

STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO

wersja 1.0



Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

LUBELSKA PRACOWNIA

WYŻSZA SZKOŁA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I ADMINISTRACJI W LUBLINIE

**LUBLIN
KWIECIEŃ 2013**

Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

INFORMACJE OGÓLNE:

Projekt "Lubelska Pracownia" realizowany jest w okresie od 01.07.2010 roku do 31.03.2015 roku w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet VI "Rynek pracy otwarty dla wszystkich", Działanie 6.2 "Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia.

TEMAT INNOWACYJNY:

Poszukiwanie nowych, skutecznych metod aktywizacji zawodowej i społecznej grup docelowych wymagających szczególnego wsparcia

NAZWA PROJEKTODAWCY:

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie
ul. Bursaki 12, 20-150 Lublin

TYTUŁ PROJEKTU:

Lubelska Pracownia

NUMER UMOWY:

POKL.06.02.00-06-163/11

PARTNERZY PROJEKTU:

Miejski Urząd Pracy w Lublinie
ul. Niecała 14
20-080 Lublin

Związek Pracodawców Prywatnych Lubelszczyzny Lewiatan
ul. 1-go Maja 16
20-410 Lublin

SPIS TREŚCI

I. UZASADNIENIE.....	6
OPIS SYTUACJI PROBLEMOWEJ	6
PRZYCZYNY WYSTĘPOWANIA PROBLEMÓW	7
SKALA WYSTĘPOWANIA I KONSEKWENCJE ISTNIENIA ZIDENTYFIKOWANYCH PROBLEMÓW	11
DIAGNOZA I ANALIZA PROBLEMÓW W OPARCIU O INFORMACJE UJĘTE WE WNIOSKU.....	12
BADANIA PRZEPROWADZONE W RAMACH REALIZACJI PROJEKTU.....	14
II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI	27
CELE INNOWACJI.....	27
POŻĄDANY STAN DOCELOWY.....	28
WERYFIKACJA OSIĄGANÝCH CELÓW	29
III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO.....	32
NACZYM POLEGA INNOWACJA? ELEMENTY INNOWACYJNOŚCI.....	32
KOMU SŁUŻY, KTO BĘDZIE MÓGŁ JĄ WYKORZYSTYWAĆ (GRUPA DOCELOWA)	35
JAKIE WARUNKI MUSZĄ BYĆ SPEŁNIONE, BY INNOWACJA DZIAŁAŁA WŁAŚCIWIE.....	37
JAKIE EFEKTY MOŻE PRZYNIEŚĆ JEJ ZASTOSOWANIE	38
JAKIE ELEMENTY OBEJMOWAĆ BĘDZIE INNOWACJA.....	42
INFORMACJA O PLANOWANYM SPOSOBIE MONITOROWANIA PRZEBIEGU TESTOWANIA	42
IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO.....	44
DOBÓR GRUP DOCELOWÝCH I ODBIORCÓW	44
OPIS PRZEBIEGU TESTOWANIA.....	46
CHARAKTERYSTYKA MATERIAŁÓW, JAKIE OTRZYMAJĄ UCZESTNICY	47
INFORMACJE O PLANOWANYM SPOSOBIE MONITOROWANIA PRZEBIEGU TESTOWANIA.....	48
V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA	49
SPOSÓB DOKONANIA OCENY WYNIKÓW TESTOWANIA	49
EWALUACJA WEWNĘTRZNA	50
EWALUACJA ZEWNĘTRZNA	53
VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA	56
CEL DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH	56
GRUPY, DO KTÓRYCH SKIEROWANE BĘDĄ DZIAŁANIA UPOWSZECHNIAJĄCE	57

PLANOWANIE DZIAŁAŃ I ICH CHARAKTERYSTYKA.....	58
VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI	60
CEL DZIAŁAŃ WŁĄCZAJĄCYCH	60
GRUPY, DO KTÓRYCH KIEROWANE BĘDĄ DZIAŁANIA WŁĄCZAJĄCE ORAZ PLAN DZIAŁAŃ ICH WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI.....	62
VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU	68
IX. ANALIZA RYZYKA.....	69
ZAŁĄCZNIKI	73

Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

I. UZASADNIENIE

Należy podać uzasadnienie dla opracowania innowacyjnego rozwiązania. Opis ten powinien być oparty na zapisach wniosku o dofinansowanie, ale powinien zostać wzbogacony o wiedzę i wnioski zdobyte w trakcie pierwszego etapu realizacji projektu. Opis ten powinien zawierać:

- opis problemów grupy osób, która dotychczas nie otrzymywała wsparcia / charakterystykę problemu dotychczas niedostrzeganego lub pomijanego w działaniach polityki / wykazanie niedoskonałości stosowanych dotychczas instrumentów,
- przyczyny występowania opisanych problemów,
- skalę występowania opisanych problemów,
- konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów.

OPIS SYTUACJI PROBLEMOWEJ

Projekt „Lubelska Pracownia” jest efektem wielu analiz problemu braku zatrudnienia dla osób kończących uczelnie wyższe na terenie województwa lubelskiego. Analizy wewnętrzne Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie pokazały problem studentów kończących studia. Był on szeroko omawiany z przedstawicielami Samorządu Studenckiego, Biura Karier, Miejskiego Urzędu Pracy i Związku Pracodawców Prywatnych Lubelszczyzny Lewiatan. Analizy wykazały, że na rynku występuje wiele możliwości szukania zarówno pracowników, jak i pracodawców. Jednak te metody/sposoby są rozproszone po wielu instytucjach i portalach internetowych. Podjęto starania wykreowania pomysłu, gdzie jak najwięcej elementów współpracy zostanie skupionych w jednym miejscu – stąd pomysł powstania platformy „Lubelska Pracownia”- portalu, gdzie absolwent i pracodawca będzie mógł znaleźć pracownika/pracodawcę, który będzie miał funkcje informacyjną i kształcącą, zmniejszy czas aplikowania i skupi ciekawe analizy i raporty.

Od 2000 do 2005 r. w województwie lubelskim (ale także w całym kraju) odnotowywano tendencję wzrostową w zakresie bezrobocia absolwentów szkół wyższych. W naszym województwie w 2000 roku liczba bezrobotnych absolwentów wynosiła 4 158 osób, a z końcem 2005 r. wzrosła do 12 671. Począwszy od 2006 obserwowany był spadek tej liczby, który utrzymywał się przez trzy kolejne lata do 2009 r. W latach 2009-2011 odnotowano wzrost liczby

bezrobotnych absolwentów¹. Według danych Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie, w III kwartale 2012 roku, na terenie województwa lubelskiego znajdowało się 18 596 bezrobotnych absolwentów wyższych uczelni, czyli 15,5% wszystkich bezrobotnych zarejestrowanych, co plasuje nasze województwo pod tym względem znacznie powyżej średniej krajowej wynoszącej 11,9%.

Ale już w 2009 r. odnotowano wzrost liczby bezrobotnych absolwentów, a rok 2011 przyniósł dalszy wzrost.² Przekonanie o roli dobrego wykształcenia jako większej szansy na rynku pracy doprowadziło do wzrostu aspiracji edukacyjnych i podejmowania nauki na wyższym poziomie. W ostatnich latach liczba osób kończących uczelnie wyższe ulega systematycznie zwiększeniu, tym samym na rynek pracy trafia coraz więcej absolwentów szkół wyższych. Jednocześnie wzrasta udział absolwentów z wyższym wykształceniem w ogólnej liczbie bezrobotnych.

PRZYCZYNY WYSTĘPOWANIA PROBLEMÓW

Przyczyn pojawiania się problemu bezrobocia absolwentów szkół wyższych jest kilka:

Województwo lubelskie skupia 21 uczelni wyższych (prywatnych 12 i państwowych 9), zaś w samym Lublinie usytuowanych jest 5 uczelni państwowych i 5 uczelni prywatnych. Miasto Lublin jest największym ośrodkiem akademickim wschodniej części Polski. Proponowane kierunki kształcenia często nie ulegają modyfikacji od wielu lat. Oferta edukacyjna nie zawsze jest dostosowana do potrzeb rynku pracy w regionie oraz w kraju. Studenci często wybierają uczelnie państwowe ze względu na koszt (studia bezpłatne). Czynnikiem finansowym jest największą barierą w wyborze toku studiów. Jednocześnie wzrasta świadomość konieczności rozpoczynania kariery zawodowej jeszcze w czasie studiów (praktyki, staże, stypendia). Studenci na bieżąco śledzą losy absolwentów, którzy stale powiększają szeregi osób bezrobotnych. Samorząd województwa lubelskiego nie zaspokaja potrzeb zatrudnienia absolwentów wychodzących na rynek pracy. Przede wszystkim spowodowane jest to tym, iż województwo lubelskie w latach 1980-2000 było jednym z większych ośrodków przemysłowych w Polsce, obecnie zaś przeżywa zapaść przemysłową i ekonomiczną. Zakłady pracy, które jeszcze funkcjonują, są zamykane z dnia na dzień lub ograniczana jest produkcja co powoduje zmniejszanie zatrudnienia. O sile regionalnej

¹ Wojewódzki Urząd Pracy, Ranking szkół wyższych według poziomu bezrobocia absolwentów (rok akademicki 2010/2011), s. 8.

² Wojewódzki Urząd Pracy, Ranking szkół wyższych według poziomu bezrobocia absolwentów (rok akademicki 2010/2011), s. 8.

gospodarki i stopniu jej konkurowania decyduje w dużej mierze sektor produkcyjny z dobrze rozwiniętym przemysłem, a województwo lubelskie od kilku lat niestety wykazuje tendencję malejącą dotyczącą uprzemysłowienia, a więc i wykazuje tendencję malejącą w stosunku do organizowania miejsc pracy, przez co generuje znaczący wzrost bezrobocia. Absolwenci, którzy opuszczają uczelnie, mogliby uzyskaną wiedzę teoretyczną przełożyć w elementy praktyki, ale z powodu braku zakładów pracy i ofert pracy na lokalnych rynkach pracy nie mają możliwości podjęcia zatrudnienia i znacząco zwiększają statystyki w powiatowych urzędach pracy. Sytuacja robi się coraz bardziej niepokojąca, tym bardziej, że województwo lubelskie zajmowało w 2009/10 – 7 miejsce pod względem liczby absolwentów uczelni wyższych w Polsce.

Problem bezrobocia wśród absolwentów uczelni wyższych dotyczy całej Polski. W 2010 r. studiowało 1,9 mln studentów. Według badań GUS blisko 80 proc. rodziców chce, by ich dziecko miało studia. Podobnie mówią sami uczniowie. Wybór kierunku studiów też jest nieprzemyślany. Często wybierane są kierunki humanistyczne, gdyż uważane są za łatwiejsze do ukończenia. Prywatne uczelnie, na których studiuje jedna trzecia studentów, nie kształcą w zawodach inżynierów, bo to jest kosztowne i nie posiadają stosownego wyposażenia. Ale nawet, gdyby te proporcje były inne, to polska gospodarka, która nie jest gospodarką innowacyjną, w żadnym razie takiej masy ludzi z wyższym wykształceniem nie zatrudni. Młody człowiek ma duży problem z poruszaniem się po współczesnym rynku pracy. Dlatego też ważna jest edukacja dodatkowa potencjalnych pracowników. Warto dywersyfikować swoje doświadczenie zawodowe, żeby pokazać pracodawcy, że potrafimy się odnaleźć w różnego rodzaju sytuacjach. CV powinno świadczyć o tym, że umiemy współpracować z ludźmi w różnym wieku, z różnych krajów i branż – to dla pracodawcy sygnał, że w nowym miejscu pracy szybko nauczymy się swoich obowiązków. Dlatego połączenie wielu aspektów rynku pracy w jedno narzędzie pozwoli absolwentom na innowacyjny sposób wejścia na rynek pracy i znalezienie potrzebnych elementów pomocniczych, które do tej pory były umieszczane w wielu miejscach, rozproszone po różnych instytucjach i portalach.

PRZYCZYNY TAKIEGO STANU RZECZY WYNIKAJĄ Z WIELU PŁASZCZYZN:

1. Licealiści wybierając kierunek studiów nie posiadają dostatecznej wiedzy i świadomości na temat najbardziej pożądanых zawodów na lokalnych rynkach pracy (m.in. lubelskiego rynku pracy), nieświadomi wagi wyboru kierunku studiów.
2. Brak wsparcia doradcy zawodowego przy doborze kierunku kształcenia, brak uzasadnienia wyboru kierunku kształcenia (często o wyborze kierunku decydują czynniki zewnętrzne:

- koleżanka, otoczenie, miejsce). Brak wiedzy w zakresie zawodów deficytowych i nadwyżkowych w regionie, brak wiedzy o zawodach, możliwościach wykonywania zawodu oraz rozwoju zawodowego.
3. Niewystarczająca promocja regionu przez organizacje odpowiedzialne za rozwój regionu, brak współpracy organów uczelni wyższych z władzami regionu w celu opracowania strategii rozwoju z uwzględnieniem potencjału jakim dysponuje region – ogromna liczba dobrze wykształconych młodych ludzi (absolwentów), w których drzemie ogromny potencjał i kreatywność, ale pozostaje bez zatrudnienia.
 4. Uczelnie wyższe okazjonalnie współpracują z pracodawcami, przez to posiadają niski poziom wiedzy w tym zakresie. Nie dostosowują wystarczająco swojej oferty edukacyjnej do wymagań stawianych na wojewódzkich lokalnych rynkach pracy (m.in. lubelskim rynku pracy) absolwentom (kształcenie opiera się z reguły na zagadnieniach teoretycznych, nie popartych wiedzą praktyczną).
 5. Pracodawcy okazjonalnie, spontanicznie oraz chaotycznie współpracują z uczelniami wyższymi w zakresie kreowania i nawiązania wspólnej polityki połączenia edukacji i biznesu.
 6. Pomimo wiedzy na temat skali bezrobocia po ukończeniu konkretnych kierunków, ze względu na zainteresowanie nimi, uczelnie wyższe każdego roku przyjmują duże ilości osób, które po zakończeniu kształcenia nie mają szans na lokalnych rynkach pracy województwa lubelskiego m.in. na lubelskim rynku pracy.
 7. Absolwenci i studenci nie mają dostępu do aktualnych informacji dotyczących potrzeb pracodawców i wymagań stawianych potencjalnym pracownikom w zakresie wykształcenia, umiejętności, doświadczenia, odbytych szkoleń, zdobytych certyfikatów itp.
 8. Brak bieżącej analizy kierunków kształcenia, popyt/podaż, w sposób samoistny powinny być zamykane kierunki nie dające możliwości podjęcia zatrudnienia młodym ludziom.
 9. System szkolnictwa niedopasowany do wymogów rynku pracy.
 10. Niewystarczająca edukacja w zakresie umiejętności zdobywania wiedzy w zakresie poruszania się na rynku pracy.
 11. Występują stereotypowy podział na kobiece i męskie kierunki studiów (techniczne – M, humanistyczne – K).
 12. Usługi i instrumenty rynku pracy kierowane do osób bezrobotnych, w tym bezrobotnych absolwentów mają charakter pomocniczy, stwarzają możliwości zdobycia niejednokrotnie pierwszego doświadczenia, natomiast nie gwarantują podjęcia zatrudnienia.

13. Brak realnych potrzeb ze strony pracodawców do współpracy z Publicznymi Służbami Zatrudnienia, przy tak dużym bezrobociu pracodawcy nie mają problemów z pozyskaniem nowego pracownika.
14. Standardowe działania skierowane do osób bezrobotnych, w tym absolwentów uczelni wyższych, stosowane przez Urzędy Pracy z terenu województwa lubelskiego z uwagi na ograniczone środki finansowe nie są wystarczająco skuteczne. Z uwagi na skalę bezrobocia w województwie lubelskim pozyskane środki finansowe nie gwarantują możliwości aktywizacji zawodowej wszystkich osób bezrobotnych pozostających w urzędów.
15. Informacje dla osób bezrobotnych są porzucane po różnych instytucjach i portalach internetowych.
W dzisiejszych czasach informacje przekazywane są w większości elektronicznie. Młodzi ludzie głównie przy pomocy nośników internetowych komunikują się, a także pozyskują wszelkie niezbędne informacje. Co więcej: ich oczekiwania względem portali internetowych są bardzo wysokie. Chcą mieć jak najwięcej informacji w jednym miejscu.
16. Bazy danych, informacje są kierowane bezpośrednio do bezrobotnych, brakuje rozróżnienia grup docelowych, dlatego portal internetowy skierowany do bezrobotnych absolwentów będzie spełniał taką funkcję, zaś takie skupienie wielu funkcji i użyteczności w jednym portalu wskaże jego innowacyjność w stosunku do portali już funkcjonujących.

Źródła:

Strategia rozwoju Województwa Lubelskiego na lata 2006-2020,

Raport z badania - „Potrzeby i oczekiwania pracodawców odnośnie pożądanых kwalifikacji i usług szkoleniowych w województwie lubelskim” , Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie 2011 r.,

Monitoring zawodów deficytowych i nadwyżkowych w województwie lubelskim w 2009 r., Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie, Lublin 2009.

