewaluacji. Grupa odbiorców zostaje włączona w proces testowania w chwili rozpoczęcia coachingu; uczestniczy także w ewaluacji projektu. Ponadto udział użytkowników i odbiorców zostanie zapewniony poprzez cykliczne konsultacje realizatorów projektu z tzw. ciałem doradczym – powstała w pierwszej fazie realizacji projektu grupą składającą się z reprezentantów użytkowników i odbiorców.

Doradcy zawodowi

Określając liczebność grupy (39), brano pod uwagę przede wszystkim efektywność procesu testowania. W Małopolsce znajduje się 21 urzędów pracy, które zatrudniają doradców zawodowych. Z przeprowadzonej w pierwszej fazie projektu analizy wynika, że w większości pracuje co najmniej 2 doradców zawodowych. Część urzędów w ramach stanowiska pośrednika pracy także oferuje usługi doradztwa zawodowego. Dodatkowo należy wziąć pod uwagę inne instytucje rynku pracy zatrudniające doradców zawodowych: agencje zatrudnienia, organizacje pozarządowe itp. oraz doradców zawodowych prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą w zakresie poradnictwa zawodowego.

Na etapie tworzenia strategii podjęto konsultacje z 6 małopolskimi powiatowymi urzędami pracy, z czego wszystkie podpisały deklarację włączenia się w fazę testowania m.in. poprzez oddelegowanie doradców zawodowych i stworzenie w urzędzie warunków sprzyjających testowaniu coachingu ds. GZZR³⁴. Ponadto poparcie idei produktu innowacyjnego oraz zainteresowanie udziałem w projekcie wyrazili przedstawiciele Stowarzyszenia Doradców Zawodowych i Personalnych (70 członków), co zapewni udział doradców współpracujących z innymi instytucjami rynku pracy.

Reprezentanci działów HR

Odrębną podgrupę użytkowników stanowią będą pracownicy podmiotów gospodarczych odpowiedzialnych za kształtowanie polityki zatrudnienia. W wyniku prowadzonych konsultacji (badania na pierwszym etapie realizacji projektu, rozeznanie zainteresowania przeprowadzone przez partnera – Małopolski Związek Pracodawców) potwierdzono zainteresowanie przedsięwzięciem wśród przedstawicieli MŚP oraz firm dysponujących działami personalnymi. Zidentyfikowano także potrzebę objęcia szkoleniami konsultantów zewnętrznych świadczących usługi firmom w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi oraz specjalistów HR prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą. W dalszej części strategii opisane powyżej grupy określana są łącznie jako „przedstawiciele działów HR”.

Istotną z punktu widzenia testowania coachingu będzie wewnętrzna segmentacja przedsiębiorców ze względu na wielkość firmy. Zakłada się, że rozwiązanie będzie łatwiejsze do wdrożenia w dużych i średnich przedsiębiorstwach posiadających wyspecjalizowane działy zarządzania zasobami ludzkimi. Niemniej jednak jak pokazały przeprowadzone badania, zainteresowanie tematem wykazują także firmy małe i mikro. Z ich punktu widzenia

³³ Załącznik nr 2..., str. 34

³⁴ Umowę o współpracy podpisały powiatowe urzędy pracy z Krakowa, Chrzanowa, Myślenic, Oświęcimia, Wieliczki, Proszowic, Załącznik nr 4. stanowi przykładowa umowa



optymalnym rozwiązaniem jest korzystanie z coachingu na zasadzie zewnętrznej usługi. Dodatkowo mali przedsiębiorcy sami są zainteresowani podwyższaniem swoich umiejętności w zakresie nowoczesnego zarządzania zasobami ludzkimi, dlatego oni także będą zaproszeni do udziału w szkoleniach.

Proces testowania umożliwi zatem ocenę innowacyjnej metody pod kątem jej zastosowania w różnych pod względem wielkości przedsiębiorstw.

Grupa ta liczy 21 osób (w tym 6 zewnętrznych specjalistów HR). Proporcje ilościowe przyjęte dla doradców zawodowych i przedstawicieli tej podgrupy wynikają z następujących przesłanek:

- 1) zasadniczym celem innowacji ma być eliminowanie barier utrudniających rodzicom aktywność zawodową. Biorąc pod uwagę cele priorytetu VI POKL przyjęto, że coaching ma być w większym zakresie upowszechniany wśród doradców zawodowych
- 2) w świetle przeprowadzonych w I fazie badań istotną grupą, od której przedsiębiorcy oczekują takiego wsparcia, jest grupa doradców zawodowych i/lub konsultantów zewnętrznych, nie finansowanych przez firmę i od niej niezależnych. Według badanych działy HR są w stanie sprostać temu zadaniu wówczas, gdy są dostatecznie rozwinięte. Przedsiębiorcy z sektora MŚP zwracali z kolei uwagę na konieczność rozwijania odpowiednich kompetencji wśród właścicieli firm i/lub osób³⁵.

Proces rekrutacji użytkowników:

Etap I. Ocena kryteriów podstawowych, dokonywana w skali punktowej 0–1 i uprawniająca do przystąpienia do kolejnego etapu rekrutacji:

- a. miejsce zamieszkania – Małopolska lub/oraz miejsce pracy - Małopolska,
- b. zatrudnienie na stanowisku doradcy zawodowego w instytucji rynku pracy lub na stanowisku, do którego przypisane są też obowiązki doradztwa zawodowego lub prowadzenie jednoosobowej działalności gospodarczej w zakresie poradnictwa zawodowego,
- c. zatrudnienie w dziale HR lub na stanowisku, do którego przypisane są obowiązki związane z kształtowaniem polityki zatrudnienia także wobec podmiotów zewnętrznych lub prowadzenie jednoosobowej działalności gospodarczej w tym zakresie,
- d. wykształcenie wyższe,
- e. co najmniej roczne doświadczenie w indywidualnej pracy z klientem i/lub studia kierunkowe.

Etap II. Ocena kryteriów merytorycznych dokonywana w skali punktowej 1–5 na podstawie rozmowy kwalifikacyjnej:

- a. motywacja do udziału w testowaniu,
- b. dostęp do grupy odbiorców projektu oraz rozumienie problemu godzenia życia zawodowego i rodzinnego,
- c. możliwości wdrożenia innowacji w swojej instytucji.

Proces pozyskiwania grup docelowych został uruchomiony na etapie tworzenia produktu i strategii. Odbyły się 4 konsultacje produktu innowacyjnego z potencjalnymi użytkownikami i odbiorcami projektu. Dodatkowo do współpracy przy projekcie w fazie testowania pozyskano 20 instytucji rynku pracy i firm, które przedstawiły deklarację wdrożenia usługi coachingowej w swoich instytucjach.

Grupa odbiorców – rodzice

Grupa odbiorców zostanie bezpośrednio zaangażowana do drugiego etapu fazy testowania, w której nastąpi wdrożenie usług coachingowych oraz testowanie Klubu Rodzica. Za pozyskanie rodziców z problemami w GZZR odpowiedzialni będą sami uczestnicy szkoleń – doradcy zawodowi pozyskają 3 bezrobotnych rodziców, a reprezentanci firm – 2 pracujących rodziców. Testowanie procesów coachingowych odbędzie się w warunkach odpowiadających realiom, w jakich będą pracować przyszli specjaliści stosujący coaching GZZR, i obejmie grupę 159 rodziców (39 doradców x 3 rodziców, 21 HR x 2 rodziców). Dodatkowo do testowania Klubu Rodzica zostanie zaangażowanych 40 rodziców, przy czym zakłada się, że przynajmniej 20 będzie jednocześnie brało udział w coachingu.

Kluczowa w procesie testowania jest segmentacja grupy rodziców korzystających ze wsparcia w ramach projektu. Zapewniony zostanie podział na rodziców niepracujących (~~112~~102 osób) oraz pracujących (57 osoby) – osoby korzystające z coachingu. Ważnym kryterium będzie także płeć – w przypadku rodziców niepracujących przewiduje

³⁵ Załącznik nr 2 – raport z badań modułu II przeprowadzonych przez Studio Badań Marketingowych Profile *Problem godzenia życia zawodowego i rodzinnego w opinii rodziców, pracodawców i specjalistów rynku pracy*, Kraków 2011, str. 30, 32



się, że zdecydowaną większość będą stanowiły kobiety (95%). Z kolei w przypadku rodziców pracujących zapewniony zostanie udział co najmniej 5 mężczyzn w procesie coachingowym oraz 10 ojców weźmie udział w spotkaniach Klubu Rodziców. Zasięg projektu obejmuje całe województwo, stąd przewiduje się udział zarówno rodziców zamieszkujących tereny wiejskie jak i miejskie. Na tym etapie nie jest możliwe określenie liczebności obu grup, ale istotny z punktu widzenia wyników testowania będzie zapewnienie udziału obu grup.