Raport z badań lokalnego rynku pracy miasta Lublina - tendencje i prognozy, Miejski Urząd Pracy w Lublinie 2009.

Aktualne trendy i prognozowane zmiany, Lubelskie Obserwatorium Gospodarcze, Lublin 2010.

P. Bogacz, Równość szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy, sierpień 2011 r.,

Kobiety i mężczyźni na rynku pracy, Warszawa, sierpień 2011 r.,

Metodologia kształcenia dla potrzeb rynku pracy, - Publikacja Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości - Projekt Zawodowe drogowskazy,

PRZYCZYNY WYSTĘPOWANIA PROBLEMÓW

Wysoki poziom bezrobocia wśród absolwentów uczelni wyższych zamieszkujących województwo lubelskie pozostających bez zatrudnienia wynika z niedostosowania podaży (liczba absolwentów o konkretnym wykształceniu i umiejętnościach) do popytu (liczba ofert pracy pracodawców z województwa lubelskiego). Lokalny rynek pracy w województwie lubelskim generuje miejsca pracy w głównej mierze w zakresie usług i handlu. Z przeprowadzonej analizy wynika, że największe bezrobocie dotyka absolwentów, którzy ukończyli studia wyższe na kierunkach m.in.: administracja, pedagogika i ekonomia. Ponadto istotnym problemem jest również zbyt duża liczba absolwentów szkół wyższych na kierunkach humanistycznych, dla których nie tworzy się wystarczającej liczby miejsc pracy w regionie ³. Obecna sytuacja na lokalnych rynkach pracy pokazuje, że absolwenci ww. kierunków nie są w stanie samoistnie odnaleźć się na rynku pracy. Bez wprowadzenia dodatkowego narzędzia, sytuacja taka będzie się pomnażała, co wpłynie na ich długotrwałe pozostawanie bez zatrudnienia. Potrzeba aktywizacji zawodowej w podobnej mierze dotyczy w województwie lubelskim absolwentów kierunków technicznych, których jest mniej w porównaniu do ww. absolwentów kierunków humanistycznych, co wpływa na większe możliwości znalezienia zatrudnienia.

SKALA WYSTĘPOWANIA I KONSEKWENCJE ISTNIENIA ZIDENTYFIKOWANYCH PROBLEMÓW

W 2009 r. na 105 tys. studiujących na uczelniach wyższych w województwie lubelskim, ponad 34% to studenci kierunków humanistyczno/społeczno/pedagogicznych, 18% ekonomicznych i administracji, 16,9 % to kierunki techniczne (Perspektywy ludzi młodych na rynku pracy, WUP LBN 2011).

Stosunek bezrobotnych do absolwentów ogółem 2008/09; 2009/10 w województwie lubelskim:

- a) Ekonomia 12,9%; 9,1%
- b) Administracja 8,9%; 10,4%
- c) Pedagogika 8,1%; 14,5%

Liczba studentów na najbardziej „nie przyszłościowych” kierunkach w województwie lubelskim w latach 2008/09; 2009/10:

- d) Ekonomia 4219,61%K, 39%M; 3997,67%K, 33%M

³ Raport z badań lokalnego rynku pracy miasta Lublina – tendencje i prognozy, Miejski Urząd Pracy w Lublinie, 2009.

e) Administracja 10635,64%K, 36%M; 8877,63%K, 37%M

f) Pedagogika 7983,84%K, 16%M; 7318,88%K, 12%M

(źródło: WUP Lublin)

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie także obserwuje stosunkowo duży odsetek studentów Administracji w porównaniu do innych kierunków. W roku akademickim 2008/09 ok. 30% absolwentów ukończyło Administrację (65% K, 35% M), w 2009/10 aż 35% (73% K, 27% M).

DIAGNOZA I ANALIZA PROBLEMÓW W OPARCIU O INFORMACJE UJĘTE WE WNIOSKU

Dokonując dogłębnej analizy, można wywnioskować, że wspólnym mianownikiem dla ww. przyczyn, determinujących ich występowanie jest trudność w pozyskiwaniu i wykorzystywaniu informacji o lokalnym rynku pracy w kontekście jego powiązań z systemem kształcenia wyższego oraz brak bazy informacyjnej o rynku pracy skupiającej wiele użyteczności i analiz.

W toku konsultacji Projektodawcy z Przedsiębiorstwami podczas spotkania Rady Biznesu WSPA, samorządem studentów WSPA, jako ciałem reprezentującym studentów i absolwentów, pracownikami Biura Karier WSPA, przedstawicielem MUP w Lublinie, zauważono następujące bariery w środowisku student/absolwent/pracodawca – lubelskiego rynku pracy, które mogą mieć wpływ na aktualny stan rzeczy:

- brak lub rozproszenie informacji o lokalnym rynku pracy,
- istnienie różnych standardów pozyskiwania danych, prezentacji informacji (brak standaryzacji),
- brak informowania o dostępnych informacjach o lubelskim rynku pracy,
- niedostosowanie przekazu do wymagań odbiorcy.

Szerokie konsultacje z przedstawicielami odbiorców i uczestników projektu na etapie badania problemu wskazały na duże zainteresowanie tych grup nowym skuteczniejszym rozwiązaniem problemu bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych w województwie lubelskim.

Analiza sytuacji i pozyskiwania danych o skali problemu pokazała, że dotychczas stosowane rozwiązania pozyskiwania i udostępniania informacji na temat podaży i popytu na

lokalnych rynkach pracy województwa lubelskiego mają jedynie doraźny charakter. Z uwagi na dokonujące się zmiany na lokalnym rynku pracy wymagane są nowe, innowacyjne, bardziej skuteczne narzędzia pozwalające na niwelowanie ww. problemów. Badania przeprowadzane przez wiele instytucji uniemożliwiają kompleksowe zbadanie problemu, z reguły są trudne do aktualizacji. Raporty z badania powstają po określonym czasie, nie ma możliwości zareagowania i porównania tych danych. W województwie lubelskim brakuje odpowiedniego narzędzia, które na bieżąco będzie pozwalało gromadzić aktualne dane o lokalnym rynku pracy, z którego mogłyby korzystać zainteresowane strony i orientować się w bieżącej sytuacji panującej na rynku pracy, co pozwoliłoby absolwentom uczelni wyższych zwiększyć swoje szanse w momencie wchodzenia na rynek pracy, m.in. poprzez dostęp do informacji na temat zapotrzebowania ze strony pracodawców oraz preferencje co do ich wymagań.

O potrzebie nowego rozwiązania świadczą także ograniczenia finansowe, jak również ustawowe instytucji rynku pracy. Oferowane przez nie wsparcie w sposób doraźny zapobiega bezrobociu osób młodych w ramach aktywizacji zawodowej. W 2009,r. 17,4 % osób bezrobotnych, które podjęły pracę to osoby z wyższym wykształceniem, odsetek ten od 2008,r. spada (2008:21,5%, 2009:19,4%) – dane WUP Lublin 2010/11. Ponadto, pomimo, że usługi doradztwa zawodowego świadczy szereg różnych instytucji, z badań. „Perspektywy ludzi młodych na rynku pracy 2011” wynika, że ich praca nie jest dostatecznie skoordynowana z odbiorcami działań. Studenci, absolwenci często nie wiedzą o ich istnieniu i świadczonych usługach. To skłania do zmiany podejścia do problemów i zaproponowania nowego rozwiązania poprzez stworzenie innowacyjnego narzędzia w formie portalu – platformy, które pozwoli na bieżące pozyskiwanie i aktualizację wielu informacji jednocześnie, w czasie rzeczywistym. Stworzenie nowego innowacyjnego narzędzia umożliwi zniwelowanie problemów wynikających z diagnozy i analizy problemów wskazanych we wniosku o dofinansowanie. Platforma skupiać będzie odpowiedzi związane z zaobserwowanymi problemami. Zarówno absolwenci uczelni wyższych, jak również pracodawcy oraz instytucje rynku pracy w sposób realny będą mogli uzyskać oraz wykorzystać niezbędne informacje m.in.: o funkcjonowaniu lokalnego rynku pracy. Ponadto narzędzie umożliwi nawiązanie współpracy pomiędzy poszczególnymi podmiotami: absolwent/pracodawca/instytucje rynku pracy.

BADANIA PRZEPROWADZONE W RAMACH REALIZACJI PROJEKTU

Bezrobotni absolwenci wyższych uczelni w województwie lubelskim. Raport z badań. Raport cząstkowy.

Celem projektu „Lubelska Pracownia” jest zwiększenie szans na zatrudnienie osób z wykształceniem wyższym z województwa lubelskiego, pozostających bez pracy w okresie co najmniej roku od czasu ukończenia uczelni wyższej. Ten strategiczny cel można będzie osiągnąć po przeprowadzeniu wstępnej diagnozy, której jednym z elementów jest uzyskanie wyników badań ilościowych, przeprowadzonych wśród bezrobotnych absolwentów na terenie Lubelszczyzny. Niniejszy raport stanowi podsumowanie najważniejszych wyników tych badań.

W projekcie przyjęto następującą definicję bezrobotnego absolwenta: jest to absolwent uczelni wyższej, który co najmniej przez 12 miesięcy od ukończenia studiów wyższych pozostawał bez pracy i jest osobą bezrobotną w momencie badania.

Celem badań kwestionariuszowych, przeprowadzonych wśród bezrobotnych absolwentów wyższych uczelni, była próba odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Jakie są najczęściej stosowane sposoby poszukiwania pracy przez bezrobotnych absolwentów i jaka jest ocena ich skuteczności?
2. Jakie są opinie bezrobotnych absolwentów o szansach znalezienia pracy oraz jakie są sposoby ich zwiększenia?
3. Jakie są opinie bezrobotnych absolwentów o oczekiwaniach pracodawców?
4. Jakie formy zinstytucjonalizowanej pomocy są oferowane bezrobotnym absolwentom i z których form najczęściej oni korzystają?
5. Jakie wartości cenią bezrobotni absolwenci i jak lokują się w tym kontekście wartości związane z pracą zawodową?
6. Jaki jest poziom wykluczenia społecznego bezrobotnych absolwentów?

Badania przeprowadzono na próbie 300 absolwentów wyższych uczelni z terenu Lubelszczyzny, którzy po ukończeniu studiów co najmniej przez rok pozostawali bez pracy i w chwili badania również byli osobami bezrobotnymi. Próba badawcza składała się w połowie z absolwentów z Lublina, w połowie – spoza Lublina (szczegóły w poniższej tabeli). Z tymi osobami przeprowadzono badania kwestionariuszowe.

W badaniach wzięło udział 219 kobiet i 79 mężczyzn. Do najmłodszej kategorii wiekowej (do 25 lat) należy 30,7% respondentów, do kategorii średniej (26-30 lat) – 47%, do kategorii starszej (31 lat lub więcej) – 22,3%. Średnia wieku to ok. 28 lat. Badani w większości byli kawalerami lub pannami (58,9%), choć znaczna część zawarła już związek małżeński (36,7%). Badaniami objęto absolwentów reprezentujących 40 kierunków studiów⁴, wśród których relatywnie najczęściej znajdowali się absolwenci administracji i pedagogiki. Natomiast wg przyjętej typologii⁵ – najwięcej w próbie znalazło się absolwentów administracji i prawa, nauk ekonomicznych, pedagogiki i pracy socjalnej oraz kierunków humanistycznych.

Absolwenci (relatywnie) częściej korzystający z Internetu, nieznacznie częściej poszukują pracy wykorzystując znajomości oraz telefonując do zakładów pracy. Absolwenci (relatywnie) rzadziej korzystający z Internetu nieznacznie częściej poszukują pracy korzystając z usług Urzędu Pracy oraz odpowiadając na ogłoszenia prasowe lub internetowe. Częstość korzystania z Internetu (w zakresie możliwym do zbadania dysponując tej wielkości próbą i przy takim rozkładzie zmiennej niezależnej) wydaje się w niewielkim stopniu różnicować sposoby poszukiwania pracy przez bezrobotnych respondentów).

Badanie wykazało następujące rezultaty:

1. Jedynie 1/3 bezrobotnych absolwentów zaoferowano jakąkolwiek instytucjonalną formę pomocy. Najczęściej była to propozycja odbycia stażu (ok. 59%), znacznie rzadziej – propozycja udziału w szkoleniu z zakresu aktywnych form poszukiwania pracy (17,7%), udziału w szkoleniach tematycznych lub udzielenia dotacji na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej (po pok. 9-10%). Z pomocy instytucjonalnej skorzystało jedynie 53% bezrobotnych absolwentów. Najczęściej było to odbycie stażu (ok. 88%). Dane te pokazują bardzo małą efektywność pomocy świadczonej przez instytucje bezrobotnym absolwentom wyższych uczelni. Zarówno wielkość, jak też spectrum oferowanego wsparcia oraz zakres jego wykorzystania są zdecydowanie zbyt małe. Co więcej, ok. 60% bezrobotnych absolwentów nie korzysta z pomocy doradcy zawodowego, zaś ci absolwenci, którzy skorzystali z tej pomocy, najczęściej są z niej zaledwie „raczej zadowoleni” (ok. 60%). Jednakże znaczna liczba absolwentów wyraziła (zdecydowanie lub umiarkowanie) brak zadowolenia z tej formy wsparcia (łącznie ok. 38%).

⁴ Klasyfikacja w oparciu o Rozporządzenie Rady Ministrów Dz. U. Z 2003 r. Nr 98, poz. 895, z dnia 6 maja 2003 r.

⁵ W oparciu o Decyzję 10/2009 Przewodniczącego Państwowej Komisji Akredytacyjnej z 15.12.2009 w sprawie ustalania wykazów kierunków studiów (Nauki Społeczne podzielone zostały na trzy grupy).

2. Ze staży (a więc ogólnie z pomocy instytucjonalnej, gdyż staże stanowią blisko 90% wykorzystywanych form pomocy) najczęściej korzystają absolwenci socjologii, psychologii i nauk politycznych. W dalszej kolejności – także absolwenci administracji i prawa, rolnictwa i leśnictwa. Najczęściej nie korzystają wcale z form wsparcia instytucjonalnego absolwenci matematyki i fizyki oraz nauk ekonomicznych. Stosunkowo często nie korzystają z tego wsparcia absolwenci nauk humanistycznych, pedagogiki i pracy socjalnej. Absolwenci kierunków technicznych częściej niż pozostali, korzystają z innych niż staż form pomocy.
3. Zdaniem bezrobotnych absolwentów najbardziej skutecznym sposobem na znalezienie pracy (niemal połowa wszystkich odpowiedzi) jest wykorzystywanie znajomości, znacznie rzadziej – rozsyłanie CV oraz wizyty w zakładach pracy. Jako najmniej skuteczne wskazywane były takie sposoby jak korzystanie z ofert UP lub prywatnych biur, agencji pośrednictwa pracy oraz telefonowanie do zakładów pracy. Jednak najczęstszymi faktycznie stosowanymi sposobami szukania pracy jest rozsyłanie CV oraz korzystanie z pomocy UP i odpowiadanie na ogłoszenia prasowe lub internetowe (po ok. 80-90% wskazań). Bezrobotni absolwenci szukając pracy najczęściej więc korzystają z tych form, które sami uważają za mało efektywne.
4. Częstość korzystania z Internetu w niewielkim stopniu różnicuje sposoby poszukiwania pracy przez bezrobotnych absolwentów. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, iż ponad 90% absolwentów korzysta z Internetu bardzo często lub często – nie możemy więc w analizie wykorzystać pełnego spectrum wartości tej zmiennej, która zawiera przecież także opcje: rzadko oraz bardzo rzadko lub wcale.
5. Zdaniem absolwentów zwiększenie szans na rynku pracy może nastąpić głównie przez zdobywanie jeszcze wyższych kwalifikacji (ponad 1/3 wskazań) – a także (ale już wyraźnie rzadziej) zdobywanie dodatkowych uprawnień, certyfikatów, licencji.
6. Czynnikiemami zwiększającymi szanse absolwentów na rynku pracy są również doświadczenia zawodowe zebrane w czasie studiów. Okazało się, że ok. 1/3 bezrobotnych absolwentów w czasie studiów pracowała zawodowo, ogromna większość odbyła praktyki zawodowe, a ponad połowa uzyskała dodatkowe uprawnienia. Praktyka pokazała jednak, że te działania okazały się mało efektywne z perspektywy rynku pracy.
7. Ponad połowa bezrobotnych absolwentów byłaby skłonna podjąć każdą pracę, nawet nisko płatną lub nie związaną z wykształceniem, poza miejscem zamieszkania, co wiązałoby się z dojazdami, zmianą miejsca zamieszkania.

8. Kawalerowie i panny są osobami znacznie częściej skłonny do zmiany miejsca zamieszkania, aby móc podjąć pracę, niż osoby pozostające w związkach małżeńskich – i nieco częściej skłonny do podjęcia każdej pracy oraz pracy poza miejscem zamieszkania, co wiązałoby się z koniecznością dojazdów.
9. Bezrobotni absolwenci najczęściej uważają, że dla pracodawców najważniejszymi cechami pracowników są: dyspozycyjność, pracowitość i kwalifikacje. Absolwenci zdecydowanie nie doceniają takich cech jak umiejętność pracy w zespole, ambicja i zdyscyplinowanie (te cechy były wskazywane najrzadziej).
10. Praca zawodowa stanowi dla bezrobotnych absolwentów istotną wartość: ponad połowa badanych wymieniła ją wśród pięciu najbardziej cenionych wartości. Częściej wskazywane było tylko zdrowie i szczęście rodzinne.
11. Badania ukazały, iż w wśród bezrobotnych absolwentów przeważa postawa wobec pracy nasycona pasywnością i skłonnością do asekuracji: częściej preferowany jest pasywny typ zatrudnienia z niższą odpowiedzialnością i bez konieczności podnoszenia kwalifikacji – ale też z niższą szansą awansu i niższymi dochodami, niż typ aktywny, zakładający wyższe dochody, większe szanse awansu, ale wymagający większej odpowiedzialności i podnoszenia kwalifikacji. Postawa pasywna wiąże się z dłuższym czasem pozostawania bez pracy i starszym wiekiem; częściej cechuje kobiety i osoby mieszkające poza Lublinem. Ponieważ tego typu postawa może być ważnym predyktorem aktywności / pasywności w poszukiwaniu pracy, można uznać, że absolwenci zagrożeni długotrwałym bezrobociem to najczęściej osoby już od dłuższego czasu pozostające bez pracy, osoby starsze, mieszkające poza Lublinem, kobiety.
12. Ok. 80% bezrobotnych absolwentów poszukuje pracy odpowiadając na ogłoszenia prasowe lub internetowe (przy uwzględnieniu, że ok. 96% bezrobotnych absolwentów korzysta z Internetu bardzo często lub często) – a efekty tego nie są zadowalające (nadal osoby te pozostają bez pracy), celowe byłoby stworzenie platformy internetowej, której celem byłoby „kojarzenie” absolwentów i pracodawców.

Bezrobotni absolwenci wyższych uczelni w województwie lubelskim w opinii pracodawców i pracowników instytucji rynku pracy. Raport z badań.

Przeprowadzone badania mają związek z istotnymi zmianami uwarunkowań zewnętrznych (prawnych, gospodarczych i społeczno-demograficznych) funkcjonowania szkolnictwa wyższego,

które wymagają od uczelni nowego spojrzenia na realizowane strategie rozwoju i kształcenia. W sytuacji umasowienia studiów wyższych i rosnącego bezrobocia wśród absolwentów uczelni, jak również istotnych zmian w otoczeniu ekonomicznym oraz funkcjonowaniu przedsiębiorstw wynikających między innymi z rosnącej konkurencji, wzrostu oczekiwań klientów, globalizacji, szczególnie zasadne stają się pytania o jakość kształcenia oraz poziom dostosowania programów i metod kształcenia do potrzeb i oczekiwań jednego z głównych interesariuszy uczelni, tj. pracodawców. Ich opinie są dziś pożądanymi źródłami informacji i wiedzy zarówno o jakości kształcenia, oczekiwaniach gospodarki, jak i pozycji uczelni na rynku.

Celem projektu „Lubelska Pracownia” jest zwiększenie szans na zatrudnienie osób z wykształceniem wyższym z województwa lubelskiego, pozostających bez pracy w okresie co najmniej roku od czasu ukończenia uczelni wyższej. Ten strategiczny cel można będzie osiągnąć po przeprowadzeniu wstępnej diagnozy, której jednym z elementów jest uzyskanie wyników badań jakościowych, przeprowadzonych wśród pracodawców i pracowników instytucji rynku pracy na terenie Lubelszczyzny. Niniejszy raport stanowi podsumowanie najważniejszych wyników tych badań.

W badaniach wykorzystano metodę wypracowaną na gruncie badań jakościowych. Podstawową techniką wykorzystaną w badaniach był standaryzowany indywidualny wywiad pogłębiony. Umożliwia on uchwycenie sposobów rozumienia świata badanych osób. Tak więc sposoby postrzegania świata nie pozostają jedynie na poziomie psychicznym, ale są podstawą do podejmowania zgodnych w wyobrażeniach działań. Nie oznacza to zatem, że badamy wyłącznie pewne mentalne reprezentacje, ale możemy przypuszczać, że przekładają się one na rzeczywiste doświadczenia badanych osób. Badania jakościowe pozwalają nam dotrzeć do świata znaczeń badanych, który zazwyczaj nie jest ujawniany w badaniach ilościowych, zrozumienia perspektywy badanych jednostek, dotarcie do ich punktu widzenia. Wywiady poddane zostały transkrypcji, następnie zakodowane.

Sformułowane zostały następujące pytania badawcze:

- Jak przebiega proces poszukiwania pracy przez bezrobotnych absolwentów?
- Jak badani oceniają rynek pracy pod kątem ofert pracy dla absolwentów szkół wyższych?
- Jakie są opinie pracodawców/pracowników IRP o oczekiwaniach bezrobotnych absolwentów?
- Jak badani oceniają potencjał zawodowy absolwentów uczelni wyższych?

Zgodnie z założeniami metodologicznymi badaniami objęto 30 przedstawicieli instytucji rynku

pracy oraz 30 przedsiębiorców/pracodawców z terenu województwa lubelskiego (24 osoby), Chełma (12 osób), Zamościa (12 osób) oraz Białej Podlaskiej (12 osób) z którymi przeprowadzono indywidualne wywiady pogłębione IDI. Ze względu na specyfikę badanej populacji, próba badawcza została dobrana w sposób celowy ze względu na lokalizację instytucji rynku pracy i firm oraz ich typ (tab. 1). Indywidualne wywiady pogłębione przeprowadzono korzystając z pomocy instytucji wspierających bezrobotnych absolwentów (urzędy pracy, agencje pośrednictwa pracy, biura karier). Łącznie zbadano 20 mężczyzn i 20 kobiet.

Materiał badawczy zebrany w trakcie wywiadów z pracodawcami oraz przedstawicielami IRP pozwala na sformułowanie następujących spostrzeżeń, które są jednocześnie odpowiedziami na postawione we wstępie pytania badawcze:

- Ogólna ocena jakości merytorycznego przygotowania absolwentów jest oceniana jako raczej pozytywna – chociaż bardzo zróżnicowana.
- Na lokalnym rynku pracy występuje przewaga podaży nad popytem na absolwentów uczelni wyższych. Oferty pracy kierowane do absolwentów są często wygórowane pod względem oczekiwań, w zamian nie oferują zadowalających warunków płacowych.
- Współczesnych absolwentów charakteryzuje brak przygotowania przez uczelnie wyższe do aktywnego poruszania się na rynku pracy. Postulowano wprowadzenie obowiązkowych zajęć z doradztwa zawodowego/personalnego służących m.in. do rzetelnej samooceny, przygotowania na inwestycję w siebie w pierwszych latach pracy zawodowej, solidności w pracy, samozaparciu w poszukiwaniu rozwiązań, także spoza specjalistycznej wiedzy, zdolności do nauki przez całe życie.
- Badani sugerowali wprowadzenie przez szkoły wyższe przede wszystkim:
 1. innych metod kształcenia (więcej praktycznej wiedzy np. biznesowej),
 2. zbliżenie dwóch światów (uczelni i biznesu) – konsekwentne wdrażanie inicjatyw i zmian przez uczelnie służące nawiązywaniu bezpośrednich kontaktów z pracodawcami poprzez podpisywanie umów o współpracy,
 3. zwrócenia szczególnej uwagi na praktyki zawodowe odbywane przez studentów,
 4. odbywania części zajęć w warunkach realnych,
 5. konsultowanie programów nauczania z praktykami.
- Dla większości respondentów najważniejszym czynnikiem decydującym o zatrudnieniu danego kandydata jest jego chęć i wewnętrzna motywacja do pracy. Cechy personalne, które pracodawcy cenią u pracowników – absolwentów szkół wyższych, to między innymi: efektywna komunikacja, znajomość języków obcych, otwartość na uczenie się i rozwój,

zaangażowanie, praca w zespole, umiejętność określania i uzasadniania priorytetów, etyczne postępowanie, jako podstawa w działaniu, odpowiedzialność, umiejętność organizacji pracy i efektywnego zarządzania czasem, elastyczność i zdolność do adaptacji.

- Absolwenci studiów w systemie niestacjonarnym zostali ocenieni znacznie lepiej niż absolwenci studiujący stacjonarnie: są bardziej otwarci, aktywni, mają relatywnie bardziej rozwinięte tzw. miękkie kompetencje, zaznajomieni z pracą, bardziej dojrzaלי emocjonalnie do podjęcia pracy zawodowej.
- Opinie pracodawców/pracowników IRP o oczekiwaniach bezrobotnych absolwentów są zróżnicowane. Według respondentów widoczne są dwie główne grupy bezrobotnych absolwentów: 1) osoby o nierealnie wysokich wymaganiach płacowych, socjalnych, jednocześnie nieprzygotowane do wejścia na rynek pracy, 2) absolwenci „wycofani” bez planów zawodowych, bez wytyczonych celów i priorytetów, żyjący od jednej pracy do drugiej.
- Opinie na temat absolwentów są zróżnicowane w zależności od rodzaju i wielkości firmy: te najmniejsze (mikro) poszukują absolwentów posiadających dobrze rozwinięte kompetencje miękkie, małe wśród wymogów akcentują biegłą znajomość języka obcego (zwłaszcza języka angielskiego) i umiejętność korzystania z narzędzi informatycznych, firmy średnie poszukują najczęściej specjalistów po tzw. renomowanych uczelniach, głównie technicznych podkreślając rolę wykształcenia kierunkowego.
- Pracodawcy i pracownicy IRP generalnie nie są zadowoleni ze współpracy z uczelniami. Najpopularniejszą i w zasadzie jedyną rozpowszechnioną formą realizacji tej współpracy jest odbywanie praktyk na terenie przedsiębiorstw i uczestniczenie w Targach Pracy. Ponadto respondenci podkreślają, że zdecydowanie chętniej zatrudniliby absolwentów, z którymi mieliby styczność podczas praktyk bądź staży.

Bezrobotni absolwenci wyższych uczelni w województwie lubelskim. Identyfikacja barier startu zawodowego. Raport podsumowujący.

Platforma jest niezbędnym elementem rynku pracy, gdyż ze względu na małą efektywność innych narzędzi i instytucji rynku pracy (akademickich biur karier, urzędów pracy, agencji pośrednictwa pracy) stanowi novum w tym obszarze działań i stwarza możliwości znalezienia pracy bezrobotnym absolwentom. Obecnie na rynku funkcjonują jedynie platformy kojarzące na zasadzie preferencji – absolwenta i pracodawcę. Platforma Lubelska będzie opierała się na innej koncepcji:

w założeniach ma posiadać inny format umożliwiający poprzez odpowiednie narzędzia (testy osobowościowe, analizy mocnych i słabych stron, propozycje uzupełnienia swoich kwalifikacji zawodowych i kompetencji miękkich wskazanie obszarów do dalszego doskonalenia), znaczne skrócenie czasu rekrutacji i lepsze dopasowanie absolwenta i pracodawcy.

W szczególności Platforma stwarza możliwość/daje szansę na:

1. Powstanie wirtualnej społeczności, w której skład będą wchodzić bezrobotni absolwenci i pracodawcy.
2. Redukcję wrażenia „nie jestem sam”, co zmniejsza dotkliwe poczucie osamotnienia wielu absolwentów w sytuacji braku pracy.
3. Zmniejszenie poczucia wyobcowania i zwiększenie poziomu motywacji absolwentów do aktywnego i korzystania z Platformy.
4. Wykorzystanie Internetu, którym aktywnie posługuje się ogromna większość bezrobotnych absolwentów i korzysta z tego medium przy poszukiwaniach pracy; jest to więc narzędzie przyjazne dla tej kategorii użytkowników. W chwili obecnej „ścieżka internetowa” jest mało efektywna, gdyż absolwenci nadal pozostają bez pracy. Celem Platformy jest uzupełnienie tej luki, dostarczenie absolwentom przyjaznego narzędzia umożliwiającego skojarzenie absolwenta z pracodawcą.
5. Na wzór portali społecznościowych daje szansę uczestniczenia w wirtualnej społeczności także absolwentom o niskiej samoocenie, mającym trudności w relacjach interpersonalnych (co utrudnia nawiązywanie kontaktu z pracodawcami w drodze bezpośrednich kontaktów, takich jak rozmowa kwalifikacyjna, wizyty w zakładach pracy itp.).
6. Łatwej wymiany informacji pomiędzy poszczególnymi grupami użytkowników Platformy.
7. Dostępu do skomasowanego zbioru aktualnych informacji o rynku pracy, w odróżnieniu od obecnie funkcjonujących rozproszonych i często nie aktualizowanych źródeł danych.

Dodatkową zaletą Platformy jest jej niski koszt funkcjonowania w porównaniu z obecnie działającymi instytucjami rynku pracy. Platforma mogłaby się stać konkurencyjnym graczem na rynku usług pośrednictwa pracy, porządkując go i nadając mu bardziej racjonalny, rynkowy charakter.

Na podstawie badań ilościowych i jakościowych można podjąć próbę sformułowania zaleceń dla głównych interesariuszy projektu, tj.: uczelni, pracodawców, ustawodawcy.

Uczelnie:

- Należy położyć większy nacisk na zaangażowanie przedstawicieli biznesu w konsultacje dotyczące dostosowywania profilu kształcenia do aktualnych potrzeb rynku pracy. Ponadto w ramach współpracy należy: powierzyć prowadzenie wybranych przedmiotów przedstawicielom biznesu, w ramach semestralnych lub rocznych konsultacji prowadzonych w obrębie katedry lub wydziału korygować programy studiów, zintensyfikować współpracę poprzez odpowiedni dobór członków Rady Biznesu i Konwentu działających przy Uczelniach (dotychczasowe przykłady świadczą o tym, że są to twory martwe istniejące tylko na papierze).
- Wskazane jest dążenie do rozszerzenia stosowania narzędzi, których celem jest udzielenie wsparcia swoim absolwentom w początkowych etapach wejścia na rynek pracy; Uczelnie nie powinny pozostawiać swoich absolwentów samym sobie. Postuluje się uruchomienie znacznie więcej niż dotychczas innowacyjnych, multimedialnych platform/portali kojarzącymi absolwentów z pracodawcami, a ponadto dostarczających obu stronom, absolwentowi i pracodawcy, wyczerpujących danych o sobie nawzajem. Uczelnie powinny zwiększyć aktywność biur karier i doradztwa zawodowego/personalnego w kontaktach z pracodawcami i studentami. Proponuje się wprowadzenie obowiązkowych zajęć dla wszystkich studentów z aktywnych form poruszania się na rynku pracy, aktywnego planowania ścieżki kariery zawodowej począwszy od pierwszego semestru studiów, najlepiej w formie warsztatów. Nie wpisanie do siatek programowych zajęć z aktywnego poruszania się na rynku pracy jest niewybaczalnym niedociągnięciem. Bazowanie na dobrowolności skorzystania z pomocy doradcy zawodowego zatrudnionego w uczelnianym Biurze Karier skutkuje tym, że nie cieszą się one popularnością wśród studentów. Proponuje się także zmianę nazwy stanowiska z doradcy zawodowego kojarzącego się z urzędami pracy oraz bezrobotnymi na coach zawodowy.
- Wskazane jest, aby uczelnie nadały większy priorytet przygotowaniu absolwentów do wejścia na rynek pracy, poprzez zmianę metod kształcenia. Proponuje się, aby zdecydowanie większy nacisk położono na rozwijanie kompetencji tzw. miękkich (najwyżej cenionych przez pracodawców a niedocenianych przez absolwentów) poprzez kształtowanie i rozwijanie umiejętności zastosowania wiedzy w praktyce: pracę w grupie, autoprezentację i nawyk ustawicznego kształcenia. Większą wagę należy położyć na

realizowanie podczas studiów praktycznych projektów, które stanowiłyby świetny materiał na portfolio studenta prezentowane podczas kontaktów z pracodawcami.