Powyższa segmentacji umożliwi ocenę stosowania usługi w zależności od płci, statusu na rynku pracy oraz miejsca zamieszkania. Wnioski z tej analizy umożliwią dostosowanie rozwiązania do specyfiki każdej z grup oraz dokładne zbadanie rezultatów, jakie przynosi to rozwiązanie.

Zasady rekrutacji odbiorców coachingu:

- a) za rekrutację rodziców do coachingu będą odpowiedzialni doradcy zawodowi (każdy rekrutuje co najmniej 3 niepracujących – nieaktywnych zawodowo lub bezrobotnych rodziców lub rodziców przebywających na urloпах macierzyńskich lub wychowawczych) oraz przedstawiciele działów personalnych (każdy rekrutuje co najmniej 2 rodziców pracujących w instytucji z którą współpracuje)
- b) Obowiązek rekrutacji będzie wpisany do umowy zawieranej z każdym uczestnikiem szkolenia, dodatkowo dostępność do grupy odbiorców będzie badana na etapie rekrutacji na szkolenia. Wymagana będzie także zgoda na wdrożenie innowacji ze strony instytucji, z którą współpracuje uczestnik szkolenia.
- c) W przypadku rekrutacji rodziców niepracujących przewidziane jest wsparcie projektodawcy, który prowadził będzie także otwartą rekrutację skierowaną do niepracujących rodziców zainteresowanych udziałem w coachingu. Zgłaszające się osoby będą kierowane do uczestników szkolenia
- d) Dla każdego uczestnika szkoleń przygotowane zostaną wytyczne rekrutacyjne, które zawierać będą informację na temat kryteriów, jakie muszą spełnić rodzice, dokumentację, którą muszą wypełnić a także praktyczne wskazówki dotyczące sposobu pozyskania i przekonania rodzica do wzięcia udziału w coachingu.

Taki sposób rekrutacji na sesje coachingowe zapewni testowanie produktu w warunkach najbardziej zbliżonych do rzeczywistych, kiedy to często rolą doradcy zawodowego i/lub specjalisty działu HR będzie przekonanie rodzica do skorzystania z usługi.

Zasady rekrutacji do Klubu Rodzica:

- a) Za rekrutację do Klubów Rodzica odpowiedzialni będą animatorzy Klubu Rodzica, za których pracę odpowiada lider projektu, łączenie do Klubu Rodzica zostanie rekrutowanych min. 40 rodziców, w tym min. 10 mężczyzn
- b) Łączne kryteria dostępu dla odbiorców Klubu Rodziców są następujące: mieszkaniec Małopolski, lub osoba ucząca się/pracująca w Małopolsce, osoba niepracująca lub pracująca zawodowo, rodzic deklarujący trudności w GZZR
- c) Pierwszeństwo udziału w Klubie Rodzica będą mieli klienci instytucji, przy której Klub Rodzica powstanie. W razie wolnych miejsc będzie prowadzona otwarta rekrutacja, w której decydować będzie kolejność zgłoszeń
- d) Obowiązek promowania Klubów Rodzica wśród swoich klientów będzie wpisany do umowy zawieranej z każdym uczestnikiem szkolenia, dodatkowo lider projektu wesprze promocję poprzez: upowszechnienie informacji wśród min. 1000 rodziców z małopolski (baza lidera), podjęcie współpracy z instytucjami, które mają kontakt z rodzicami pracującymi i niepracującymi zawodowo (m.in. Szkoły dla rodziców, placówki oświatowe – przedszkola i szkoły, instytucje rynku pracy, PCPR, MOPS, placówki służby zdrowia)

2. Opis przebiegu testowania

Testowanie zostanie podzielone na dwa zasadnicze etapy: przygotowanie użytkowników w ramach 152-godzinnych szkoleń oraz przeprowadzenie testowych procesów coachingowych.

Etap I. Szkolenie w zakresie coachingu ds. godzenia życia rodzinnego i zawodowego

Coaching godzenia życia zawodowego i rodzinnego jest innowacyjną kompetencją opartą o autorski program szkoleniowy, dlatego wymaga odpowiedniego treningu przygotowawczego. Program szkoleniowy jest podzielony na 3 obszary tematyczne (obejmujące 4 moduły ujęte we wniosku o dofinansowanie) – w sumie 152 godziny szkolenia.

- 1) Promocja szkoleń będzie prowadzona bezpośrednio w instytucjach rynku pracy oraz w firmach. Odbędą się także 2 spotkania informacyjne dla zainteresowanych.



- 2) Rekrutacja: ocena dwustopniowa – kryteria formalne i merytoryczne (oceniane w trakcie rozmowy diagnostycznej przeprowadzonej przez członków Rady Programowej). W wyniku rekrutacji powstaną następujące grupy uczestników szkoleń:
 - a. 2 grupy (każda po 15 osób) doradców zawodowych lub osób zatrudnionych na stanowiskach pracy, do których przypisane są obowiązki związane z doradztwem zawodowym. Stworzenie grup jednolitych zawodowo zapewni koncentrację na jednej grupie odbiorców (w tym przypadku – na bezrobotnych rodzicach) i uzyskanie informacji zwrotnej umożliwiającej dopasowanie produktu innowacyjnego do potrzeb instytucji rynku pracy,
 - b. 1 grupa przedstawicieli działów HR – 15 osób,
 - c. grupa mieszana doradców zawodowych i przedstawicieli działów HR (15 osób) – różnorodność umożliwi wymianę doświadczeń pomiędzy przedstawicielami obu podgrup użytkowników. W ten sposób sprawdzone zostaną możliwości prowadzenia szkolenia w różnorodnych grupach.
- 3) Szkolenia zostaną przeprowadzone w trakcie 9 zjazdów szkoleniowych, odrębnie dla 4 wymienionych wyżej grup. Zjazdy będą się odbywać w trybie weekendowym (piątek–sobota), co z jednej strony nie obciąża zbytnio pracodawcy, a z drugiej umożliwia zaangażowanie instytucji w projekt i nie wymaga od użytkownika poświęcania całego weekendu na szkolenie.

W organizacji szkoleń następuje jedna zmiana, która jest wynikiem analizy oczekiwań użytkowników. Wszystkie zjazdy szkoleniowe będą się odbywać w Krakowie – rezygnuje się z opcji jednego szkolenia wyjazdowego na rzecz pokrycia kosztów przejazdu uczestników szkoleń.

Etap II. Realizacja usługi coachingowej

- 1) Po zakończeniu szkoleń użytkownicy wracają do swoich miejsc zatrudnienia. Identyfikacja potencjalnych klientów powinna nastąpić jeszcze w trakcie trwania szkoleń, co umożliwi wstępną ocenę zaproponowanych kandydatur. Od tego momentu użytkownicy mają 3 miesiące na przeprowadzenie coachingu. W trakcie pracy sa zobligowani do skorzystania dwukrotnie z konsultacji z wybranym ekspertem z zespołu trenerów. Mają również możliwość dodatkowego doradztwa (w miarę pojawienia się potrzeb), gdyż na każdą osobę przewidziano w projekcie 4 godziny konsultacji. Przeprowadzane są także obowiązkowe spotkania ewaluacyjne przed rozpoczęciem coachingu i po jego zakończeniu połączonych z wypełnieniem ankiety ewaluacyjnej. Dodatkowo raz w miesiącu będzie organizowana otwarta pracownia coachingowa służąca wymianie doświadczeń i wzajemnemu wsparciu. Użytkownicy sa zobligowani do przygotowania raportów z przebiegu coachingu godzenia życia zawodowego i rodzinnego, podlegających następnie procesowi ewaluacji.
- 2) Testowanie Klubu Rodzica – elementem uzupełniającym i wspierającym innowację będzie organizacja 4 Klubów Rodzica. Użytkownicy zostaną włączeni w funkcjonowanie Klubów na dwóch poziomach – jako obserwatorzy oraz jako prowadzący. Klub ma duże znaczenie w przypadku rodziców niepracujących, dla których rozwój umiejętności społecznych jest szczególnie istotny. Uczestnicy szkoleń będą także odpowiedzialni za zapewnienie odpowiednich warunków do prowadzenia coachingu w swoich instytucjach. W kontekście innowacji jest to standard wpisujący się w koncepcję Klubu Rodzica.

Faza testowania zakłada udział użytkowników w całym procesie oraz udział odbiorców w drugim etapie. Niezależnie od bezpośredniego uczestnictwa w działaniach testujących, zasada *empowerment* będzie uzupełniona o równoległą współpracę z ciałem doradczym, w skład którego wchodzi przedstawiciele użytkowników i odbiorców, wywodzący się z grupy beneficjentów projektu.

3. Opis materiałów przekazanych uczestnikom

Użytkownicy otrzymają podręcznik coachingu godzenia życia zawodowego i rodzinnego stanowiący główny produkt innowacyjny (w wersji wstępnej). Materiał będzie przekazywany stopniowo, bezpośrednio po każdym temacie szkoleniowym. Szczególne znaczenie będą miały narzędzia *Bilans–Balans* oraz formularz IPG wraz z instrukcją zastosowania. Dodatkowo opracowany zostanie spis literatury pomocniczej wspomagającej poszczególne etapy procesu coachingowego.