- Uczelnie powinny kłaść zdecydowanie większy nacisk na rozwijanie aktywności pozanaukowej swoich studentów poprzez angażowanie studentów w prace wolontariatu, prace organizacyjne (konferencje, zbiórki, projekty pożytku publicznego) już od pierwszego roku studiów. Wolontariat jest doskonałą okazją do zdobycia tak cenionego przez pracodawców doświadczenia zawodowego, a także nauczania studentów szacunku do pracy. Jest to możliwe w sytuacji, kiedy kadre dydaktyczną wzbogaci się o praktyków związanych ze środowiskiem NGO czy organizacjami typu non profit.
- Uczelnie powinny tak programować treści kształcenia, aby spełniały one wymóg interdyscyplinarności. Obecnie poszukiwani są absolwenci prezentujący wiedzę z zakresu kilku dyscyplin naukowych. Postuluje się, aby studenci mieli możliwość (nie tylko poprzez indywidualny tok studiów) wpływu na kształt programu swoich studiów. Należy wprowadzać do siatek konkretnych kierunków studiów całe moduły z innych/pokrewnych, bądź też zupełnie odmiennych, dyscyplin naukowych. Moduły składające się z kilku kluczowych przedmiotów stanowiących trzon kursu pozwalające na osiągnięcie kompetencji na odpowiednim poziomie.
- Uczelnie powinny dołożyć wszelkich starań, aby praktyki realizowane w trakcie studiów były początkiem budowania więzi z pracodawcą. Postuluje się ustanowienie funkcji mentora/opiekuna absolwenta w firmie, w której odbywają się praktyki opłacanego z funduszy zewnętrznych. Przyczyni się to do podniesienia jakości praktyk.
- Jest istotne, aby uczelniane biura karier w znacznie szerszym stopniu niż dotychczas informowały i promowały wśród studentów praktyki i staże, uczestniczyły w przygotowaniu absolwentów do etapu wstępnego rekrutacji i służyły im wsparciem poprzez osobę coacha zawodowego w następnych etapach, a także utrzymywały kontakt na początku drogi zawodowej (np. przez okres 6 m-cy).
- Uczelnie powinny pracować nad świadomością studentów pod kątem czekających ich wyzwań po ukończeniu studiów i w przyszłym życiu zawodowym oraz społecznym. W szczególności studentom potrzebna jest świadomość realnych możliwości odnalezienia się na rynku pracy po zakończeniu studiów.

Pracodawcy:

- Sugeruje się, aby w większym stopniu inicjować współpracę z uczelniami. Postuluje się, aby pracodawcy w większym niż dotychczas stopniu wchodzili we współpracę, partnerstwo z Uczelniami m.in. poprzez kooperację na platformach internetowych. Takie działanie jest niezbędne do budowania kapitału zaufania pomiędzy biznesem i nauką, a ponadto będzie stanowiło doskonałe tło do reklamy swojego potencjału.
- Należy podjąć działania zmierzające do zmiany przekonania pracodawców, iż studia licencjackie nie dostarczają pełnowartościowych absolwentów, a nie głównie osoby o tzw. „niepełnym” wyższym wykształceniu.
- Proponuje się, aby pracodawcy aktywnie działali w Radach Biznesu rozszerzając sposoby komunikowania się i współpracy zarówno z władzami i kadrą uczelni, jak i ze środowiskiem studenckim.
- Wysuwa się propozycję, aby pracodawcy zwiększyli swoją świadomość z korzyści płynących z przyjmowania do siebie studentów na praktyki. Praktyki i staże to doskonała okazja do wyselekcjonowania najlepszych kandydatów do pracy. Wyznaczony przez firmę opiekun praktyk (mentor) to pierwszy nauczyciel praktycznej nauki zawodu i pierwszy selekcjoner, nie powinna być to osoba przypadkowa.
- Pracodawcy powinni zabiegać o opiniowanie lub współtworzenie programów kształcenia dla studentów oraz słuchaczy studiów podyplomowych. To w interesie pracodawców jest kształcenie praktyczne zgodne z lokalnym profilem gospodarczym. Prace dyplomowe to doskonała okazja do praktycznego interdyscyplinarnego rozwiązywania problemów w funkcjonowaniu firm. Jednocześnie istnieje ryzyko, iż wykształceni pod tym kątem absolwenci opuszczą Lubelszczyznę mogąc mieć poważne problemy z dopasowaniem się do wymogów innych rynków pracy.
- Pracodawcy powinni zostać uwrażliwieni na dodatkową, pozanaukową działalność studentów. Osoba aktywnie działająca w wolontariacie lub posiadająca zdolności organizacyjne to dobry materiał na pracownika.
- Postuluje się wzmocnienie systemu szkoleń i nabywania umiejętności oraz certyfikatów zawodowych już na etapie studiów, ewentualnie podczas praktyk studenckich. Zadania takie przypisać należy akademickim biurom karier, które współpracowałyby w tym zakresie z Urzędem Pracy oraz zewnętrznymi firmami szkoleniowymi i consultingowymi.
- Promowanie wśród absolwentów założenia własnej działalności gospodarczej poprzez finansowanie początkowej działalności. Pieniądze na założenie własnej działalności, dla

osób z innowacyjnymi planami winny być większe, ale wydatkowane racjonalnie po dokładnym sprawdzeniu biznes planu przez fachowców.

Ustawodawca:

- Proponuje się stworzenie nowej formy umowy o praktykę absolwencką, która byłaby zawierana na dłuższy niż obecnie czas. Wydłużenie jej pozwoliłoby zainteresowanym nabrać większego doświadczenia, a przedsiębiorcom angażować absolwentów w bardziej złożone projekty.
- Proponuje się, aby ustawodawca ponownie pochylił się nad propozycjami zmniejszenia obciążeń najniższych wynagrodzeń podatkami i składkami. Postuluje się zmiany w ustawie o praktykach absolwenckich, możliwości wydłużenia maksymalnego okresu zatrudnienia w formie pracy tymczasowej do minimum 24 miesięcy (m.in. takie zmiany postulował Lewiatan, nie zostały one jednak wprowadzone).
- Postuluje się wprowadzenie ulgi przy zatrudnianiu absolwenta, podobne jak dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą, tzn. podstawa opłacania składki na ubezpieczenia społeczne przez pierwsze 24 m-ce wynosiłaby 30% minimalnego wynagrodzenia w danym roku kalendarzowym. Obniży to koszty pracy, o co wnioskuje pracodawcy.
- Proponuje się rozważenie możliwości dołączania do dyplomów opinii/rekomendacji wystawionych przez promotorów (osób, które podczas pracy ze studentami są w stanie poznać ich słabe i mocne strony). Taka opinia stanowiłaby suplement do dyplomu.

Z analizy danych jakościowych wynika jeszcze jedna rekomendacja, nie związana ściśle z projektem a mogąca przyczynić się do poprawy sytuacji absolwentów na rynku pracy. Dotyczy ona wprowadzenia nowego instrumentu: „Bon absolwenta” lub „Karta absolwenta” obejmującego cały pakiet preferencji zatrudniania absolwenta w wymiarze 3-5 letnim. Firmy zatrudniające absolwenta mogłyby skorzystać z bezpłatnych staży np. do 6 m-cy, a następnie zatrudnienia na okres do 12 m-cy na preferencyjnych warunkach np. niższe składki do ZUS – podstawa naliczania składki to minimalne wynagrodzenie, brak składek na Fundusz Pracy, nieopłacenie składki rentowej. Następnie po roku czasu zatrudnienia pracodawca mógłby starać się o bezpłatne szkolenia lub inne formy podnoszenia kwalifikacji przez zatrudnionego absolwenta celem uzyskania odpowiednich uprawnień i certyfikatów dla zatrudnienia na określonym stanowisku. Proces taki należy rozłożyć w czasie, stąd propozycja od 3 do 5 lat.

Badania ilościowe oraz jakościowe wskazują zasadność przygotowania nowoczesnej, innowacyjnej platformy internetowej mogącej w znacznym stopniu ułatwić wejście na rynek pracy i uczestnictwo w nim.

Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

Cel wprowadzenia innowacji musi być tożsamy z celem projektu, zawartym we wniosku o dofinansowanie projektu, w strategii jednak należy dokładniej opisać:

- *jaki będzie pożądaný stan docelowy po wprowadzeniu innowacji,*
- *w jaki sposób będzie można zweryfikować, czy cel ten został osiągnięty (skąd będą czerpane dane do weryfikacji, w jaki sposób będzie można dokonać pomiaru, jakie wskaźniki będą stosowane do weryfikacji osiągnięcia celu i jaka ich wartość świadczyć będzie o jego osiągnięciu).*

W celu umożliwienia weryfikacji zgodności powyższych zapisów z celem/ami głównym.

CELE INNOWACJI

- Projekt jest zgodny z tematem projektu innowacyjnego, ponieważ wprowadza nowy instrument aktywizacji zawodowej i społecznej absolwentów bez zatrudnienia w okresie 12 m-cy od ukończenia studiów wyższych, wprowadzając przy tym szereg unikatowych rozwiązań i angażując w realizację szerokie grono instytucji rynku pracy i pracodawców z województwa lubelskiego – platformę internetową „Lubelska Pracownia”,
- Projekt charakteryzuje się innowacyjną formą wsparcia, w sposób odmienny podchodzi do problemu bezrobotnych kobiet i mężczyzn wśród absolwentów uczelni wyższych. Jej celem jest ułatwienie absolwentom uczelni wyższych w województwie lubelskim szybkiego znalezienia pracy, zorientowania się w wymaganiach pracodawców, co pozwoli na dokończenie, odbycie dodatkowych szkoleń, zdobycie certyfikatów, nawet jeszcze przed ukończeniem szkoły wyższej, aby być bardziej konkurencyjnym w momencie wchodzenia na lokalny rynek pracy (w tym np. na lubelski rynek pracy), a następnie ograniczyć stopę bezrobocia w tej grupie. Dodatkowo Absolwent znajdzie poradniki jak skutecznie szukać pracy i dobrze zaprezentować się na rozmowie kwalifikacyjnej,
- Projekt charakteryzuje się innowacyjną formą wsparcia, w sposób odmienny podchodzi do pracodawców poszukujących pracowników. Szczegółowe wypełnienie oferty pracy pozwoli pracodawcy oszczędzić czas na przeprowadzenie rozmów kwalifikacyjnych, czy czytanie CV. System sam dopasuje pracownika do oferty pracodawcy. Dodatkowo pracodawca znajdzie na portalu liczne informatory na temat zatrudniania i doboru pracowników.

POŻĄDANY STAN DOCELOWY

W ramach realizacji projektu powstanie innowacyjna platforma internetowa, która pozwoli:

- Poznać oczekiwania pracodawców i zgłaszane zapotrzebowanie na określone kwalifikacje i umiejętności poprzez syntetyczne informacje generowane przez system,
- Szybko, łatwo stworzyć uniwersalne CV, ukazujące umiejętności i wiedzę absolwenta, które nie muszą odnosić się konkretnie do jednego wyuczonego zawodu (większe szanse na dopasowanie profilu absolwenta do ofert pracodawców),
- Pracodawcom stworzyć szybko i skutecznie profil poszukiwanego kandydata, umożliwić zapoznanie się z kwalifikacjami osób poszukujących pracy w szybki sposób, bez konieczności przeglądania tysiąca CV, co ograniczy m.in. koszty rekrutacji, czas poświęcony na analizę aplikacji,
- Instytucjom rynku pracy, uczelniom wyższym, studentom, licealistom pozyskiwać na bieżąco aktualne informacje o lokalnym rynku pracy (np. lubelskim rynku pracy), poszukiwanych kwalifikacjach, dostępnych zasobach ludzkich.

Platforma internetowa będzie umożliwiała korzystanie z:

- instrukcji korzystania z portalu (tworzenia profili, generowania raportów itp.) w PDF do pobrania na portalu i wydrukowanej broszury,
- programu szkolenia dla Biura Karier, które będą szkolić z zasad korzystania z portalu osoby zainteresowane,
- opisu kompetencji i umiejętności, które będą dostępne do wyboru przy tworzeniu profilu przez absolwenta i pracodawcę,
- testów kompetencji dla absolwentów tworzących profile osobowe – forma elektronicznej aplikacji na portalu,
- gry symulacyjnej on-line (ścieżka rekrutacyjna absolwenta od stworzenia CV, listu motywacyjnego, przeglądu i wyboru ofert pracy, aplikacji na stanowisko, testów rekrutacyjnych, aż do uzyskania zatrudnienia).

Platforma internetowa będzie się charakteryzowała następującymi cechami:

- kompleksowym podejściem do zaspokajania potrzeb informacyjnych zróżnicowanych grup odbiorców i uczestników poszukujących informacji o lokalnym rynku pracy (np. lubelskiego rynku pracy) – (samorządy lokalne, licealiści),

- odejściem od systemu badań okresowych na rzecz ciągłych badań lokalnego rynku pracy województwa lubelskiego (np. lubelskiego rynku pracy) – kliknięcie generuje raport, który może się zmieniać w każdej chwili ze względu na dynamikę może być generowany w dowolnym momencie),
- uszczegółowieniem prognozowania do poziomu szczegółowych umiejętności zawodowych i społecznych na różnych poziomach agregacji danych,
- pozycjonowaniem, zdiagnozowaniem i określeniem luk kompetencyjnych na lokalnym rynku pracy województwa lubelskiego (np. lubelskiego rynku pracy) oraz kompetencji nadmiarowych,
- możliwościami oddzielenia kompetencji od obowiązującej klasyfikacji zawodów, dzięki czemu będzie możliwe identyfikowanie wiązek kompetencji stymulujących rozwijanie się nowych zawodów,
- zapewnieniem bezpłatnego użytkowania przez przedsiębiorców (ważny element dla MSP), pracodawców oraz absolwentów.

WERYFIKACJA OSIĄGANÝCH CELÓW

Projekty innowacyjne POKL mają na celu poprawę jakości działań w danym obszarze poprzez wypracowanie nowego rozwiązania/podejścia/metody działania i jego włączenie do polityki.

Projekt zakłada następujące cele:

CEL GŁÓWNY:

Zwiększenie szans na zatrudnienie osób z wyższym wykształceniem z województwa lubelskiego, pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 m-y od ukończenia szkoły wyższej od 01.07.2012 do 31.03.2015.

Lp	Wskaźnik pomiaru celu	Termin realizacji	Wartość docelowa wskaźnika	Źródło weryfikacji/pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru	Osoba odpowiedzialna
1	100 (70K30M) absolwentów, którzy zwiększą swoje szanse zawodowe poprzez utworzenie profili na portalu	od 01.05.2013 do 30.06.2014	100 (70K30M)	1)lista profili generowana przez system; weryfikacja(w)1/m-c;	Koordinator projektu

2	30 pracodawców, którzy zamieszczą ofert pracy na portalu	od 01.05.2013 do 30.06.2014	30 pracodawców	2)Lista pracodawców gener.przez system; weryfikacja:1/m-c;	Koordynator projektu
3	75 ofert pracy zamieszczonych na portalu	od 01.05.2013 do 30.06.2014	75 ofert pracy	3)Lista ofert z system; weryfikacja:1/m-c,	Koordynator projektu
4	100 (70K30M) osoby, które będą uczestniczyły w poradach on-line	od 01.05.2013 do 30.06.2014-	100 (70K30M)	4)protokół z porad,lista osób zalogowanych na porady; weryfikacja:1/m-c,	Koordynator projektu
5	520 instytucji rynku pracy, które otrzymają informację o Lubelskiej Pracowni	od 01.07.2014 do 31.03.2015-	520 instytucji rynku pracy,	5)protokół z wysłania,baza adresowa IRP; weryfikacja:1/m-c;	Koordynator projektu

CELE SZCZEGÓŁOWE:

CEL 1:

Zwiększenie dostępu do wiedzy na temat potrzeb absolwentów/ek uczelni wyższych i pracodawców województwa lubelskiego wśród min. 30 instytucji rynku pracy w województwie lubelskim do od 01.07.2012 do 31.03.2015.

Lp	Wskaźnik pomiaru celu	Termin realizacji	Wartość docelowa wskaźnika	Źródło weryfikacji/pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru	Osoba odpowiedzialna
1	30 instytucji rynku pracy,które wygenerują raporty z platformy	od 01.05.2013 do 31.03.2015	30 instytucji rynku pracy	3)Lista ofert z system; weryfikacja:1/m-c,	Koordynator projektu

CEL 2:

Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności oraz pewności siebie w zakresie poszukiwania pracy u min. 100 bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych (70K, 30M) pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 m-cy od zakończenia studiów wyższych z województwa lubelskiego od 01.07.2012 do 31.03.2015.

Lp	Wskaźnik pomiaru celu	Termin realizacji	Wartość docelowa wskaźnika	Źródło weryfikacji/pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru	Osoba odpowiedzialna
1	100 (70K30M) – osoby, które skorzystają z porad zawodowych on-line,	od 01.05.2013 do 30.06.2014	100 (70K30M)	4)protokół z porad,lista osób zalogowanych na porady; weryfikacja: 1/m-c,	Koordynator projektu
2	100 (70K30M)– osoby, które utworzyły swoje profile zawodowe,	od 01.05.2013 do 30.06.2014	100 (70K30M)	1)lista profili generowana przez system;weryfikacja(w)1/m-c;	Koordynator projektu
3	100 (70K30M)– osoby, które podniosły swój poziom wiedzy, umiejętności oraz pewności siebie dzięki Lubelskiej Pracowni	od 01.05.2013 do 30.06.2014	100 (70K30M)	-kwestionariusze bad.poziom wiedzy i postawy,zamieszczone na portalu;w:1/m-c;	Koordynator projektu
4	100 (70K30M) – osoby, które będą uczestniczyły w grze symulacyjnej.	od 01.05.2013 do 30.06.2014	100 (70K30M)	3)Lista ofert z system; weryfikacja: 1/m-c,	Koordynator projektu

Cel główny i cele szczegółowe wprowadzenia innowacji jest tożsamy z celem projektu zawartym we wniosku o dofinansowanie projektu.