4. Monitoring procesu testowania

Celem monitoringu oddziaływania projektu jest ocena wzrostu umiejętności użytkowników w zakresie coachingu GZZR oraz wpływu szkolenia na ich satysfakcję i motywację. Monitoring zostanie zrealizowany za pomocą ankiety wypełnianej przez użytkowników po egzaminie z każdego modułu szkolenia (ankieta *ex post*). Przed przystąpieniem do szkolenia uczestnicy wypełnią też ankietę wstępną (ankieta *a priori*) w celu uzyskania materiału porównawczego. Treści tych ankiet zostaną poddane analizie jakościowej i ilościowej po zakończeniu każdego modułu we wszystkich



grupach. Zebrany w ten sposób materiał zostanie też skonfrontowany z materiałem zgromadzonym w czasie ewaluacji końcowej.

Równocześnie ocenie poddana zostanie realizacja Klubu Rodzica – jego uczestnicy po odbyciu 5 spotkań wypełnią indywidualną ankietę.

Poziom	Wskaźnik	Obiekt badania	Cel/Kryterium	Metoda/ Źródło	Czas badania
MONITORING	<ul style="list-style-type: none"> poczucie rozwoju umiejętności osobistych związanych z coachingiem GZZR motywacja do nabycia nowych umiejętności i wdrożenia ich w swojej praktyce zawodowej zadowolenie ze szkolenia i udziału w projekcie ocena szkolenia i podręcznika 	użytkownicy (grupa A–D)	50% użytkowników wysoko oceni wskaźniki	ankieta indywidualna	po odbytych egzaminie z każdego modułu szkolenia
	<ul style="list-style-type: none"> postawa świadomego ojcostwa 	uczestnicy Klubu Rodzica	90% uczestników potwierdzi wzrost konkretnej wiedzy i motywacji do współpracy z dzieckiem	ankieta indywidualna	po odbytych cyklu zajęć w Klubie Rodzica
	<ul style="list-style-type: none"> wiedza o alternatywnych formach opieki nad dzieckiem 	BO, uczestnicy Klubu Rodzica	90% uczestników potwierdzi wzrost wiedzy w tym zakresie	ankieta indywidualna	po odbytych cyklu zajęć w KR (5 spotkań)
	<ul style="list-style-type: none"> wzrost relacji partnerskich wśród uczestników/czek Klubu Rodzica 	BO – rodzice objęci usługą KR	90% uczestników KR wypracuje sposoby wdrażania relacji partnerskich	ankieta indywidualna	po odbytych cyklu zajęć w KR (5 spotkań)
	<ul style="list-style-type: none"> satysfakcja z udziału w zajęciach Klubu Rodzica ocena zajęć Klubu Rodzica 	BO – rodzice objęci usługą KR	50% uczestników wysoko oceni wskaźniki	ankieta indywidualna	po odbytych cyklu zajęć w KR (5 spotkań)

Monitorowaniu podlegać będą także procesy coachingowe – celem obserwacji będzie zbieranie danych na temat rozpoczętych coachingów oraz stopnia ich realizacji, a efekty procesów coachinowych będą poddawane ewaluacji. Za prowadzenie monitoringu odpowiedzialni będą specjaliści ds. rekrutacji i monitorowania. Narzędzia monitoringowe oraz nadzór nad procesem będzie prowadzić specjalista ds. ewaluacji. Decyzje o konieczności wprowadzania korekt w procesie testowania – wynikające z informacji zwrotnej pozyskanej w trakcie monitoringu – będą wdrażane przez koordynatora projektu lub przez Grupę Sterującą w zależności od skali zmiany. Zmiany będą konsultowane z Radą Programową oraz ciałem doradczym. W trakcie testowania użytkownicy korzystać będą z indywidualnego doradztwa oraz otwartej pracowni.

5. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA

Oddziaływanie produktu innowacyjnego wypracowanego w pierwszej fazie projektu będzie sprawdzane w drugiej fazie poprzez monitoring i ewaluację.

Poniższa macierz przedstawia grupę użytkowników podzieloną na podgrupy (nazwane kolejnymi literami alfabetu). Grupy A–D to użytkownicy, którzy po kwalifikacji kończącej proces rekrutacji przejdą pełne szkolenie i będą mieć całościowy kontakt z produktem innowacyjnym projektu. Grupa E stanowi dodatkową grupę fakultatywną. Jeśli podczas rekrutacji okaże się, że będzie duży popyt na udział w szkoleniu, wówczas spośród osób, które nie wejdą do grup A–D, zostanie utworzona grupa E, na której będzie przetestowana alternatywna forma kontaktu z innowacyjnym produktem (kontakt jedynie z podręcznikiem szkolenia). Udział grupy E w badaniu ewaluacyjnym pozwoli sprawdzić dwie kwestie. Po pierwsze, w trzeciej fazie projektu zaplanowano wysyłkę materiałów szkoleniowych do dużej grupy potencjalnych użytkowników jako główny sposób upowszechniania produktu, dlatego ważne jest sprawdzenie, na ile ten sposób upowszechniania jest efektywny – na ile produkt przyjmuje się w środowisku i zostaje wdrożony w praktykę. Po drugie, uczestnicy grup A–D przejdą szkolenie, a grupa E – tylko kontakt z podręcznikiem, dlatego jej obecność w testowaniu wykaże, czy szkolenie znacząco wpływa na wdrożenie i upowszechnienie produktu.

Każda podgrupa użytkowników liczyć będzie 15 osób (w sumie 75).



Stopień intensywności oddziaływania projektu	Typ użytkownika			
	pracownicy HR	doradcy zawodowi	doradcy zawodowi	pracownicy HR i doradcy zawodowi
SILNE ODDZIAŁYWANIE użytkownik przechodzi pełne szkolenie, ma kontakt z podręcznikiem, testuje nabyte umiejętności na 2 lub 3 przypadkach z własnej praktyki	A	B	C	D
SŁABE ODDZIAŁYWANIE użytkownik ma kontakt z podręcznikiem, testuje nabyte umiejętności w sposób dowolny we własnej praktyce				E

Taki podział grup podlegających ewaluacji opiera się na następujących przesłankach i założeniach:

1. **Przewaga doradców zawodowych** – z badań w pierwszej fazie projektu wynika, że zgodnie z oczekiwaniami na rynku pracy innowacyjne wsparcie procesów GZZR powinno pochodzić przede wszystkim od doradców zawodowych, dlatego też w grupie użytkowników przewidziano dwie grupy doradców zawodowych, które poddane zostaną silnemu oddziaływaniu produktu.
2. **Grupa mieszana** – jej obecność w obszarze silnego oddziaływania produktu umożliwi kontrolowanie wpływu zmiennej, jaką jest jednorodność doświadczeń zawodowych użytkowników. Jest to grupa o charakterze kontrolnym, która ma za zadanie stwierdzić, czy różnicowanie oddziaływania na przyszłych użytkowników pod względem ich zawodów jest celowe we wdrażaniu produktu.
3. **Grupa obszaru słabego oddziaływania** – jest to opcjonalna grupa użytkowników, również o charakterze kontrolnym, której założenie pozwoli stwierdzić, jaka jest siła oddziaływania produktu projektowego w jego mniej intensywnej wersji oraz jaki wpływ na wdrożenie projektu ma udział w całym procesie szkoleniowym.

Ewaluacja wpływu produktu projektowego opiera się na następujących pytaniach badawczych:

- 1) Jaki jest wpływ produktu na użytkowników oraz ich praktykę zawodową?
- 2) Jaki jest wpływ produktu na ostatecznych beneficjentów (rodziców)?
- 3) Jakie znaczenie dla wdrożenia i upowszechnienia produktu ma różnicowanie oddziaływania ze względu na zawód użytkowników?
- 4) Jakie znaczenie dla wdrożenia i upowszechnienia produktu ma jego prezentacja w wersji słabej, niezwiązanej z procesem szkoleniowym i nadzorowanym procesem coachingowym?

Ewaluacja przebiegać będzie w następujący sposób:

- a) Po zakończonym szkoleniu użytkownicy podgrup A–D odbywają raz w miesiącu spotkania konsultacyjno-badawcze (2 w każdej grupie A–D), na których spotykają się z jednym z trenerów prowadzącym szkolenie, by skonsultować z nim, a także z kolegami z grupy, swoją praktykę oraz – w drugiej części – ocenić w formie dyskusji swoje działania oraz wpływ na nie produktu. Rolą spotkań będzie także podtrzymanie kontaktu. W części badawczej spotkania przybiorą formę zogniskowanych wywiadów grupowych (fgi) i dostarczą materiału do ewaluacji działań projektowych.
- b) Użytkownicy podgrupy E, jeżeli taka powstanie, biorą udział w dwóch zogniskowanych wywiadach grupowych (idi) – 2 i 4 miesiące po udostępnieniu im podręcznika.
- c) Po zakończeniu udziału w projekcie grupa użytkowników zostanie wtórnie podzielona na AKTYWNYCH (osoby, które w udokumentowany sposób wdrożyły coaching w praktyce) i BIERNYCH (osoby, które ukończyły szkolenie lub zapoznały się z podręcznikiem, ale nie wdrożyły coachingu w praktyce lub zrobiły to w sposób nieudokumentowany).
- d) Reprezentacja grupy aktywnych i biernych zostanie poddana badaniu w indywidualnym wywiadzie pogłębionym (idi), który zdiagnozuje sukces lub porażkę użytkownika.
- e) 80% klientów grupy aktywnych (rodzice) wypełni ankietę i oceni usługę coachingową, której byli odbiorcą.