III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

W tej części strategii powinien się znaleźć opis innowacji, uwzględniający następujące elementy:

- *na czym polega innowacja,*
- *komu służy, kto będzie mógł ją wykorzystywać w przyszłości (grupy docelowe),*
- *jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie,*
- *jakie efekty może przynieść jej zastosowanie,*
- *jakie elementy obejmować będzie innowacja (co będzie się na nią składać, co będzie stanowiło produkt finalny), pamiętając że produkt finalny to tylko element innowacji, jej narzędzie.*

Innowacją jest sposób rozwiązania problemu, który dotychczas nie był rozwiązywany, a produkt finalny jest jedynie instrumentem służącym stosowaniu tej innowacji. W tej części szczególnie istotne jest określenie w sposób szczegółowy warunków, jakie muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie, tj. m.in. warunków w zakresie przygotowania użytkowników, zaangażowania innych instytucji, technicznym (np. odpowiedniego wyposażenia), prawnym. W tym kontekście istotne jest również wskazanie szacowanego kosztu i czasu wdrożenia wypracowywanego produktu.

Opis innowacji może różnić się od opisu zawartego we wniosku o dofinansowanie projektu na tyle, na ile wynika to z przeprowadzonych badań oraz ze zrealizowanych już prac nad wstępną wersją produktu finalnego, a także z konsultacji z grupami docelowymi, przy czym niezbędne jest wskazanie i uzasadnienie różnic.

NA CZYM POLEGA INNOWACJA? ELEMENTY INNOWACYJNOŚCI

Projekt charakteryzuje się innowacyjną formą wsparcia poprzez:

- stworzenie jednolitego systemu „łączenia/parowania” pracownika z pracodawcą (obie strony tworząc oferty wybierają spośród tych samych cech, umiejętności, kwalifikacji itp.)
- automatyczne dopasowanie ofert (strony decydują o kontakcie bądź nie)

- kompleksowe podejście do zaspokajania potrzeb informacyjnych zróżnicowanych grup osób poszukujących informacji o lubelskim rynku pracy (m.in. absolwenci uczelni wyższych, studenci, instytucje rynku pracy, samorządy lokalne, licealiści)
- odejście od systemu badań okresowych na rzecz ciągłych badań lubelskiego rynku pracy (kliknięcie generuje raport, który może się zmieniać w każdej chwili, ze względu na dynamikę zmian) co gwarantuje mniejsze nakłady finansowe
- uszczegółowienie prognozowania do poziomu szczegółowych umiejętności zawodowych i społecznych na różnych poziomach agregacji danych
- możliwość oddzielenia kompetencji od obowiązującej klasyfikacji zawodów - możliwość identyfikowania kompetencji stymulujących rozwijanie się nowych zawodów
- zapewnienie bezpłatnego użytkowania przez wszystkich użytkowników, w tym przedsiębiorców

Projekt charakteryzuje się innowacyjną formą wsparcia, skierowaną do absolwentów uczelni wyższych zarówno kobiet i mężczyzn. Narzędzie angażuje we współpracę instytucje rynku pracy, pracodawców, NGOS, instytucje szkoleniowe, biura karier uczelni wyższych, agencje zatrudnienia. Innowacyjność projektu odnosi się do problemu, grupy odbiorców, użytkowników.

Innowacyjność w wymiarze problemu odnosi się do bezrobocia absolwentów Uczelni Wyższych oraz działań jakie zostaną podjęte na rzecz aktywizacji zawodowej i społecznej absolwentów. W obecnym czasie nielicznej grupie bezrobotnych absolwentów, z powodu ograniczonych środków finansowych, instytucje rynku pracy oferują w zakresie zadań ustawowych doraźne wsparcie w postaci staży, szkoleń. Miesięczny koszt stypendium stażowego, szkoleniowego jest zgodny z ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy i równy jest 120 % obowiązującego zasiłku. W kontekście nakład/rezultat trudno mówić o efektywności zatrudnieniowej w stosunku do poniesionych kosztów, tak więc wsparcie ustawowe nie może być uznawane za komplementarne rozwiązanie problemu bezrobotnych absolwentów. Innowacyjny produkt w formie platformy informatycznej ułatwi znalezienie pracy bezrobotnym absolwentom oraz pozwoli zapobiegać bezrobociu tej grupie jeszcze przed wystąpieniem zjawiska bezrobocia. Wdrożenie innowacyjnego produktu nie spowoduje pozbycia się zjawiska bezrobocia wśród absolwentów, ale w znacznym stopniu może je ograniczyć.

Innowacyjność w wymiarze grupy docelowej polega na aktywizacji zawodowej i społecznej absolwentów szkół wyższych bezpośrednio po wejściu na rynek pracy oraz jeszcze w okresie studiów (ostatni rok studiów) poprzez kompleksowe wsparcie w zakresie zebrania w jednym narzędziu wiedzy z zakresu lokalnego rynku pracy, aktywizacji zawodowej i społecznej. Stworzenie

innowacyjnego narzędzia w formie portalu-platformy internetowej Lubelska Pracownia umożliwi absolwentom:

- korzystanie z poradników jak skutecznie szukać pracy i dobrze zaprezentować się na rozmowie kwalifikacyjnej,
- korzystanie z gry uczącej sposobów postępowania w czasie poszukiwania pracy,
- korzystanie z aplikacyjnych co zwiększy szanse na prawidłowe połączenie / sparowanie aplikacji z ofertą pracodawcy,
- indywidualny dobór systemu, absolwent skorzysta z oferty dostosowanej do jego umiejętności i predyspozycji,
- tworzenie własnych profili na platformie,
- tworzenie dokumentów aplikacyjnych,
- rozwiązywanie testów kompetencyjnych,
- udział w grze symulacyjnej,
- korzystanie z generowanych przez system informacji o lubelskim Rynku Pracy,
- udział w poradach on-line.

Innowacyjność w wymiarze użytkowników w głównej mierze dotyczy pracodawców, którzy szybciej znajdą pracownika o wskazanych preferencjach. Szczegółowe wypełnienie oferty pracy pozwoli pracodawcy oszczędzić czas na przeprowadzenie rozmów kwalifikacyjnych, czy czytanie CV. System sam dopasuje pracownika do oferty pracodawcy. Pracodawca znajdzie na portalu liczne informatory na temat zatrudniania i doboru pracowników. W odniesieniu do pozostałych użytkowników, szerzej opisanych w dalszej części rozdziału (grupy docelowe) portal umożliwi:

- bieżące pozyskiwanie i aktualizację wielu informacji jednocześnie w czasie rzeczywistym,
- kompleksowe zaspokojenie potrzeb informacyjnych o lokalnym rynku pracy zarówno wśród grupy odbiorców jak również użytkowników,
- bezpłatne korzystanie z portalu pracodawcom,
- dostarczenie wiarygodnych danych dotyczących lokalnego rynku pracy poprzez możliwość generowania raportów,
- prognozowanie oraz zapotrzebowania na konkretne kwalifikacje oraz zawody poprzez, weryfikację zamieszczanych ofert pracy,
- pracodawcom stworzenie profilu kandydata do pracy.
- usystematyzować wiedzę bądź zdobyć pierwsze doświadczenia w zakresie poszukiwania zatrudnienia poprzez zamieszczenie niezbędnych informacji, porad online, grę symulacyjną,

Platforma internetowa „Lubelska Pracownia” jest innowacyjnym portalem dostosowanym do wyzwań rynku pracy i potrzeb bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych. Jego celem jest ułatwienie absolwentom uczelni wyższych w województwie lubelskim szybkiego znalezienia pracy, zorientowania się w wymaganiach pracodawców. Informacje pozyskane o lokalnym rynku pracy dzięki portalowi wzmogą działania na kształcenie, odbycie dodatkowych szkoleń, zdobycie certyfikatów, nawet jeszcze przed ukończeniem szkoły wyższej, aby być bardziej konkurencyjnym w momencie wchodzenia na lubelski rynek pracy, a następnie ograniczyć stopę bezrobocia w tej grupie. Dodatkowo Lubelska Pracownia umożliwi pozyskiwanie i aktualizację kompleksowych informacji o lubelskim Rynku Pracy na bieżąco (stały monitoring oraz prognozowanie zmian, które mogą nastąpić w przyszłości).

Taka forma wsparcia o takim zakresie użyteczności nie występuje w województwie lubelskim (innowacyjna forma wsparcia, problem jest znany, ale nie został skutecznie rozwiązany, grupa docelowa jest także zdiagnozowana, ale do tej pory nie była wspierana w tak zindywidualizowany sposób). Jest to jedyny w swoim rodzaju w Polsce zestaw narzędzi stworzonych specjalnie w ramach projektu. Innowacyjny produkt w formie platformy informatycznej ułatwi znalezienie pracy bezrobotnym absolwentom oraz pozwoli zapobiegać bezrobociu tej grupie jeszcze przed wystąpieniem zjawiska. Ponadto dzięki elementowi gromadzenia i prognozowania informacji będzie możliwość skupienia wielu informacji o lubelskim rynku pracy w jednym miejscu, aktualizowaniu na bieżąco oraz filtracji danych w zależności od odbiorcy i jego potrzeb, co będzie skuteczniejsze i wymagające mniejszych nakładów finansowych i rzeczowych niż badania okresowe przeprowadzane przez szereg różnych instytucji.

KOMU SŁUŻY, KTO BĘDZIE MÓGŁ JĄ WYKORZYSTYWAĆ (GRUPA DOCELOWA)

Grupa docelowa została dokładnie przeanalizowana i dobrana pod kątem rodzaju, skali problemu i możliwości jego rozwiązania.

Odbiorcy w wymiarze:

-docelowym to wszyscy absolwenci Uczelni Wyższych, studenci ostatniego roku studiów, pracodawcy UW WL,

-testowania to bezrobotni absolwenci Uczelni Wyższych (70K i 30M) pozostający bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy od zakończenia Szkoły Wyższej z Województwa Lubelskiego, 30

pracodawców w tym w szczególności przedstawiciele 10 mikro przedsiębiorców, przedstawiciele 17 małych przedsiębiorców oraz przedstawiciele 3 średnich przedsiębiorców,

-upowszechniania to bezrobotni absolwenci Uczelni Wyższych pozostający bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy od zakończenia Szkoły Wyższej z Województwa Lubelskiego, pracodawcy Województwa Lubelskiego.

Użytkownicy w wymiarze:

-docelowym instytucje rynku pracy, zrzeszenia pracodawców, instytucje szkoleniowe, uczelnie wyższe, PUP, Biura Karier UW, samorządy lokalne, CEIPM OHP

-testowania to ZPPL Lewiatan, Biuro Karier Wyższej Szkoły Prawa i Administracji, Miejski Urząd Pracy w Lublinie, CEIPN OHP z Województwa Lubelskiego,

-upowszechniania to 4 zrzeszenia pracodawców z Województwa Lubelskiego, 10 Uczelni Wyższych z Województwa Lubelskiego, 400 instytucji szkoleniowych z rejestru Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie z Województwa Lubelskiego, 10 Biur Karier Uczelni Wyższych z Województwa Lubelskiego, wszystkie Powiatowe Urzędy Pracy z Województwa Lubelskiego, 100 agencji zatrudnienia z Województwa Lubelskiego, 4 CEIPN OHP z Województwa Lubelskiego,

Przedstawiciele będą włączani na każdym etapie realizacji projektu poprzez udział przedstawiciele w konsultacjach, doradztwo, ocenę rezultatów: od opracowywania produktów, przez testowanie, do upowszechnienia. Przedstawiciele zostaną także włączeni podczas analizy skali problemu celem trafnego przedstawienia obrazu sytuacji problemowej w województwie lubelskim.

W wymiarze docelowym projektu odbiorcami, czyli grupą osób, których problemy będą skutecznie rozwiązywane dzięki nowej metodzie są: absolwenci/cki uczelni wyższych z woj. lubelskiego, studenci/cki ostatnich lat studiów uczelni wyższych z woj. lubelskiego oraz pracodawcy z woj. lubelskiego. Innymi słowy odbiorcami produktu są te osoby, które potencjalnie będą mogły skorzystać ze wsparcia, z zastosowaniem nowego narzędzia w postaci platformy internetowej wówczas gdy zostanie opracowany i wdrożony produkt finalny. W skład grupy użytkowników wejdą osoby, które ostatecznie otrzymają do stosowania nowe narzędzie – jednym słowem grupy osób związane z rynkiem pracy, czyli Instytucje Rynku Pracy z woj. lubelskiego, zrzeszenia pracodawców z woj. lubelskiego, uczelnie wyższe z woj. lubelskiego, instytucje szkoleniowe z rejestru Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie, Biura Karier uczelni wyższych z woj. lubelskiego, Powiatowe Urzędy Pracy z woj. lubelskiego, Centra Edukacji i Pracy Młodzieży Ochotniczych Hufców Pracy z woj. lubelskiego, a także samorządy lokalne z woj. lubelskiego. Współpraca przy tworzeniu i w trakcie wykorzystania Lubelskiej Pracowni wszystkich grup docelowych wytworzy ramy współdziałania, a w przyszłości pozwoli na lepsze rozpoznanie

problematyki i sposobów ich rozwiązania oraz zasad działania. Współpraca grup docelowych w ramach realizacji projektu stanie się podwaliną do współpracy na wszystkich płaszczyznach nie wybiórczo lecz kompleksowo. Co w przyszłości zaowocuje realizacją kolejnych wspólnych przedsięwzięć na poziomie regionalnym jak i krajowym- co będzie stanowić wartość dodaną projektu.

JAKIE WARUNKI MUSZĄ BYĆ SPEŁNIONE, BY INNOWACJA DZIAŁAŁA WŁAŚCIWIE

Aby innowacja działała właściwie produkt finalny, portal/platforma Lubelska Pracownia musi pozytywnie zakończyć fazę testowania, następnie muszą zostać podjęte na szeroką skalę działania upowszechniające Lubelską Pracownię wśród odbiorców i użytkowników, które przeprowadzone zostaną przez wszystkich uczestników projektu, czyli Lidera i dwóch Partnerów. Będzie prowadzony mainstreaming horyzontalny wśród pracodawców, instytucji rynku pracy oraz uczelni wyższych m.in. właśnie poprzez zaangażowanie przedstawicieli tych grup w proces upowszechniania Lubelskiej Pracowni. O sukcesie działań upowszechniających będą świadczyć informacje zwrotne od pracodawców o zatrudnieniu przez nich absolwentów dopasowanych przez Lubelską Pracownię. Celem upowszechnienia innowacji zostaną przeprowadzone następujące działania: nawiązanie współpracy z biurami karier i organizacja 5 szkoleń dla ich pracowników, poinformowanie rektorów uczelni wyższych o Lubelskiej Pracowni, zorganizowanie 4 konferencji informacyjnych dla bezrobotnych, 4 spotkania z pracodawcami, prowadzenie fanpage'a projektu, zamieszczenie 5 ogłoszeń prasowych, nawiązanie współpracy z PUP(20 spotkań), wysyłka informacji do 400 instytucji szkoleniowych zarejestrowanych w WUP, wysyłka 100 informacji do agencji zatrudnienia, wydruk 3000 broszur informacyjnych, 1000 plakatów,. Poprzez włączenie w prace nad realizacją projektu dużej grupy interesariuszy, dzięki podjęciu wielu działań upowszechniających Lubelską Pracownię możliwe będzie wdrożenie produktu finalnego do powszechnej praktyki. Aby innowacja działała właściwie na etapie opracowywania finalnej wersji produktu powinny odbyć się konsultacje z przedstawicielami odbiorców i użytkowników, w oparciu o wnioski i rekomendacje z testowania. Ponadto poza działaniami upowszechniającymi Lubelskiej Pracowni należy przeprowadzić szereg szkoleń w zakresie przygotowania użytkowników do korzystania z narzędzia, w tym także instrukcje obsługi portalu, konferencje informacyjne, programy szkoleń dla biur karier.

Szerokie konsultacje z przedstawicielami odbiorców i użytkowników projektu na etapie badania problemu wskazywały na duże zainteresowanie tych grup nowym, skuteczniejszym rozwiązaniem problemu bezrobocia. Uczelnie wyższe w województwie lubelskim wskazywały na wysoki potencjał produktu finalnego do jego upowszechnienia i włączenia do polityki. Analiza sytuacji i pozyskiwania danych o skali problemu pokazała, że dotychczas stosowane rozwiązania dotyczące pozyskiwania i udostępniania informacji na temat podaży i popytu na lubelskim rynku pracy mają jedynie doraźny charakter, co zwiększa szanse na wprowadzenie Lubelskiej Pracowni do powszechnej praktyki. W swych założeniach projekt dotyczy województwa lubelskiego, ale wypracowany w ramach projektu produkt będzie mógł być z powodzeniem stosowany w innych województwach Polski. Nie występują przeciwwskazania prawne, organizacyjne, finansowe do stosowania produktu finalnego. Po zakończeniu projektu Lubelska Pracownia będzie nadal funkcjonować, prowadzona przez biuro karier WSPA.