Ewaluacja pozwoli na ocenę, jaki sposób włączania i upowszechniania wypracowanego produktu jest najbardziej efektywny (tzn. przynosi najlepsze rezultaty przy najmniejszym wkładzie).



Wskaźniki, na których bazować będzie ewaluacja, kryterium sukcesu projektu oraz respondent, metoda i czas badania, są następujące:

Poziom	Wskaźnik	Obiekt badania	Cel/Kryterium sukcesu projektu	Metoda/ Źródło	Czas badania
EWALUACJA	<ul style="list-style-type: none"> nabycie kompetencji do pracy w zakresie coachingu ds. GZZR 	użytkownicy (grupa A–D)	90% użytkowników zda egzaminy kończące każdy moduł	wyniki egzaminów	po każdym module szkolenia
	<ul style="list-style-type: none"> wzrost umiejętności planowania i realizacji skutecznej pomocy niepracującym rodzicom 	użytkownicy (grupa A–D)	dla 60% niepracujących rodziców objętych coachingiem użytkownicy opracują IPG	dokumentacja użytkowników	po zakończeniu szkolenia
	<ul style="list-style-type: none"> wzrost umiejętności diagnozowania i opracowywania rozwiązań wspomagających pracujących rodziców 	użytkownicy (grupa A–D)	dla 60% pracujących rodziców objętych coachingiem opracowany zostanie IPG, z czego 50% pracujących rodziców objętych coachingiem przetestuje indywidualnie dopasowaną EFZ	dokumentacja użytkowników	po zakończeniu szkolenia
	<ul style="list-style-type: none"> umiejętność pomocy rodzicom w rozwiązywaniu problemu GZZR motywacja do pracy z wykorzystaniem nowej metody satysfakcja z używania nowej metody ocena szkolenia i podręcznika 	użytkownicy (grupa A–E)	50% uczestników wykaże wysoką ocenę	fgi (spotkania konsultacyjno-badawcze)	2 i 4 miesiące po zakończeniu szkolenia / po udostępnieniu podręcznika
	<ul style="list-style-type: none"> poziom umiejętności pomocy rodzicom w rozwiązywaniu problemu GZZR ocena szkolenia i podręcznika 	użytkownicy (grupa AKTYWNI–BIERNI)	50% uczestników wykaże wysoką ocenę	idi	po zakończeniu udziału użytkownik w w projekcie
	<ul style="list-style-type: none"> ocena pracy coachingowej i udzielonej pomocy motywacja rodzica do pracy zawodowej poczucie wsparcia w rozwiązywaniu problemów GZZR wzrost umiejętności GZZR u rodzica 	BO – rodzice objęci usługą	80% niepracujących rodziców, dla których opracowany zostanie IPG, potwierdzi wzrost aktywności zawodowej; 80% pracujących rodziców, dla których zostanie opracowany IPG potwierdzi wzrost zadowolenia z pracy; 70% uczestników, dla których opracowany zostanie IPG, wykaże wysoką ocenę	ankieta indywidualna	po objęciu usługą rodzica (BO) – <i>a priori</i> po zakończeniu udziału użytkownik w w projekcie – <i>ex post</i>

W wyniku prowadzonych badań oraz analiz ekspertów coachingu włączonych w pracę nad innowacyjnym produktem, partnerstwo decyduje się na obniżenie poziomu wskaźnika dotyczącego opracowania Indywidualnego Planu Godzenia. Praktyka partnera włoskiego, a także doświadczenia polskich coachów wskazują, że dla osób, które rozpoczynają pracę z narzędziami coachingowymi, założony wskaźnik 80% może się okazać niemożliwy do osiągnięcia. 60% daje w sumie 95 ukończonych procesów coachingowych, co stanowi wystarczającą próbę testową.

Sukces projektu należy rozumieć jako pozytywną opinię wydaną przez co najmniej 50 rodziców specjalistom stosującym coaching GZZR uczestniczącym w fazie testowania oraz osiągnięcie wszystkich wskaźników wykazanych w powyższej tabeli. Zakłada ona, że przynajmniej 61 uczestników coachingu potwierdzi wzrost umiejętności w godzeniu życia zawodowego i rodzinnego. Proces ewaluacji przewiduje więcej wskaźników niż zostało to określone we wniosku o dofinansowanie – w ten sposób produkt zostanie poddany bardziej kompleksowej i miarodajnej analizie. Osiągnięcie wskaźników, a także uwzględnienie w ostatecznej wersji produktu wszystkich wniosków i rekomendacji uzyskanych w procesie testowania będzie dowodem potwierdzającym fakt, że produkt finalny jest przygotowany do użytkowania i wdrożenia na szerszą skalę.



Ewaluacja zewnętrzna oprze się na tym samym zestawie wskaźników badawczych, jednak obejmie podgrupę użytkowników o najlepszych i najgorszych efektach oddziaływania projektu – dzięki temu pozwoli na udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy wypracowany produkt jest lepszy i bardziej skuteczny od produktów stosowanych dotychczas. Ewaluator zewnętrzny zostanie wyłoniony na drodze konkursu z zachowaniem zasady konkurencyjności (preferowane kompetencje to doświadczenie w przeprowadzaniu ewaluacji i dobra znajomość rynku pracy; jednym z czynników branych pod uwagę przy wyborze będzie także zaproponowana cena).

6. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

Podstawowym celem działań upowszechniających jest popularyzacja informacji o produkcie i jego składowych: program szkoleniowy, narzędzie diagnostyczne *Bilans–Balans*, Indywidualny Plan Godzenia, pakiet szkoleniowy.

Rozpowszechnianie wiedzy na temat coachingu ds. GZZR doprowadzi do wzrostu świadomości doradców zawodowych oraz pracowników działów HR na temat barier, z którymi stykają się rodzice (pracujący i poszukujący zatrudnienia), a co za tym idzie – do wzrostu skuteczności działań wspierających tę grupę odbiorców.

Działania upowszechniające podejmowane są podczas realizacji całego projektu, a ich intensyfikacja nastąpi po pozytywnej walidacji produktu.

W fazie testowania produktu upowszechnianie dotyczyć będzie przede wszystkim podręcznika coachingu GZZR oraz Klubu Rodzica.