Szacowany koszt i czas wdrażania wypracowanego produktu:

Koszt utrzymania portalu- platformy Lubelska Pracownia

Wykupienie domeny na okres 1 roku: koszt 100 zł brutto, własne źródła finansowania

Administrowanie strony przez okres na okres 1 roku: 1350 zł brutto, własne źródła finansowania

Rozbudowa strony (pojemność) bądź zastosowanie nowszej technologii w systemie funkcjonowania 3600,00 brutto/brutto własne źródła finansowania

Koszt utrzymania produktu jest kosztem szacunkowym i jest on zgodny z ceną aktualnie obowiązującą na rynku. W przypadku szacowania kosztu wdrażania wypracowanego produktu koszt należy przyjąć za wymierny w stosunku do grup odbiorców oraz użytkowników uwzględniając iż założeniem projektu jest upowszechnienie produktu w skali całej Polski.

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie zakłada utrzymanie Lubelskiej Pracowni na stałe po zakończeniu realizacji projektu przez biuro karier WSPA.

JAKIE EFEKTY MOŻE PRZYNIĘĆ JEJ ZASTOSOWANIE

Zastosowanie innowacyjnej formy wsparcie, której narzędziem jest platforma informatyczna ułatwiająca znalezienie pracy bezrobotnym absolwentom uczelni wyższych, służyć będzie zapobieganiu bezrobociu tej grupy jeszcze przed jego wystąpieniem (informacje umieszczone na portalu Lubelska Pracownia ułatwią studentom i absolwentom planowanie kariery zawodowej,

wskażą osobom ubiegającym się o pracę w jaki sposób stać się konkurencyjnym na rynku pracy – jakie warto odbyć dodatkowe szkolenia, zdobyć certyfikaty).

Dzięki zastosowanemu elementowi gromadzenia i prognozowania informacji będzie możliwość skupienia szczegółowych informacji o Lubelskim Rynku Pracy (m.in. oferowanych miejscach pracy, poszukiwanych pracownikach, zmieniających się tendencjach na rynku pracy, kompleksowych analizach i wynikach raportów i badań o lokalnym rynku pracy) w jednym miejscu, filtracji danych w zależności od odbiorcy i jego potrzeb. Proponowane rozwiązanie będzie efektywne i przyniesie lepsze, trwalsze efekty. Ponadto będzie skuteczniejsze i wymagające mniejszych nakładów finansowych i rzeczowych niż badania okresowe przeprowadzane dotychczas przez szereg różnych instytucji. Zastosowanie produktu finalnego, czyli narzędzia informatycznego w postaci platformy internetowej pozwoli na poznanie oczekiwań pracodawców, zgłaszanie zapotrzebowania na określone kwalifikacje i umiejętności poprzez syntetyczne informacje generowane przez system. Wskaże absolwentom, jak szybko stworzyć uniwersalne CV, ukazujące umiejętności i wiedzę absolwentów, nie odnoszące się do jednego wyuczonego zawodu i w efekcie końcowym zwiększające szanse na dopasowanie profilu do ofert pracodawców, co w konsekwencji ma skutkować zwiększeniem szans na zatrudnienie. Z drugiej zaś strony zastosowanie narzędzia informatycznego przez grupę pracodawców ma ograniczyć w sposób maksymalny czas a przede wszystkim i środki finansowe na koszty związane z rekrutacją potencjalnych pracowników poprzez umożliwienie pracodawcom stworzenia szybko i skutecznie profilu poszukiwanego kandydata, ułatwienie i przyspieszenie zapoznania się z kwalifikacjami osób poszukujących pracy bez konieczności przeglądania tysiąca aplikacji CV i listów motywacyjnych. Kolejnym ważnym aspektem jakie niesie za sobą wykorzystanie innowacji jest umożliwienie instytucjom rynku pracy, uczelniom wyższym i studentom poszukującym zatrudnienia pozyskiwania na bieżąco aktualnych informacji o lubelskim rynku pracy, poszukiwanych kwalifikacjach, dostępnych zasobach ludzkich. Poprzez portal zainteresowani użytkownicy i odbiorcy będą mogli generować raporty dotyczące lubelskiego rynku pracy, co w efekcie końcowym przełoży się na dostęp do informacji i możliwości prognozowania zmian zachodzących na lubelskim rynku pracy w zakresie popytu i podaży na zasoby ludzkie, ich kwalifikacje i umiejętności. Podsumowując: oczekiwanym efektem wprowadzenia innowacji jest zwiększenie zasięgu oddziaływania aktywnej polityki rynku pracy w województwie lubelskim, który stanie się jeszcze większy i bardziej dopasowany do potrzeb i oczekiwań bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych i pracodawców a także będzie miał pozytywny wpływ na innych odbiorców poza główną grupą. Dodatkowo dzięki Lubelskiej Pracowni skorzystają również: licealiści i ich rodzice poprzez

wybór przyszłościowego kierunku studiów, instytucje rynku pracy i władze samorządowe uzyskując bieżące informacje o sytuacji, problemach, potrzebach uczestników lubelskiego rynku pracy, a także jego zasobach. Korzyści z Lubelskiej Pracowni odniosą również instytucje szkoleniowe i firmy consultingowe, którym łatwiej będzie przygotować ofertę szkoleniową oraz uczelnie wyższe, które będą mogły zareagować na ciągle zmieniające się potrzeby rynku pracy, w związku z tym otwierać kierunki, specjalizacje i moduły zgodne z Krajowymi Ramami Kwalifikacji, na które występuje popyt, zaś modernizować lub zamykać te kierunki/specjalizacje/moduły, które przyczyniają się do zwiększania bezrobocia wśród absolwentów.

Ryzyko/bariery nieosiągnięcia założeń projektu

Lp	Cel szczegółowy	Sytuacja, której wystąpienie Może uniemożliwić lub utrudnić osiągnięcie danego celu lub wskaźnik jego pomiaru	Sposób identyfikacji wystąpienia sytuacji ryzyka/bariery	Opis działań, które zostaną podjęte w celu uniknięcia wystąpienia sytuacji ryzyka (zapobieganie) oraz w przypadku wystąpienia sytuacji ryzyka (minimalizowanie)
1	Zwiększenie dostępu do wiedzy nt.potrzeb absolwentów/ek uczelni wyższych i pracodawców WL wśród min.30 IRP w WL do VI2015	Niechęć ze strony IRP do korzystania z danych zamieszczanych na portalu i generowania raportu	Brak logowania do systemu i generowania raportów przez IRP	<p>- włączenie w prace nad projektem, tworzeniem produktu finalnego i realizacją całego projektu jako Partnera Miejskiego Urzędu Pracy w Lublinie, którego zadaniem będzie m.in. nawiązanie współpracy z Powiatowymi Urzędami Pracy na terenie WL w trakcie upowszechniania produktu, wysyłka informacji o projekcie do instytucji szkoleniowych zarejestrowanych z WUP i inne działania skierowane na upowszechnianie LUBELSKIEJ PRACOWNI wśród instytucji rynku pracy działających na terenie Województwa Lubelskiego</p> <p>ponowne listy intencyjne, mailingi do instytucji rynku rynku pracy z WL, zwłaszcza do PUP, OHP oraz instytucji szkoleniowych, agencji zatrudnienia z informacją o projekcie, możliwościach gromadzenia, aktualizowania danych oraz generowania raportów;</p>

				-spotkania bezpośrednie z IRP celem promowania proj.i zachęcania do korzystania z danych, generowania raportów
2	Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności oraz pewności siebie w zakresie poszukiwania pracy u min.100 bezrobotnych A UW(70K,30M) pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 m-y od zakończenia SW z WL do VI2015	Niski stopień zainteresowania projektem 2. Niechęć ze strony absolwentów/ek do wypełniania testów kompetencyjnych 3. Niechęć ze strony absolwentów/ek do korzystania z gry symulacyjnej 4.Niechęć ze strony absolwentów/ek do uczestnictwa w poradach zawodowych on-line	*mniejsza niż 100 liczba stworzonych profili absolwentów na portalu * mniejsza niż 100 liczba osób uczestniczących w poradach zawodowych on-line * mniejsza niż 100 liczba osób korzystających z gry symulacyjnej	-włączenie w konsultacje podczas tworzenia produktu i realizację projektu przedstawicieli środowisk, które doskonale znają problem bezrobocia absolwentów uczelni wyższych, znają ta grupę i jej nastawienie (Biuro Karier WSPA, samorząd studentów WSPA, MUP w Lublinie, doradca zawodowy) tak aby produkt w jak największym stopniu zaspokajał ich oczekiwania i był atrakcyjny; - szeroko zaplanowane działania upowszechniające skierowane do bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych z woj. lubelskiego, m.in. działania promocyjne prowadzone przez biura karier, spotkania organizowane przez PUP z zarejestrowanymi u nich bezrobotnymi absolwentami uczelni wyższych pozostającymi bez zatrudnienia w okresie do 12 m-cy od ukończenia szkoły wyższej, informowanie o projekcie zarejestrowanych bezrobotnych absolwentów przychodzących do PUP, spotkania informacyjne-konferencje w największych miastach województwa, gdzie jest największa liczba uczelni i ich filii (Lublin, Biała Podlaska, Chełm, Zamość), promocja projektu na portalach studenckich, społecznościowych (fanpage na Facebook'u) -wysyłka do absolwentów newsletterem informacji o projekcie przez Biura Karier; - promocja projektu w organizacjach studenckich, samorządach; - wysyłka mailowa/listowa informacji o projekcie do zarejestrowanych w PUP absolwentów uczelni wyższych pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 m-cy od ukończenia szkoły wyższej; - promocja gry symulacyjnej jako narzędzia

				podnoszącego umiejętności i pomagającego zdobyć pewność siebie i łatwiej znaleźć pracę; - informowanie o poszczególnych elementach (gra strategiczna, profile, porady on-line) osobno;
--	--	--	--	---

JAKIE ELEMENTY OBEJMOWAĆ BĘDZIE INNOWACJA

Finalnym produktem projektu ma być innowacyjna forma wsparcia w postaci platformy internetowej, której celem ma być ułatwienie absolwentom uczelni wyższych w województwie lubelskim szybkiego i skutecznego znalezienia pracy, zorientowania się w wymaganiach stawianych przez pracodawców, co pozwoli na dokończenie, odbycie dodatkowych szkoleń, umiejętności, zdobycie certyfikatów, nawet jeszcze przed ukończeniem studiów wyższych. Produkt finalny będzie składał się z: narzędzia informatycznego, w formie platformy internetowej do tej pory niedostępnej na rynku, dzięki której będzie można poznać oczekiwania lokalnych pracodawców i zgłaszać zapotrzebowanie na określone kwalifikacje i umiejętności poprzez syntetyczne informacje generowane przez system; tworzyć uniwersalne CV, profil poszukiwanego kandydata do pracy i pozyskiwać na bieżąco aktualne informacje o lubelskim rynku pracy. Poza narzędziem informatycznym produkt finalny będzie składał się z: instrukcji korzystania z portalu/platformy, programu szkolenia dla Biur Karier, opisu kompetencji i umiejętności dostępnych przy tworzeniu profilu przez absolwenta lub pracodawcę.; testów kompetencji dla absolwentów i gry symulacyjnej on-line (od rekrutacji po zatrudnienie). Przedmiotem upowszechniania i włączania do nurtu polityki będzie głównie narzędzie informatyczne – portal/platforma Lubelska Pracownia. Pozostałe elementy mają charakter pomocniczy i będą również upowszechniane.

INFORMACJA O PLANOWANYM SPOSOBIE MONITOROWANIA PRZEBIEGU TESTOWANIA

Testowanie i analiza rzeczywistych efektów testowania wstępnej wersji produktu, którego celem będzie sprawdzenie funkcjonalności Lubelskiej Pracowni i spełnienia jej głównych zadań dla absolwentów, uczelni wyższych, pracodawców, instytucji rynku pracy to zadanie realizowane przez Lidera, Partnerów P1 i P2. Analiza efektów testowania powstanie w oparciu o obserwacje, spostrzeżenia i rekomendacje grupy testującej. Testujący otrzymają kwestionariusze do oceny

poszczególnych elementów składowych Lubelskiej Pracowni. Kwestionariusze będą analizowane przez wszystkich partnerów projektu podczas spotkania, na którym zostaną opracowane rekomendacje i wnioski dotyczące ulepszenia produktu. W testach weźmie udział 100 bezrobotnych absolwentów (70K i 30M) pozostający bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy od ukończenia studiów wyższych, 30 pracodawców w tym w szczególności przedstawiciele 10 mikro przedsiębiorców, przedstawiciele 17 małych przedsiębiorców oraz przedstawiciele 3 średnich przedsiębiorców, MUP w Lublinie, CEiPM OHP w Lublinie i Biuro Karier WSPA. Grupa testująca otrzyma do użytkowania portal i pozostałe składowe produktu finalnego.

IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

Należy opisać, w jaki sposób opracowana innowacja będzie testowana, uwzględniając następujące elementy:

- *wskazanie podejścia do doboru grup użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu (wraz z informacjami o sposobie zagwarantowania ich właściwej struktury i wskazaniem oraz uzasadnieniem ich liczebności³), podejścia do ich pozyskania na rzecz projektu i zapewnienia ich udziału przez cały okres testowania,*
- *opis przebiegu testowania (określenie kolejnych kroków, jakie zostaną podjęte w celu przeprowadzenia testów; jeśli konieczne jest przygotowanie użytkowników, to należy opisać, jak zostanie przeprowadzone),*
- *charakterystyka materiałów uczestnicy,*
- *informacje o planowanym sposobie monitorowania przebiegu testowania (kto i w jaki sposób będzie zbierał na bieżąco informacje o przebiegu testowania, np. czy użytkownicy i odbiorcy będą wypełniać specjalnie przygotowane formularze monitoringowe, czy może przedstawiciel zespołu projektowego lub specjalnie przygotowany ekspert będzie prowadził obserwację; kto i w jakim trybie będzie weryfikował prawidłowość realizacji testów i podejmował ewentualnie decyzje o wprowadzaniu korekt; jaki zakres korekt uznany będzie za dopuszczalny itd.).*

Opis przebiegu testowania może różnić się od przedstawionego we wniosku o dofinansowanie projektu na tyle, na ile wynika to z przeprowadzonych badań oraz ze zrealizowanych już prac nad wstępną wersją produktu finalnego, a także z konsultacji z grupami docelowymi, przy czym niezbędne jest wskazanie i uzasadnienie różnic.

DOBÓR GRUP DOCELOWYCH I ODBIORCÓW

Grupę odbiorców w projekcie – zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie, stanowią osoby z wyższym wykształceniem pozostające bez zatrudnienia, które w okresie 12 miesięcy od ukończenia szkoły wyższej nie podjęły zatrudnienia oraz 30 pracodawców z lubelszczyzny. W ramach realizacji projektu odbiorcy będą mogli skutecznie rozwiązać swoje problemy związane z

trudnościami w znalezieniu pracy po ukończeniu uczelni wyższej. Dzięki wdrożeniu nowego produktu finalnego, w ramach wymiaru docelowego – skorzystają ci Uczestnicy projektu, którzy będą mogli skorzystać ze wsparcia z zastosowaniem nowego narzędzia już po jego włączeniu do polityki w ramach wymiaru testowania projektu – diagnozie poddanych zostanie 100 bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych (70K i 30M) pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy od ukończenia studiów wyższych i 30 pracodawców z terenu województwa lubelskiego w tym w szczególności przedstawiciele 10 mikroprzedsiębiorców, przedstawiciele 17 małych przedsiębiorców oraz przedstawiciele 3 średnich przedsiębiorców, którzy uczestniczyć będą w testowaniu i ocenie produktu w ramach projektu. Kryterium doboru pracodawcy będzie jego faktyczne poszukiwanie co najmniej jednego pracownika z wykształceniem wyższym oraz członkostwo w zrzeszeniu pracodawców celem dalszego upowszechniania platformy wśród innych członków – pracodawców. Kryterium doboru Absolwenta: wnioskodawca zakłada, że w testowaniu wezmą bezrobotni absolwenci różnych kierunków studiów zgodnie z diagnozą przedstawioną we wniosku o dofinansowanie w proporcji: 34% bezrobotni absolwenci kierunków humanistycznych, 18 % bezrobotni absolwenci kierunków ekonomicznych i administracyjnych, 16,9 % bezrobotni absolwenci kierunków technicznych, 31%, 1 % bezrobotni absolwenci innych kierunków. Rekrutacja nastąpi po weryfikacji formularzy zgłoszeniowych i pozytywnym wyniku procesu rekrutacji.