Grupy, do jakich skierowane będą działania, wraz z uzasadnieniem	Plan działań i ich charakterystyka
<p>Pracownicy działów HR, którzy mają bezpośredni kontakt z pracownikami-rodzicami i muszą na bieżąco rozwiązywać problemy i przełamywać bariery, z którymi stykają się pracujący rodzice w związku z aktywnością zawodową i rodzinną. Do grupy tej zaliczają się także konsultanci świadczący dla firm usługi doradztwa w zakresie polityki zatrudnienia.</p> <p>Doradcy zawodowi – uczestnicy projektu, którzy odbędą szkolenia i poznają nowe metody pracy z osobami poszukującymi zatrudnienia. Dzięki zdobytym w trakcie szkoleń umiejętnościom będą w stanie skuteczniej wspierać rodziców powracających na rynek pracy.</p>	<p>Faza testowania produktu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – promocja szkoleń poprzedzająca rekrutację spowoduje, że informacja o coachingu GZZR trafi do co najmniej 100 użytkowników włączonych bezpośrednio w proces rekrutacji, – 21 przedstawicieli działów HR oraz 39 doradców zawodowych weźmie udział w szkoleniach, w ramach których zdobędą wiedzę na temat metody coachingu ds. GZZR i będą mogli zastosować ją w praktyce, – poszczególne części produktu innowacyjnego będą zamieszczone na stronie internetowej projektu, której bezpośrednimi adresatami są doradcy zawodowi oraz przedstawiciele działów HR. <p>Faza upowszechniania:</p> <ul style="list-style-type: none"> – na stronie www zamieszczony zostanie ostateczny produkt innowacyjny, a informacje o nim zostaną przesłane do 4 tysięcy instytucji, – informacje o coachingu ds. GZZR zostaną zamieszczone na portalach branżowych www.bezrobocie.org.pl i hrstandard.pl, a także rozpowszechnione zostaną za pośrednictwem patronów medialnych: magazyn Docelul.pl, Gazeta Wyborcza, – specjalista ds. upowszechniania będzie uczestniczył w branżowych konferencjach i spotkaniach skierowanych do doradców zawodowych i/lub HR, na których zaprezentuje produkt, – kontynuacja współpracy ze Stowarzyszeniem Doradców Zawodowych i Personalnych, Stowarzyszeniem Doradców Szkolnych i Zawodowych RP.
<p>Pracodawcy – osoby odpowiedzialne za kształtowanie polityki kadrowej w firmach. Często nie mają wiedzy o możliwości zastosowania rozwiązań, które przyczynią się do efektywnego wykorzystania pracy rodzica (potwierdzają to badania). Często skarżą się na problemy organizacyjne, absencję itp., a jednocześnie potwierdzają nieznaną lub niedostateczną wiedzę w zakresie EFZ czy organizacji czasu pracy.</p> <p>Instytucje rynku pracy – odpowiedzialne za politykę rynku pracy w tym wzrost zatrudnienia i spadek bezrobocia, zatrudniające doradców zawodowych i/lub pracowników odpowiedzialnych za wspieranie klientów w rozwoju zawodowym.</p>	<p>Faza testowania produktu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – uczestnicy szkoleń objęci procesem testowania (60 osób) upowszechnić będą wiedzę na temat metod coachingowych w swoim miejscu pracy (dzielenie się wiedzą z innymi pracownikami urzędów pracy, firm, etc.) – min. 60 miejsc, – poprzedzająca rekrutację promocja szkoleń spowoduje, że informacja o coachingu godzenia życia zawodowego i rodzinnego trafi do co najmniej 1000 instytucji rynku pracy – e-mail, poczta tradycyjna (ulotki o projekcie), spotkania informacyjno-promocyjne. <p>Faza upowszechniania:</p> <ul style="list-style-type: none"> – działalność specjalisty ds. upowszechniania: m.in. udział w seminariach, konferencjach branżowych i tematycznych, w trakcie których prezentowany będzie produkt finalny projektu (podręcznik), upowszechniana będzie wiedza na temat EFZ oraz o możliwości wprowadzenia w firmach rozwiązań, które pozwolą na zatrudnianie rodziców i wzrost efektywności ich pracy, – konferencja finalizująca konkurs GZZR – przedstawiciele 100 firm. Na konferencji zaprezentowany zostanie podręcznik, koncepcja pracy coacha, korzyści płynące ze wspierania rodziców w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego. Poruszane będą także różne aspekty związane ze specyfiką problemu. - organizacja konkursu na dobre praktyki w zakresie godzenia życia rodzinnego i zawodowego. Firmy będą mogły brać udział w konkursie w kategorii „Pracodawca wspierający równowagę praca-rodzina”. Konkurs zostanie objęty



	<p>patronatem PKP Lewiatan, stąd prestiżowe wyróżnienie będzie zachęcać pracodawców do stosowania dobrych praktyk GZZR na co dzień</p> <ul style="list-style-type: none"> - zamieszczenie na stronach branżowych skierowanych do firm, oraz na stronach internetowych związków pracodawców, izb przemysłowo handlowych, odsyłać do strony projektu, gdzie zamieszczony zostanie produkt a także interaktywne narzędzie do diagnozy
<p>Ogól społeczeństwa, w szczególności rodzice, którzy staną się głównymi odbiorcami usługi – zmiana świadomości na temat dostępności rozwiązań umożliwiających GZZR.</p>	<p>Faza testowania:</p> <ul style="list-style-type: none"> – promocja poprzedzająca rekrutację uczestników Klubu Rodzica obejmie co najmniej 1000 rodziców z Małopolski (baza danych partnerów), – włączenie rodziców do wspólnego poszukiwania rozwiązań sprzyjających GZZR poprzez wykorzystanie narzędzia <i>crowdsourcing</i> (na stronie internetowej projektu: www.plineu.org/rownowaga), służącego angażowaniu szerokiego grona odbiorców w dyskusję na temat bieżącego problemu. Zakłada się, że co najmniej 50 rodziców weźmie udział w poszukiwaniu rozwiązań, z czego co najmniej 5 zostanie społecznymi konsultantami. – działalność specjalisty ds. PR: działania informacyjne, publikacje prasowe dotyczące zasad i metod GZZR; wykorzystanie patronatów medialnych, w tym narzędzia briefingu prasowego do szerzenia informacji o produkcie i rozpoczęcia medialnej dyskusji nad problemem GZZR, – projekt zostanie włączony w akcję „Kraków stawia na rodzinę”. Wstępna deklaracja współpracy złożona została przez pełnomocnika Prezydenta Miasta Krakowa ds. rodziny i polityki społecznej w trakcie spotkania, które odbyło się w dniu 18 stycznia 2012 r. <p>Faza upowszechniania:</p> <ul style="list-style-type: none"> – działalność specjalisty ds. upowszechniania: audycje radiowe, notki prasowe, wywiady upowszechniające informacje o innowacyjnym produkcie i doświadczeniach fazy testowania. Specjalista wykorzystuje bazy danych i sieć współpracy z dziennikarzami i podmiotami medialnymi powstałe w fazie testowania produktu. – promocja konkursu GZZR, – podręcznik coachingu GZZR i narzędzia zostaną zamieszczone na stronie internetowej projektu. W trakcie działań promocyjnych szerokiemu gronu jej odbiorców będzie podawana informacja o produkcie i jego dostępności. - na stronie internetowej projektu zamieszczone zostanie interaktywne narzędzie do oceny potencjału i barier w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego. Narzędzie to będzie dedykowane głównie rodzicom, dlatego dostęp do niego zostanie zapewniony także za pośrednictwem stron internetowych instytucji rynku pracy (PUP, stowarzyszenia działające na rzecz rodziców, ROPS, OPS, centra edukacyjne, PCPR)

7. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

1. Cel działań włączających

Celem działań włączających jest wpisanie produktu finalnego w główny nurt polityki społecznej i rynku pracy, a co za tym idzie – szerokie zastosowanie w praktyce wypracowanego podręcznika i metody coachingowej w sferze GZZR. Cel ten zostanie osiągnięty poprzez wzrost wiedzy i szerokiego kręgu przedstawicieli grup użytkowników i decydentów na temat zasad i sposobów wdrażania do praktyki zatrudnieniowej i polityki kadrowej coachingu ds. GZZR oraz płynących z tego korzyści.

Szczególnie istotne jest upowszechnienie wiedzy, że pracownicy-rodzice napotykają na szereg barier, które utrudniają im powrót na rynek pracy po urlopach rodzicielskich. Świadomość, że konieczne jest podjęcie działań w tym zakresie, może przyczynić się do zwiększenia zatrudnienia osób, które mają dzieci. Jak się wydaje, uelastycznienie czasu pracy i wprowadzenie rozwiązań ułatwiających GZZR jest kluczowe przy rozwiązywaniu problemu niskiej aktywności zawodowej rodziców.

Idea działań włączających jest oparta o mainstreaming horyzontalny, który zmierza do praktycznego zastosowania innowacyjnego produktu na szerszą skalę. Innowacja nie wymaga zmian legislacyjnych, wiąże się ze wzrostem świadomości na temat wagi problemu GZZR oraz gotowością wdrożenia konkretnych rozwiązań. Stąd kluczowi odbiorcy działań włączających to przedstawiciele grup użytkowników, ich przełożeni (decydenci) oraz grupy mające wpływ na praktyczne zastosowanie produktu na szerszą skalę.

Procesem włączania zostaną objęte: narzędzia wykorzystywane w procesie coachingowym oraz podręcznik coachingu.

2. Grupy docelowe



Działania włączające skierowane będą do następujących grup odbiorców:

- 1) **Pracodawcy** (przedstawiciele różnych branż i sektorów, których pracownicy wezmą udział w szkoleniach coachingu ds. GZZR) – ponoszący pełną odpowiedzialność za swoje firmy i zobligowani do podejmowania trafnych z ekonomicznego punktu widzenia decyzji. Ważne, aby dotrzeć do tej grupy za pomocą profesjonalnej biznesowej informacji na temat: barier, które można pokonać, korzystając z innowacyjnego produktu; wymiaru ekonomicznego zastosowania tego produktu w firmie; konkretnych korzyści z wprowadzenia nowej metody. Istotne będzie również przekonanie pracodawcy, że zastosowanie nowej metody przez pracowników działu HR lub jego samego spowoduje wzrost konkurencyjności jego firmy na rynku.
- 2) **Pracownicy działów HR** – od ich nastawienia do pracowników i wiedzy na temat barier, z jakimi pracownicy się spotykają, w dużej mierze zależy polityka kadrowa w firmie. Ważne, aby specjaliści z działów HR postrzegali konieczność włączenia działań ułatwiających GZZR do głównego nurtu praktyki (mainstreaming horyzontalny); by postrzegali coaching ds. GZZR jako szansę i ułatwienie, a nie jako problem czy przeszkodę. Dlatego do tej grupy należy dotrzeć z jak najdokładniejszą informacją na temat innowacyjnej metody, możliwości jej zastosowania i jej skuteczności.
- 3) **Doradcy zawodowi** – osoby, do których bezpośrednio trafiają rodzice poszukujący pracy. Bez umiejętności zidentyfikowania barier, na jakie napotykają pracownicy-rodzice, doradca nie będzie w stanie zaproponować skutecznego rozwiązania. Innowacyjny produkt dostarczy doradcom wiedzy na temat nowej, efektywniejszej metody pracy, podniesie ich świadomość złożoności problemu GZZR i dzięki temu wpłynie na zmianę postaw i sposobu pracy z klientami.
- 4) **Dyrektorzy/kierownicy instytucji rynku pracy** – decydują o sposobie funkcjonowania urzędu i jego polityce w zakresie obsługi klientów (osób poszukujących pracy, bezrobotnych – w tym rodziców). Ich pozytywne nastawienie do wdrożenia i stosowania innowacyjnego produktu podniesie skuteczność działań kierowanych do rodziców. Zwiększenie świadomości szefów urzędów w zakresie tematyki GZZR wpłynie na zwiększenie tej świadomości wśród ich podwładnych, którzy bezpośrednio kontaktują się z klientami i z nimi pracują.
- 5) **Kierownicy/dyrektorzy/wykładowcy studiów podyplomowych i kierunków studiów związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi** – decydują o programie nauczania realizowanym na tych kierunkach. Należy dotrzeć do nich z informacją na temat nowego produktu na rynku, gdyż jest on innowacyjny i prowadzi do większego wyspecjalizowania osób zajmujących się aktywizacją zawodową oraz kształtowaniem polityki kadrowej. Szkolenia w zakresie coachingu ds. GZZR mogą poszerzyć i uatrakcyjnić program zajęć, co wpłynie na wzrost zainteresowania danym kierunkiem wśród kandydatów.
- 6) **Organizacje pracodawców i przedsiębiorców** – kluczowe będzie dotarcie do nich z informacją na temat innowacyjnej metody pracy (coaching ds. GZZR) oraz przyczyn, dla których ta metoda powinna zostać wdrożona. Wiedza w tym zakresie oraz świadomość, jakie czynniki wpływają na kształtowanie się rynku pracy, będzie miała istotne znaczenie dla upowszechniania produktu wśród pracodawców. Silne przekonanie o słuszności podejmowanych działań i skuteczności produktu w środowiskach skupiających pracodawców mogą wpłynąć na wzrost wiedzy pracodawców o innowacyjnym produkcie oraz na chęć korzystania z niego.
- 7) **Organizacje szkoleniowe** – poprzez włączenie do swojej oferty szkoleń opartych na programie nauczania coachów ds. GZZR przyczynią się do szerszego zastosowania wiedzy i umiejętności związanych z tym tematem. Wzmocni to zasięg działania innowacji i zwiększy dostępność opracowanego produktu.

3. Plan działań i ich charakterystyka

Podstawowe działania to bezpośrednie kontakty ze wszystkimi grupami. Za koordynację działań włączających odpowiedzialny będzie specjalista ds. upowszechniania. W działania te włączą się aktywnie przedstawiciele Grupy Sterującej oraz Rady Programowej.

Działania włączające:

- 1) Szkolenia dla 21 przedstawicieli *human resources* i 39 doradców zawodowych uzupełnione indywidualnym doradztwem, które usprawni proces wdrożenia usługi (faza testowania). Rezultat włączenia: 60% uczestników szkoleń wdroży coaching w praktykę swojej instytucji.
- 2) Seminaria włączające – **84 uczestników**: doradcy zawodowi, przedstawiciele firm i działów HR, dyrektorzy i kierownicy firm i instytucji rynku pracy, przedstawiciele firm szkoleniowych. Na seminariach omówione zostaną bariery leżące u podstaw niskiej aktywności zawodowej pracowników-rodziców. Ponadto przedstawiony zostanie produkt finalny projektu (podręcznik) wraz z omówieniem jego założeń i możliwość zastosowania w praktyce. Pokazany zostanie sposób wdrożenia usługi, każdy uczestnik otrzyma instruktaż zastosowania



coachingu w konkretnej instytucji. Dodatkowo aby wzmocnić praktyczny wymiar spotkań pokazane zostaną dobre praktyki opisane na podstawie doświadczeń w fazie testowania. Dobre praktyki obejmą opisy funkcjonowania coachingu w różnych pod względem profilu, sektorów a także wielkości instytucji. Rezultat włączenia: 90% uczestników seminariów potwierdzi wzrost wiedzy na temat produktu i związanych z tym korzyści (zmiany w doradztwie, wiedza na temat uelastycznienia form i czasu pracy

- 3) Opracowanie i udostępnienie na stronie internetowej projektu interaktywnego narzędzia do autodiagnozy firmy w zakresie swojego potencjału we wspieraniu pracujących rodziców w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego (Internetowy formularz - Bilans Balans Kwestionariusz oceny instytucji). Diagnoza umożliwi ocenę firmy, która może być traktowana jako kierunkowskaz zmian wspierających godzenie życia rodzinnego i zawodowego. Ocena dokonywana cyklicznie będzie narzędziem monitorującym te zmiany. Aby zapewnić jak największą dostępność do narzędzia, przekierowania do strony zostaną umieszczone co najmniej na 20 portalach skierowanych do firm (związki pracodawców, izby przemysłowo-handlowe, związki zawodowe, izby rzemieślnicze, portale branżowe)
- 4) Opracowanie i udostępnienie na stronie internetowej projektu interaktywnego narzędzia do autodiagnozy rodzica aktywnego zawodowo lub poszukującego pracy–Bilans Balans Kwestionariusz pracownika. Diagnoza umożliwi identyfikację indywidualnego potencjału i barier w zakresie GŻZR. Aby zapewnić jak największą dostępność do narzędzia, przekierowania do strony zostaną umieszczone na co najmniej 40 witrynach internetowych (na stronach instytucji rynku pracy, na portalach tematycznych skierowanych do rodziców, na stronach organizacji pozarządowych i innych instytucji działających na rzecz rodziców)
- 5) Przekazanie publikacji w formie elektronicznej (2 tysiące egzemplarzy) pracodawcom, związkom pracodawców, działom HR, instytucjom świadczącym usługi doradcze dla firm oraz instytucjom rynku pracy. Podręcznik jest kompleksowym i praktycznym przewodnikiem coachingu ds. GŻZR. Zawiera narzędzia, które po zapoznaniu się z instrukcją mogą być wykorzystane w codziennej praktyce doświadczonych doradców zawodowych i pracowników działów HR. Dla grup początkujących podręcznik może być drogowskazem wskazującym ścieżkę rozwoju w zakresie coachingu ds. GŻZR.
- 6) Włączanie bezpośrednie – przedstawiciele zespołu projektowego spotykać się będą bezpośrednio z przedstawicielami firm szkoleniowych, organizacjami pracodawców i przedsiębiorców a także przedstawicielami studiów związanych z doradztwem zawodowym i zarządzaniem zasobami ludzkimi. Na spotkaniach zaprezentowana zostanie usługa coachingu oraz podręcznik. Celem tych spotkań będzie pozyskanie konkretnych deklaracji o zastosowaniu produktu w praktyce szkoleniowej czy edukacyjnej skierowanej do studentów. Spotkania te będą także dedykowane pracodawcom, którzy będą zainteresowani wdrożeniem coachingu. Na spotkaniach zostanie zaprezentowane narzędzie diagnostyczne oraz możliwości przeszkolenia personelu w zakresie coachingu godzenia życia rodzinnego i zawodowego. W fazie upowszechniania odbędą się indywidualne spotkania z co najmniej 30 instytucjami, pracodawcami.
- 7) Konkurs GŻZR – celem konkursu będzie podniesienie świadomości małopolskich rodziców a także pracodawców w zakresie możliwości godzenia życia rodzinnego i zawodowego. Wyróżnienia w ramach konkursu zostaną przyznane w kategorii: „Pracodawca wspierający równowagę praca rodzina” (ocenie podlegać będą dobre praktyki stosowane w firmach, instytucjach, organizacjach) „Dobra praktyka godzenia” (ocenie podlegać będzie dobre praktyki stosowane przez rodziców pomagające godzić życia rodzinne i zawodowe). Po konkursie na stronie internetowej projektu opublikowane zostaną opisy Dobrych praktyk zastosowania coachingu w różnych instytucjach (firma duża, mała, powiatowy urząd pracy, stowarzyszenie, centrum integracji społecznej itp.), które pokażą praktyczny wymiar usługi.
- 8) Nawiązana zostanie współpraca z Regionalnym Ośrodkiem Polityki Społecznej w celu upowszechniania założeń projektu, bazy instytucji, firm, które oferują coaching godzenia życia rodzinnego i zawodowego. Podjęte zostaną rozmowy dotyczące włączenia problematyki godzenia życia rodzinnego i zawodowego w sferę cyklicznych analiz prowadzonych przez ROPS oraz włączenia idei łączenia ról rodzinnych i zawodowych w strategię rozwiązywania problemów społecznych.