Użytkownikami projektu na etapie testowania, zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie realizacji projektu, są: ZPPL Lewiatan, Biuro Karier WSPA, Miejski Urząd Pracy w Lublinie, czyli wnioskodawcy projektu oraz jedno Centrum Edukacji i Pracy Młodzieży OHP z województwa lubelskiego. CEiPM zostanie wytypowane przez Komendę Wojewódzką OHP w Lublinie. Użytkownicy otrzymają nowe metody działania, w postaci produktu finalnego celem przeanalizowania i przetestowania wśród swoich członków/klientów. Otrzymają oni produkt w formie nowych technologii i nowego narzędzia w postaci innowacyjnej platformy internetowej, gdzie zarówno absolwenci jak i pracodawcy będą mogli zamieścić swoje oferty: absolwenci – formularz aplikacyjny w celu pozyskania pracy, a pracodawca formularz aplikacyjny w celu pozyskania pracownika. Portal oprócz oczywistej funkcji kojarzenia (parowania) potencjalnych pracowników z pracodawcami będzie miał funkcje edukacyjne. Absolwent będzie miał do dyspozycji grę uczącą jak aplikować i jak wygląda proces rekrutacyjny, testy kompetencji – wskazujące na profil osobowościowy przyszłego pracownika, możliwość skorzystania z porad w formie Czat. Podobnie pracodawca na portalu odnajdzie wiele porad i wskazówek, jak znaleźć skutecznie dobrego pracownika.

Dodatkowo instytucje rynku pracy i ich pracownicy oraz podmioty działające na rzecz rozwoju zasobów ludzkich znajdą tu zadania dla siebie. Zamieszczone zostaną porady, informacje bezpośrednio z rynku pracy oraz raporty. Członkowie grupy docelowej otrzymają do stosowania nowe narzędzie – platformę internetową o szerokim spektrum działania.

Przedstawiciele zarówno odbiorców jak i użytkowników będą włączani do projektu poprzez doradztwo, udział w konsultacjach oraz szeroko pojęte testowania produktu.

Efekty testowania zostaną przeanalizowane w oparciu o obserwacje i rekomendacje grupy testującej (Odbiorców i Użytkowników). Testujący otrzymają kwestionariusze do oceny poszczególnych elementów składowych Lubelskiej Pracowni.

OPIS PRZEBIEGU TESTOWANIA

Celem testowania będzie sprawdzenie funkcjonalności platformy Lubelska Pracownia i spełniania jej głównych zadań dla absolwentów uczelni wyższych, pracodawców, instytucji rynku pracy. W testowaniu weźmie udział: 100 bezrobotnych absolwentów (70K i 30M) pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy od ukończenia studiów wyższych; 30 pracodawców w tym w szczególności przedstawiciele 10 mikro przedsiębiorców, przedstawiciele 17 małych przedsiębiorców oraz przedstawiciele 3 średnich przedsiębiorców, Miejski Urząd Pracy w Lublinie, CEiPM OHP w Lublinie, Biuro Karier WSPA.

Grupa testująca dostanie do użytkowania portal Lubelska Pracownia i pozostałe składowe produktu finalnego. Absolwenci Uczelni Wyższych z Województwa Lubelskiego pozostający bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy od ukończenia otrzymają możliwość testowania platformy w następujący sposób: będą mogli: tworzyć własne profile na platformie, rozwiązywać testy kompetencyjne, brać udział w grze symulacyjnej, korzystać z generowanych przez system informacji o lubelskim Rynku Pracy, brać udział w poradach on-line, korzystać z systemu parowania. Pracodawcy będą mogli: tworzyć profile kandydata, korzystać z systemu parowania, korzystać z opisu kompetencji, korzystać z generowanych przez system informacji o lubelskim rynku pracy. W ramach realizacji projektu zostaną przeprowadzone szkolenia dla pracowników Biura Karier WSPA, będą udzielane porady zawodowe on-line. System będzie generował raporty o lubelskim Rynku Pracy. Analiza efektów testowania odbędzie się w oparciu o obserwacje i rekomendacje grupy testującej. Testujący otrzymają kwestionariusze do oceny poszczególnych elementów składowych Lubelskiej Pracowni. Analizy kwestionariuszy zostaną dokonane przez

Lidera oraz Partnerów podczas spotkań, gdzie będą opracowane rekomendacje i wnioski dotyczące ulepszenia produktu.

CHARAKTERYSTYKA MATERIAŁÓW, JAKIE OTRZYMAJĄ UCZESTNICY

Materiały dla Absolwentów:

- platforma internetowa w wersji elektronicznej,
- instrukcja korzystania z platformy w wersji papierowej oraz PDF,
- testy kompetencji w wersji elektronicznej,
- gra symulacyjna w wersji elektronicznej,
- porada zawodowa on-line.

Materiały dla Użytkowników:

- platforma internetowa w wersji elektronicznej,
- instrukcja korzystania z platformy w wersji papierowej oraz PDF.

Materiały dla pracowników Biura Karier:

- program szkoleń dla pracowników BK,
- materiały dydaktyczne dla uczestników szkoleń w wersji papierowej.

Materiały dla Odbiorców:

- broszury informacyjne o projekcie – wersja papierowa,
- ulotki informacyjne o projekcie – wersja papierowa,
- plakaty informacyjne o projekcie – wersja papierowa,
- ogłoszenia prasowe – wersja papierowa,
- materiały szkoleniowe dystrybuowane podczas konferencji – wersja papierowa,
- raport z ewaluacji projektu w wersji PDF.

INFORMACJE O PLANOWANYM SPOSOBIE MONITOROWANIA PRZEBIEGU TESTOWANIA

W fazie testowania monitoring jest niezwykle istotny dla przeprowadzenia prawidłowej ewaluacji. Przebieg procesu testowania będzie monitorowany na każdym jego etapie. W ramach realizacji projektu przewidziano monitoring zewnętrzny, który został powierzony firmie zewnętrznej.

Monitoring będzie realizowany w sposób ciągły, merytoryczny, weryfikowany na podstawie dokumentów projektowych minimum raz na kwartał poprzez opracowane narzędzia badawcze, ekspertyzy diagnostyczne, raport końcowy – diagnozy, wydruki z systemu, raporty z ewaluacji, bieżący monitoring oraz formularz do zarządzania weryfikujący metodą 0-1 realizację zadań i etapów projektu zgodnie z harmonogramem.

Na koniec każdego miesiąca zespół projektowy będzie dokonywać analizy działań projektowych i przedstawi je w postaci miesięcznych raportów (pisemnych sprawozdań). Dodatkowo monitoring będzie realizowany w postaci kwartalnych spotkań odbywających się na wniosek pracowników projektu wraz z personelem projektu zaangażowanym bezpośrednio w testowanie. Firma zewnętrzna, która została wybrana do realizacji ewaluacji przygotuje narzędzia badawczych i ewaluację projektu „Lubelska Pracownia”, której efektem będzie 5 krótkich raportów wraz z rekomendacjami, raport po każdym zadaniu założonym w projekcie oraz przygotowanie raportu końcowego.

Wybór firmy zewnętrznej został dokonany na podstawie kryteriów: wysoki poziom merytoryczny, doświadczenie, obiektywizm, bezstronność i niezależność wobec Wnioskodawcy i realizowanego projektu. Ewaluacja wewnętrzna nie została zaplanowana, aby uniknąć subiektywnych ocen. Ewaluacja zewnętrzna stwarza warunki wysokiego obiektywizmu wykonania badań i analiz. Przewidywane są spotkania średnio raz na kwartał osób zaangażowanych w testowanie oraz pracujące/współpracujące przy realizacji projektu. Spotkania mają na celu omówienie, analizę, doradztwo i ewentualne propozycje naprawcze, gdyby pojawiły się problemy. Szczegóły działań będą każdorazowo opracowywane w czasie spotkań monitorujących. Oceniany będzie rzeczywisty stan poziomu testowania: jego przebieg, wyniki, analiza działań. Dodatkowo w spotkań monitorujących przeprowadzona zostanie analiza efektywności testowania w oparciu o obserwacje i rekomendacje grupy testującej. Testujący otrzymają kwestionariusze do oceny poszczególnych elementów składowych Lubelskiej Pracowni. Analiza kwestionariuszy zostanie przeprowadzona przez przedstawicieli Lidera i Partnerów P1 i P2 podczas spotkań, gdzie zostaną opracowane rekomendacje i wnioski dotyczące ulepszenia produktu finalnego.

V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA

Należy określić, jakie efekty zastosowania innowacji mogą zostać uznane za wystarczające uzasadnienie dla jej stosowania na szerszą skalę oraz podać, w jaki sposób będą one weryfikowane – tj. konieczne jest zdefiniowanie:

- *w jaki sposób dokonana zostanie ocena wyników testowania,*
- *jak zostanie przeprowadzona zewnętrzna ewaluacja produktu finalnego (w tym jak zostanie wyłoniony zewnętrzny ewaluator, jaki będzie zakres ewaluacji, jak zostaną zdefiniowane zadania ewaluatora).*

Możliwe jest, że proponowane podejście będzie różnić się od tego, jakie opisano we wniosku o dofinansowanie – jako następstwo zmian w produkcie finalnym czy w podejściu do testowania. Możliwa jest także zmiana koncepcji oceny nawet w przypadku niedokonywania zmian w produkcie i w testowaniu, przy czym zarówno w pierwszym, jak i drugim przypadku wymaga to wskazania i uzasadnienia.

SPOSÓB DOKONANIA OCENY WYNIKÓW TESTOWANIA

Najbardziej miarodajnym wynikiem testowania jest efekt oddziaływania wśród Odbiorców oraz Użytkowników. Odbiorcy stwierdziwszy, że przekazane narzędzia spełniają swoją funkcję, mogą subiektywnie dokonać oceny analizując zainteresowanie Użytkowników. Wynikiem testowania będzie również zaangażowanie, a także, czy też, zainteresowanie produktem i korzystanie z platformy przez pracodawców.

Innowacyjność przedsięwzięcia będzie określana poprzez wyniki testowania platformy. Ocena wyników testowania zostanie dokonana na podstawie ewaluacji zewnętrznej etapu testowania oraz produktu finalnego. Analiza efektywnego testowania odbędzie się w oparciu o obserwacje i rekomendacje grupy testującej. Testujący otrzymają kwestionariusze do oceny poszczególnych elementów składowych Lubelskiej Pracowni. Następnie kwestionariusze przeanalizowane zostaną przez Lidera i Partnerów P1, P2 podczas spotkania, gdzie zostaną opracowane rekomendacje i wnioski dotyczące ulepszenia produktów. Na potwierdzenie wykonanych testów zostaną utworzone następujące produkty twarde: 100 profili absolwentów

(raport – lista profili), 30 profili pracodawców (raport – lista profili), 100 porad zawodowych online (raport – protokół), przeprowadzenie 100 gier symulacyjnych (raport – protokół), 135 kwestionariuszy oceny Lubelskiej Pracowni (raport – wersja papierowa), wnioski i rekomendacje z testowania (raport – wydruk).

Ewaluacja zewnętrzna na etapie opracowywania finalnej wersji produktu zostanie przeprowadzona w toku konsultacji z przedstawicielami Odbiorców i Użytkowników Lubelskiej Pracowni podczas trzech zaplanowanych spotkań, w oparciu o wnioski i rekomendacje z testowania. W konsultacjach wezmą udział przedstawiciele Lidera, Partnerów P1, P2, Biura Karier, samorzady studentów, Członkowie Rady Biznesu WSPA, a także doradcy zawodowi i socjolodzy. W wyniku testów powstaną następujące produkty twarde: narzędzie informatyczne (portal), 1000 instrukcji obsługi portalu potwierdzone protokołem odbioru, opis kompetencji w formie wydruku oraz testy kompetencji i program szkoleń dla Biur Karier również w formie wydruku.

Najbardziej miarodajnym wynikiem testowania jest efekt oddziaływania wśród Odbiorców oraz Użytkowników. Odbiorcy stwierdziwszy, że przekazane narzędzia spełniają swoją funkcję, mogą subiektywnie dokonać oceny analizując zainteresowanie Użytkowników. Wynikiem testowania będzie również zaangażowanie, a także, czy też, zainteresowanie produktem i korzystanie z platformy przez pracodawców.

Innowacyjność przedsięwzięcia będzie określana poprzez wyniki testowania platformy. Ocena wyników testowania zostanie dokonana na podstawie ewaluacji zewnętrznej etapu testowania oraz produktu finalnego.

EWALUACJA WEWNĘTRZNA

Ewaluacja wewnętrzna ma na celu ocenę efektywności i skuteczności działań realizowanych w projekcie, a także ocenę sposobu realizacji projektu.

Za ważne kryteria ewaluacji przyjęto:

1. zgodność - dotyczy trafności odnośnie potrzeb uczestników
2. osiągalność celów – dotyczy skuteczności osiągnięcia celów projektu
3. efektywność – dotyczy oceny realizacji wydatkowanych środków finansowych do osiągniętych efektów, pod uwagę będą brane efekty możliwe i niemożliwe do przewidzenia
4. komplementarność – dotyczy spójności elementów platformy

Ewaluacja wewnętrzna będzie miała charakter wspierający, a jej wyniki będą uwzględniane na kolejnych etapach realizacji projektu.

Metody i techniki i badawcze mające zastosowanie w ewaluacji wewnętrznej: to badanie kwestionariuszowe, analiza dokumentacji projektowej zastanej i wtórnej.

Badanie kwestionariuszowe zostanie przeprowadzone w oparciu o opinie Użytkowników i Odbiorców projektu w formie kwestionariusza.

Analiza efektywnego testowania odbędzie się w oparciu o obserwacje i rekomendacje grupy testującej. Testujący otrzymają kwestionariusze do oceny poszczególnych elementów składowych Lubelskiej Pracowni. Następnie kwestionariusze przeanalizowane zostaną przez Lidera i Partnerów P1, P2 podczas spotkania, gdzie zostaną opracowane rekomendacje i wnioski dotyczące ulepszenia produktów. Na potwierdzenie wykonanych testów zostaną utworzone następujące produkty twarde:

- 100 profili absolwentów (raport – lista profili),
- 30 profili pracodawców (raport – lista profili),
- 100 porad zawodowych online (raport – protokół),
- przeprowadzenie 100 gier symulacyjnych (raport – protokół),
- 135 kwestionariuszy oceny Lubelskiej Pracowni (raport – wersja papierowa),
- wnioski i rekomendacje z testowania (raport – wydruk).

Ewaluacja wewnętrzna na etapie opracowywania finalnej wersji produktu zostanie przeprowadzona w toku konsultacji z przedstawicielami Odbiorców i Użytkowników Lubelskiej Pracowni podczas trzech zaplanowanych spotkań, w oparciu o wnioski i rekomendacje z testowania. W konsultacjach wezmą udział przedstawiciele Lidera, Partnerów P1, P2, Biura Karier, samorzady studentów, Członkowie Rady Biznesu WSPA, a także doradcy zawodowi i socjolodzy. W wyniku testów powstaną następujące produkty twarde:

- narzędzie informatyczne (portal),
- 1000 instrukcji obsługi portalu potwierdzone protokołem odbioru,
- opis kompetencji w formie wydruku
- oraz testy kompetencji
- program szkoleń dla Biur Karier również w formie wydruku.

Celem przeprowadzenia badania kwestionariuszowego będzie uzyskanie informacji na temat użyteczności portalu.

Rodzaje ewaluacji wewnętrznej:

1. Ewaluacja on-going i ex-post - będzie prowadzona w ramach realizacji projektu:

Ewaluacja on-going będzie prowadzona w trakcie testowania produktu finalnego w miesiącach V 2013- III 2014. Analiza ocen i opinii użytkowników i odbiorców pozwoli na weryfikację jakości i przydatności „Lubelskiej Pracowni”. Z tej analizy powstanie raport, który będzie omówiony na forum Zespołu Projektowego i Komitetu Sterującego, a wnioski posłużą do ewentualnych działań korygujących i naprawczych w przypadku, gdyby na etapie testowania okazało się, że produkt wymaga modyfikacji (np. istnieją błędy i trudności w użytkowaniu poszczególnych produktów wraz z wersją finalną „Lubelskiej Pracowni”).

Ewaluacja ex-post będzie przeprowadzona w XI.2013 i zostaną w niej wykorzystane wyniki

2. Ewaluacji on-going oraz dane wtórne projektu (pochodzące z monitoringu projektu).

W raporcie z ewaluacji końcowej znajdują się odpowiedzi na następujące pytania:

1. Na ile przedstawiona platforma spełniła oczekiwania Odbiorców i Użytkowników?
2. Czy narzędzia wyprodukowane w ramach realizacji projektu są dostosowane do potrzeb i oczekiwań absolwentów Uczelni Wyższych ?
3. Czy narzędzia wyprodukowane w ramach realizacji projektu podniosą skuteczność działań IRP w stosunku do absolwentów Uczelni Wyższych?
4. Jakie instytucje mogą korzystać portal „Lubelska Pracownia” ?
5. Jaka jest jakość i spójność powstałych w ramach Modelu narzędzi?
6. Które z proponowanych narzędzi w ramach produktu finalnego okazało się najbardziej skuteczne?
7. Czy mniejsze nakłady finansowe pozwoliłyby na osiągnięcie planowanego efektu końcowego?