Komunikacja procesu włączenia opierać się będzie na podkreślaniu korzyści z rozwiązania oraz jego pozytywnego wpływu na rodziców, doradców zawodowych i przedstawicieli działów HR, a także pracodawców, instytucje rynku pracy i ogólną politykę społeczną.

Po zakończeniu projektu produkt w postaci podręcznika coachingu godzenia życia rodzinnego i zawodowego będzie dostępny w formie umożliwiającej jego powszechne zastosowanie. Dostępna będzie elektroniczna wersja podręcznika szkoleniowego, która będzie mogła być wykorzystana przez instytucje szkoleniowe oraz uczelnie wyższe do włączenia programu szkolenia coachingu GŻZR do swojej oferty. Dodatkowo po fazie testowania stworzona



i udostępniona zostanie lista specjalistów stosujących coaching GZZR, którzy będą mogli świadczyć usługi w swoich instytucjach oraz pomagać innym podmiotom. Na stronie internetowej utrzymanej także po projekcie dostępne będą narzędzia do diagnozy osobno dla rodziców i pracodawców. Ponadto wyniki ewaluacji fazy testowania pokażą na ile coaching godzeni życia rodzinnego i zawodowego jest możliwy do realizacji wyłącznie w oparciu o zapoznanie się z podręcznikiem.

Po projekcie w Małopolsce będzie funkcjonowało 30 instytucji, które stosują coaching godzenia życia rodzinnego i zawodowego. Dodatkowo na stronie internetowej partnerów projektu oraz instytucji włączonych w jego realizację zamieszczone będą informacje na temat instytucji, które do swojej oferty włączają cały program szkolenia bądź jego poszczególne moduły. W ten sposób instytucje, osoby zainteresowane coachingiem będą mogły:

1. przeprowadzić szkolenie na podstawie materiałów zgromadzonych w podręczniku.
2. wdrożyć usługę coachingową w swojej instytucji poprzez wysłanie na dostępne otwarte szkolenie swojego pracownika lub skorzystanie z coachingu zewnętrznego (lista specjalistów stosujących coaching GZZR dostępna na stronie projektu)
3. doświadczeni doradcy zawodowi i specjaliści ds. zatrudnienia posiadający wiedzę i umiejętności opisane w podręczniku (np. zdobyte w trakcie innych szkoleń dotyczących tych tematów) mogą podjąć samodzielną pracę z narzędziami Bilans Balans oraz Indywidualnym Planem Godzenia
4. przedsiębiorcy będą mogli przeprowadzić diagnozę swojej firmy w zakresie wspierania pracowników w godzeniu życia rodzinnego i zawodowego (interaktywne narzędzie internetowe)
5. rodzice będą mogli dokonać autodiagnozy za pośrednictwem internetowego narzędzia Bilans Balans aby ocenić swoją sytuację w zakresie godzenia życia rodzinnego i zawodowego.

8. KAMIENIE MILOWE

W procesie wdrażania strategii można wyróżnić 8 kamieni milowych, których osiągnięcie stanowi istotne etapy realizacji projektu. Listę kamieni milowych wskazano w poniższej tabeli wraz z przewidywanym terminem realizacji.

Lp	Kamienie milowe	Termin
1.	zakończenie rekrutacji pierwszej grupy uczestników szkoleń	31 maja 2012
2.	zakończenie szkolenia dla pierwszej grupy	21 października 2012
3.	rozpoczęcie testowania coachingu	listopad 2012
4.	rozpoczęcie testowania Klub Rodzica	styczeń 2013
5.	zakończenie szkoleń dla ostatniej grupy	7 kwietnia 2013
6.	zakończenie testowania coachingu i Klub Rodzica	30 czerwca 2013
7.	zakończenie ewaluacji projektu i produktu	31 lipca 2013
8.	złożenie produktu do walidacji	15 września 2013

9. ANALIZA RYZYKA

Analiza ryzyka została dokonana w oparciu o narzędzie macierzy ryzyka. Jest to metoda polegająca na określeniu poszczególnych typów ryzyka i przypisaniu im dwóch parametrów: prawdopodobieństwa wystąpienia oraz wpływu, jaki mogą wywrzeć na przedsięwzięcie. Każdemu ze stopni parametru (niski, średni, wysoki) przypisana zostaje cyfra – tym wyższa, im wyższe prawdopodobieństwo/wpływ. Szacowane ryzyko jest iloczynem parametru wpływu i oddziaływania.

Typy ryzyka związane z największym zagrożeniem dla projektu to te, które są najbardziej prawdopodobne i mogą mieć największy wpływ na powodzenie przedsięwzięcia (czyli te, którym przypisana została najwyższa wartość parametru szacowania ryzyka).

Na potrzeby niniejszego przedsięwzięcia przyjęto następującą strategię zarządzania ryzykiem:

- ryzyko o wartości 1 – małe zagrożenie dla projektu, ignorowane,
- ryzyko o wartości od 2 do 4 – średnie zagrożenie dla projektu, podlega monitorowaniu,
- ryzyko o wartości od 5 do 9 – duże zagrożenie dla projektu, podlega monitorowaniu, planowane są działania ograniczające jego wystąpienie.



Dzięki zastosowaniu tej metody określono typy ryzyka odrębnie dla procesu testowania oraz upowszechniania.

Analiza ryzyka, które może pojawić się na etapie testowania produktu:

Potencjalne zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia	Wpływ na projekt	Szacowane ryzyko	Sposób monitorowania/ograniczenia ryzyka
ryzyko niespełnienia założeń rekrutacyjnych do testowania	1	2	2	<ul style="list-style-type: none"> – baza danych z min. 1000 instytucji rynku pracy – baza danych MZP z listą firm – współpraca regulowana deklaracjami uczestnictwa w projekcie ze strony instytucji zatrudniających użytkowników – promocja bezpośrednia projektu
ryzyko rezygnacji rekrutowanych osób ze szkoleń	2	2	4	<ul style="list-style-type: none"> – lista rezerwowa uczestników szkoleń, grupa E – ustalenie harmonogramu szkoleń dogodnego dla uczestników – zapewnienie wysokiej jakości szkoleń – pokrycie kosztów przejazdu i ewentualnie noclegu – podpisanie umowy określającej warunki uczestnictwa i konsekwencje wycofania się z projektu
ryzyko rezygnacji z procesu testowania po szkoleniach lub niezrealizowanie pełnych procesów coachingowych	3	2	6	<ul style="list-style-type: none"> – zawarcie umowy z uczestnikami szkoleń obligujące ich do wypełnienia zobowiązań – uzyskanie poparcia dla procesu testowania także od bezpośrednich przełożonych uczestników szkoleń – zapewnienie wsparcia w prowadzonych procesach coachingowych (4 godziny na osobę, otwarta pracownica coachingowa) – ewentualna pomoc w rekrutowaniu rodziców (m.in. wśród uczestników Klubu Rodzica)
ryzyko braku zainteresowania i/lub pasywnej postawy wśród osób bezrobotnych wobec usługi coachingu w trakcie projektu i po projekcie	2	3	6	<ul style="list-style-type: none"> - narzędzie coachingu podlegało konsultacji wśród potencjalnych odbiorców i zostało pozytywnie ocenione. Wskazane konsultacji uwagi zostały uwzględnione w opracowaniu ostatecznego produktu - w trakcie szkolenia uwzględniona zostanie tematyka pasywnej postawy klientów i ich ewentualnej niechęci. Opracowana zostanie lista sposobów radzenia sobie z trudnościami w tym zakresie, lista ta zostanie uzupełniana w trakcie prowadzenia procesów coachingowych. Dodatkowo w trakcie spotkań w ramach pracowni coachingowej, uczestnicy szkoleń będą mogli wymieniać się doświadczeniami i dobrymi praktykami w zakresie radzenia sobie z trudnościami w pracy z klientem. Taka lista stanie się częścią podręcznika coachingu GZZR udostępnionego w formie elektronicznej a także na stronach partnerów projektu. Osoby świadczące pomoc coachingu GZZR będą miały do niej łatwy i ciągły dostęp. - instytucje w których odbywał się będzie coaching będą zachęcane do tworzenia warunków przyjaznych dla rodziców: np. umożliwiających przyprawianie dzieci, dopasowanie terminu spotkania do możliwości rodzica. W ten sposób usługa zostanie dostosowana do oczekiwań klienta co zwiększy jego motywację
ryzyko pasywnej postawy przedsiębiorców i problem z nakłonieniem ich do udziału w projekcie	1	3	3	<ul style="list-style-type: none"> - do partnerstwa projektowego włączony jest Małopolski Związek Pracodawców, który jest odpowiedzialny za rekrutację firm oraz proces włączania usługi w praktykę funkcjonowania przedsiębiorstw. Już na etapie opracowywania produktu zebrano deklaracje 20 firm zainteresowanych udziałem w projekcie - produkt innowacyjny był konsultowany z przedstawicielami pracodawców na etapie opracowania produktu, uwzględnione zostały ich uwagi i wskazówki, które dopasowały zakres szkoleń do ich potrzeb i oczekiwań; - terminy prowadzenia szkoleń zostaną dopasowane do możliwości osób pracujących, tak aby w niewielkim zakresie angażowały pracowników w trakcie ich czasu pracy - firmom zostanie zaproponowany udział w konkursie, który promował będzie przedsiębiorstwa wspierające równowagę pracy rodzina, - przygotowani specjaliści w trakcie swojej pracy coachingowej będą wspierani przez doradców, którzy zostaną wyłonieni z grupy trenerów prowadzących szkolenia - w trakcie rekrutacji przedstawiciele działów HR pod uwagę będzie brane zainteresowanie ich pracodawców wdrożeniem usługi. Rekrutacja będzie obejmować różne działania: spotkania informacyjne, ogłoszenia w prasie skierowanej do firm.
ryzyko braku zainteresowania / braku możliwości zastosowania alternatywnych metod wspierania rodziców	2	1	2	<ul style="list-style-type: none"> – zatrudnienie 2 animatorów Klubu Rodzica, którzy będą prowadzić Kluby i aktywizować uczestników szkoleń do włączania się w ich funkcjonowanie – wprowadzenie zapisów do umowy uczestnictwa w projekcie określający obowiązek włączenia się w Klub Rodzica – utworzenie 4 różnych Klubów pokazujących możliwości i korzyści, jakie Klub



(Klub Rodzica) przez uczestników testowania				przynosi rodzicom
ryzyko niezalezienia pracujących rodziców zainteresowanych coachingiem	2	2	4	<ul style="list-style-type: none"> – proces rekrutacji umożliwiający wybór uczestników szkoleń, którzy widzą realne możliwości zastosowania coachingu u konkretnej osoby – wprowadzenie do programu szkoleniowego modułu poświęconego umiejętnościom wdrażania zmian – pomoc w rekrutowaniu rodziców (m.in. wśród uczestników Klubu Rodzica)
ryzyko zmniejszenia zainteresowania ze strony decydentów wysyłających swoich pracowników na szkolenia w ramach projektu	1	2	2	<ul style="list-style-type: none"> – utrzymywanie kontaktu z firmami i instytucjami zatrudniającymi użytkowników, wskazywanie im postępów osiąganych przez uczestników projektu – budowanie pozytywnego wizerunku instytucji uczestniczących w projekcie poprzez zamieszczenie ich opisu/logo na stronie internetowej projektu oraz uwzględnianie w materiałach przesyłanych do mediów

Ryzyko na etapie upowszechniania i włączania:

Potencjalne zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia	Wpływ na	Szacowane	Sposób monitorowania/ograniczenia ryzyka
Ryzyko pasywnej postawy przedsiębiorców wobec stosowania coachingu po fazie testowania	2	3	6	<ul style="list-style-type: none"> - przedsiębiorcy, którzy nie będą zainteresowani stosowaniem pełnej formy modelu (czyli przygotowaniem wewnątrz firmy specjalisty ds. GZZR) mogą korzystać z bezpłatnego narzędzia diagnostycznego dostępnego na stronie www-Bilans Balans - w fazie upowszechniania prowadzona będzie kampania pokazująca realne i wymierne korzyści stosowania coachingu godzenia GZZR. Taka informacja będzie podawana na stronach internetowych, podczas seminariów włączających, konferencji - na etapie włączania i upowszechniania na portalu projektowym pracodawcy będą mogli zadawać pytania ekspertom, i uzyskiwać na bieżąco odpowiedzi, a osoby szczególnie zainteresowane będą mogły spotkać się ze specjalistami realizującymi projekt na indywidualnych konsultacjach, w trakcie których uzyskują wiedzę i wskazówki w zakresie korzystania z podręcznika i wdrażania zmian, - podręcznik, zaproszenia na seminaria włączające, konferencje kierowane będą w szczególności do firm, które np. ze względu na dużą liczbę zatrudnionych kobiet stykają się z problemem nieefektywnego GZZR. Szczególna uwaga będzie zwrócona także do pracodawców zrzeszonych w organizacjach pracodawców, które z reguły wykazują większą świadomość społeczną. - dostępność na stronie internetowej narzędzia diagnostycznego do bezkosztowej oceny i monitorowania procesu wspierania przez pracodawcę równowagi pracarodzina wśród swoich pracowników - prowadzenie pozytywnej kampanii poprzez zaproszenie firm do udziału w Konkursie na dobrą praktykę w GZZR. Prezentacja wyników na stronie projektu, stronach partnerów – praktyczne ujęcie wykorzystania coachingu
Ryzyko małego zainteresowania instytucji rynku pracy włączaniem produktu do swojej praktyki	2	2	4	<ul style="list-style-type: none"> – szeroko zakrojona kampania upowszechniająca, wskazująca korzyści zastosowania coachingu, oparta na konkretnych rezultatach procesu testowania i wykorzystująca język korzyści – organizacja seminariów i bezpośrednich spotkań z decydentami – przekazanie instytucjom i firmom pełnego produktu, który może być stosowany stopniowo i/lub modułowo (np. poprzez zastosowanie wyłącznie narzędzia <i>Bilans-Balans</i> i wdrażanie całej usługi dopiero na kolejnym etapie) -
ryzyko niewystarczającej liczby trenerów mogących prowadzić szkolenia w zakresie coachingu GZZR po zakończeniu projektu	2	1	2	<ul style="list-style-type: none"> – tworzenie bazy danych potencjalnych trenerów już na etapie testowania produktu – przekazanie instytucjom szkoleniowym podręcznika, który zawiera pełne materiały szkoleniowe – upowszechnianie informacji o produkcie na zawodowych portalach społecznościowych (np. goldenline.pl)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: M. Prywata, *Zarządzanie ryzykiem w małych projektach*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010, s. 6

Analiza ryzyka umożliwiła identyfikację 4 obszarów, które mogą się wiązać z dużym zagrożeniem dla realizacji projektu. Przewidziane działania prewencyjne mają przede wszystkim zminimalizować możliwości wystąpienia tego ryzyka. Każdy plan przewiduje także sposób radzenia sobie w sytuacji, gdy ryzyko wystąpi.

Niektóre ze wskazanych typów ryzyka mają charakter dynamiczny, co oznacza, że ich parametry mogą się zmieniać w trakcie realizacji projektu. Taka sytuacja jest często spotykana w innowacyjnych przedsięwzięciach,



dlatego niezbędny jest systematyczny monitoring tych obszarów ryzyka. Za monitorowanie ryzyka odpowiedzialny będzie lider projektu.

Załączniki do strategii:

Załącznik nr 1: raport z badań na materiałach zastanych przygotowany przez Studio Badań Marketingowych Profile, *Tematyka godzenia życia zawodowego i rodzinnego w przygotowaniu zawodowym doradców zawodowych i HR oraz jego wskaźniki*, Kraków lipiec 2011.

Załącznik nr 2: raport z badań modułu II przeprowadzonych przez Studio Badań Marketingowych Profile, *Problem godzenia życia zawodowego i rodzinnego w opinii rodziców, pracodawców i specjalistów rynku pracy*, Kraków grudzień 2011

Załącznik nr 3: Informacja o autorach/autorkach i konsultantach/konsultantkach Strategii

Załącznik nr 4: Umowa o współpracy z Urzędem Pracy Powiatu Krakowskiego

Załącznik nr 5: Recenzja dr hab. Piotra Górskiego

Załącznik nr 6: Recenzja specjalisty ds. HR Andrzeja Wieczorkowskiego

Załącznik nr 7: Produkt innowacyjny: Opis kompetencji specjalistów stosujących coachaing ds. godzenia życia rodzinnego i zawodowego

Załącznik nr 8: Produkt innowacyjny: Podręcznik Innowacyjne wykorzystanie coachingu do wspierania równowagi praca-rodzina

Kraków, [kwiecień 2013](#) rok

Strategia zatwierdzona przez Partnerstwo na rzecz realizacji projektu „Innowacyjne wykorzystanie coachingu do wspierania równowagi praca-rodzina”:

1. Stowarzyszenie Doradców Europejskich PLinEU

z siedzibą w Krakowie, ul. Kasprowicza 9a/3, 31-510 Kraków

reprezentowanym przez Sylwię Tałach-Kubas – Skarbniczkę i Jakuba Piecucha - Wiceprezesa

2. Studio Badań Marketingowych Profile Ewa Ryłko Poniedziałek

z siedzibą w Krakowie, ul. Tarnowskiego 10/3, 30-528 Kraków

reprezentowane przez Ewę Ryłko Poniedziałek - Właścicielkę

3. Małopolski Związek Pracodawców

z siedzibą w Krakowie, ul. Kościuszki 43, 30-114 Kraków

reprezentowanym przez Dyrektorkę Kamillę Banasik