W ramach podsumowania ewaluacji wewnętrznej powstanie raport, zawierający takie elementy jak: charakterystyka przedmiotu badania, rodzaj materiału badawczego, wnioski i rekomendacje.

Za ewaluację wewnętrzną odpowiedzialny będzie ze strony Lidera Koordynator Projektu (opracowanie kwestionariuszy, koordynowanie prac pozostałego personelu zaangażowanego w ewaluację wewnętrzną, opracowanie raportów z ewaluacji wewnętrznej, terminową jej realizację.

EFEKTY WERYFIKACJA.	PROJEKTU/	GRUPA, KTÓREJ DOTYCZY	SPOSÓB WERYFIKACJI/ OSIAGNIĘTY WYNIK
Podniesienie poziomu przystosowania, aktywności zawodowej i społecznej. Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności w zakresie skutecznego poszukiwania pracy/pracownika.		Odbiorcy-100(70K30M) absolwentów- pozostających bez zatrudnienia przez okres 12 m-cy, którzy zwiększą swoje szanse zawodowe poprzez utworzenie profili na portalu	Ewaluacja wewnętrzna- badanie kwestionariuszowe przeprowadzane wśród odbiorców projektu. Wyniki ewaluacji zewnętrznej.
Wzrost możliwości współpracy Uczelni Wyższych i dialogu pomiędzy absolwentami a przedsiębiorcami, w regionie		30 pracodawców, którzy zamieszczą ofert pracy na portalu	Ewaluacja wewnętrzna- badanie kwestionariuszowe przeprowadzane wśród, przedsiębiorców, Wyniki ewaluacji zewnętrznej.

EWALUACJA ZEWNĘTRZNA

Zewnętrzna ewaluacja produktu finalnego zostanie przeprowadzona w ramach zadania zleconego ewaluatorowi zewnętrznemu, firmie wyłonionej w ramach zasady konkurencyjności. Zakresem ewaluacji będzie zbadanie skuteczności proponowanego rozwiązania i efektywności realizowanych działań. Wyłoniona firma przeprowadzi ewaluację, której efektem będzie 5 krótkich raportów wraz z rekomendacjami (termin realizacji projektu do 31.03.2015), raport po każdym zadaniu założonym w projekcie oraz przygotowanie raportu końcowego.

1. Zadanie 1 - Diagnoza i analiza problemu, VII-XII 2012 (Etap I) - raport cząstkowy do 15.02.2013 r.
2. Zadanie 2 - Opracowanie wstępnej wersji LUBELSKIEJ PRACOWNI i strategii wdrażania projektu, VII 2012 - IV 2013 (Etap I) - raport cząstkowy do 22.04.2013 r.
3. Zadanie 3 - Testowanie i analiza rzeczywistych efektów testowania wstępnej wersji produktu finalnego, V 2013 - II 2014(Etap II) - raport cząstkowy do 15.03.2014 r.
4. Zadanie 4 - Opracowanie finalnej wersji LUBELSKIEJ PRACOWNI, III - VI 2014(Etap II) - raport cząstkowy do 15.07.2014 r.

5. Zadanie 5 - Działania upowszechniające LUBELSKĄ PRACOWNIĘ i włączenie do głównego nurtu polityki, VII 2014 - III 2015 (Etap II) - raport cząstkowy do 15.03.2015 r.

6. Zadanie 6 - Ewaluacja, IX 2012- III 2015 - raport całościowy/końcowy dla projektu do 22.03.2015 r.

W tym celu zastosowane zostaną metody badawcze (triangulacja): analiza dokumentów, obserwacje, wywiady. Triangulacja ma zapewnić wyższą jakość prowadzonych badań i ograniczenie błędu pomiaru. Polegać będzie na zbieraniu danych za pomocą dwóch lub większej liczby metod (np. obserwacja razem z sondażem czy analizą treści), a następnie porównywanie i łączenie wyników. Ewaluacja ma być prowadzona pod kątem skuteczności, efektywności i wpływu finalnego narzędzia w porównaniu z narzędziami dotychczas stosowanymi.

Ewaluacja przewiduje przygotowanie raportów cząstkowych po każdym zadaniu i ewaluacji produktu finalnego oraz przygotowanie raportu końcowego, którego wyniki zostaną upowszechnione wśród uczestników/ uczestniczek projektu oraz zostanie zamieszczona na stronie www projektu oraz stronach www Partnerów. Koordynator projektu będzie nadzorować przygotowanie i realizację ewaluacji oraz przyjmować jej wyniki od wykonawcy zewnętrznego. Ewaluacja zewnętrzna będzie uwzględniała zasadę równości szans kobiet i mężczyzn, narzędzia, badanie i wnioski z badania będą uwzględniały kwestię płci, tzn. w raportach ewaluatorzy będą posługiwali się językiem wrażliwym na płeć.

Nacisk ewaluacji zewnętrznej będzie położony na ocenę produktu finalnego (zgodnie z wytycznymi dla projektów innowacyjnych), badanego bezpośrednio po etapie testowania produktu finalnego- na tym etapie zostanie zbadana skuteczność produktu finalnego, jego efektywność i oddziaływanie.

Ewaluacja zewnętrzna będzie miała charakter wspierający – badania będą prowadzone po kolejnych etapach projektu i będą wspierały procesy decyzyjne Zespołu Projektowego i Komitetu Sterującego.

Kluczowe pytania badawcze ewaluacji zewnętrznej:

1. Czy opracowana metodologia jest odpowiednia w odniesieniu do celu, dla którego została stworzona?
2. Czy proponowane rozwiązania są odpowiednie dla Absolwentów Uczelni Wyższych, którzy pozostają bez zatrudnienia w okresie 12 m-cy od ukończenia uczelni wyższej?

3. Czy opracowana metodologia może wpłynąć na wzrost adaptacyjności, aktywności zawodowej i społecznej Absolwentów Uczelni Wyższych, którzy pozostają bez zatrudnienia w okresie 12 m-cy od ukończenia szkoły wyższej?
4. Czy opracowana metodologia jest rzeczywiście lepsza, bardziej skuteczna i efektywna niż dotychczas stosowane rozwiązania w zakresie aktywizacji zawodowej i społecznej Absolwentów Uczelni Wyższych z województwa lubelskiego, którzy pozostają bez zatrudnienia w okresie 12 m-cy od ukończenia szkoły wyższej?
5. Które z rozwiązań zawartych w metodologii jest jej najmocniejszą stroną, a który najsłabszą?
6. Czy proponowane podejście jest atrakcyjne w porównaniu do metod stosowanych dotychczas?
7. Co może wpływać na skuteczność proponowanego podejścia?
8. Czy można zwiększyć skuteczności proponowanych metod- jaki sposób?
9. Na ile jest to innowacyjne rozwiązanie wśród odbiorców i użytkowników?
10. Jakie doświadczenia z testowania wstępnej wersji produktu finalnego powinny być uwzględnione przy opracowaniu ostatecznej wersji produktu finalnego?
11. Jakie są propozycje zmian w oferowanych w metodologii formach wsparcia po etapie testowania?
12. Jaka była skuteczność działań upowszechniających?
13. Czy i w jakim stopniu instytucje rynku pracy nabyły umiejętności stosowania opracowanej metodologii?
14. W jaki sposób należy opracowaną metodologię upowszechniać i wprowadzać do polityki?
15. Jakie są możliwości wdrożenia testowanego Modelu, czyli możliwości wdrożenia do głównego nurtu polityki (skala skomplikowania, skala wymaganych zmian prawnych i organizacyjnych, efektywność)?

VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

Należy określić:

- *jaki jest cel działań upowszechniających,*
- *do jakich grup skierowane będą działania upowszechniające (wraz z analizą interesariuszy, jako uzasadnieniem doboru tych grup), jaka będzie ich liczebność,*
- *plan działań i ich charakterystyka, wraz ze wskazaniem w jakiej fazie wdrażania projektu działania te będą realizowane,*

Opis ten stanowi doprecyzowanie i uszczegółowienie zapisów wniosku o dofinansowanie; możliwe jest także zaproponowanie innego/zmodyfikowanego podejścia do działań upowszechniających, jeśli jest to uzasadnione wynikami prac I etapu projektu. Niezbędne jest wskazanie zmian w stosunku do wniosku i ich przyczyn.

CEL DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Istotą powodzenia każdego działania jest realizacja zamierzonych celów. Sformułowanie celów odnosi się do potrzeb oraz inicjatyw o charakterze projektowym, natomiast osiągnięcie ich uwarunkowane jest przyjęciem odpowiedniej strategii umożliwiającej wdrożenie produktu finalnego.

Celem strategii upowszechniania projektu jest rozpropagowanie i dostarczenie rzetelnej informacji na temat wypracowanego modelu do szerokiego grona Odbiorców i Użytkowników oraz pokazanie korzyści, jakie płyną ze stworzonego produktu na terenie województwa lubelskiego i w całej Polsce.

Głównym wyznacznikiem realizacji działań upowszechniających jest ich skuteczność, uwarunkowana zaangażowaniem i współpracą partnerów (co zwiększy zasięg oddziaływania i wiarygodność) oraz jakość oferowanego produktu, która ma odzwierciedlać wysoką wartość merytoryczną i użytkową produktu. Budowanie współpracy, zainteresowanie projektem oraz jego produktem wśród przedstawicieli środowisk lokalnych w połączeniu z dążeniem do wkomponowania się w potrzeby grup docelowych we wczesnym etapie jego realizacji jest istotne z poziomu powodzenia realizacji projektu.

Ze względu na charakter projektu wstępna faza upowszechniania rozpoczęła się już w pierwszym etapie realizacji projektu. Liczne działania informacyjne i prace merytoryczne

rozpoczęły etap upowszechniania: spotkania Komitetu Sterującego, spotkania w siedzibach Partnerów wraz potencjalnymi Odbiorcami i Użytkownikami (spotkania informujące, badania ilościowe i jakościowe).

Spotkania mają na celu aktywne włączenie się potencjalnych Użytkowników i Odbiorców w procesie tworzenia platformy internetowej. Liczne dyskusje mają na celu dopracowanie / doprecyzowanie kształtu narzędzi niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania tworzonej platformy. Innowacyjność pomysłu daje możliwość elastycznego dopasowania potrzeb Użytkowników i Odbiorców, szczególnie na etapie tworzenia procedur informatycznych, dlatego wszelkie konsultacje są niezwykle cenne. Takie konsultacje, analizy mają na celu ulepszenie samego produktu finalnego oraz zwiększą przepływ informacji o działaniach podejmowanych przez współpracujące instytucje, możliwości skorzystania z propozycji, które mogą być niezwykle cenne w procesie tworzenia produktu finalnego.

GRUPY, DO KTÓRYCH SKIEROWANE BĘDĄ DZIAŁANIA UPOWSZECHNIAJĄCE

Strategia upowszechniania skierowana jest do podmiotów wg struktury, która została określona wraz z zapisem grupy docelowej, a w szczególności do Użytkowników i Odbiorców.

Odbiorcami będą osoby, które skorzystają z usług Lubelskiej Pracowni, a ich problem zostanie złagodzony, zaś Użytkownikami będą osoby/instytucje, które w codziennej pracy będą mogły wykorzystywać potencjał Lubelskiej Pracowni.

Działania upowszechniające będą realizowane na każdym etapie realizacji projektu i skierowane będą do:

- **Użytkownicy produktu** – osoby, które otrzymają nowe metody działania, technologie, narzędzia; projekt wprowadza nowy instrument aktywizacji zawodowej i społecznej, skierowany jest do absolwentów bez zatrudnienia w okresie 12m-y od ukończenia studiów wyższych,
- **Odbiorcy produktu** – osoby, których problemy będą mogły być skutecznie rozwiązane dzięki wdrożeniu nowego produktu finalnego – poprzez wprowadzenie szeregu unikatowych rozwiązań i zaangażowanie w realizację szerokiego grona instytucji rynku pracy i lubelskich pracodawców. Zarówno Odbiorcy, jak i Użytkownicy produktu finalnego zainteresowani będą korzystaniem z platformy z uwagi na korzyści, jakie każda z grup otrzyma wraz z uruchomieniem produktu finalnego,

- **Odbiorcy** – łatwiejszy dostęp do ofert pracy, zorientowanie się w wymaganiach pracodawcy, na etapie studiów możliwość podniesienie kwalifikacji zawodowych zgodnie z zapotrzebowaniem Lubelskiego Rynku Pracy,
- **Użytkownicy** – pozyskanie i aktualizacja bieżących informacji o lokalnym rynku pracy, możliwość przeprowadzenia rekrutacji na wolne stanowiska pracy za pomocą platformy, oszczędność czasu, umożliwienie współpracy na różnych szczeblach Lubelskiego Rynku).

Ogólna dostępność do narzędzia oraz jego powszechność wpłynie na wzrost zainteresowania grupy docelowej oraz korzystania ze wsparcia w postaci platformy.

PLANOWANIE DZIAŁAŃ I ICH CHARAKTERYSTYKA

W związku z przygotowaniem strategii upowszechniania działania są skierowane do podmiotów określonych we wniosku aplikacyjnym, zgodnie z dokumentacją konkursową zostały zaproponowane zróżnicowane działania mające na celu intensywne upowszechnianie projektu i jego działań.

Działania upowszechniające obejmą następujące działania w podziale na instytucje odpowiedzialne za poszczególne elementy upowszechniania:

- **Lider:** elementem działań upowszechniających będzie nawiązanie kontaktów z uczelniami wyższymi na terenie województwa lubelskiego, poprzez wystosowanie listów intencyjnych do rektorów uczelni wyższych województwa lubelskiego, nawiązanie współpracy z biurami Karier uczelni wyższych w woj. lubelskim, celem promocji Lubelskiej Pracowni poprzez pomoc w kolportażu plakatów i broszur w akademikach, na uczelniach, wysyłkę informacji newsletterem do absolwentów i studentów, samorządów studentów, informacji do współpracujących z biurami Karier pracodawców o Lubelskiej Pracowni. Kolejnym elementem upowszechniania będzie zorganizowanie 4 konferencji informacyjnych z udziałem bezrobotnych absolwentów. Konferencje będą zorganizowane w: Lublinie, Chełmie, Zamościu, Białej Podlaskiej. Promocja projektu będzie się odbywała na portalach studenckich, w biurach Karier uczelni wyższych, kampaniach w internecie, prowadzona będzie na fanpage'u projektu, w postaci ogłoszeń prasowych przeprowadzenia szkoleń dla pracowników Biura Karier.
- **Partner 1** będzie odpowiedzialny za: prowadzenie Biura Pracy – punkt informacyjnego dla Instytucji Rynku Pracy woj. lubelskiego, nawiązanie współpracy z PUP woj. lubelskiego,

rozesłanie informacji o Lubelskiej Pracowni (wraz z plakatami, ulotkami, broszurami), zorganizowanie spotkań informacyjnych z bezrobotnymi absolwentami uczelni wyższych i pracodawcami (na terenie działania PUP), wysyłka informacji o projekcie do instytucji szkoleniowych zarejestrowanych w WUP Lublin, wysyłka informacji do agencji zatrudnienia w woj. lubelskiego.

- **Partner 2** będzie odpowiedzialny za: prowadzenie Biura Pracy – punkt informacyjny dla pracodawców woj. lubelskiego, mailing do członków, nawiązanie współpracy z innymi zrzeszeniami pracodawców w woj. lubelskim - wysyłka listów intencyjnych, mailing z informacjami o Lubelskiej Pracowni, spotkania bezpośrednio z pracodawcami woj. lubelskiego.

Będzie prowadzony minestreaming horyzontalny wśród pracodawców, Instytucji Rynku Pracy oraz uczelni wyższych m.in. właśnie poprzez zaangażowanie przedstawicieli tych grup w proces upowszechniania Lubelskiej Pracowni. O sukcesie działań upowszechniających będą świadczyć informacje zwrotne od pracodawców o zatrudnieniu przez nich Absolwentów dopasowanych przez Lubelską Pracownię.

VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

Należy określić:

- *jaki jest cel działań włączających,*
- *do jakich grup skierowane będą działania włączające (wraz z analizą interesariuszy, jako uzasadnieniem doboru tych grup), jaka będzie ich liczebność,*
- *plan działań i ich charakterystyka, wraz ze wskazaniem w jakiej fazie wdrażania projektu działania te będą realizowane.*

Opis ten stanowi doprecyzowanie i uszczegółowienie zapisów wniosku o dofinansowanie; możliwe jest także zaproponowanie innego / zmodyfikowanego podejścia do działań włączających, jeśli jest to uzasadnione wynikami prac I etapu projektu. Niezbędne jest wskazanie zmian w stosunku do wniosku i ich przyczyn.

CEL DZIAŁAŃ WŁĄCZAJĄCYCH

Powodzenie realizacji projektów innowacyjnych w dużej mierze zależy od zdolności do wykorzystania wypracowanych rozwiązań i produktów finalnych w praktyce poprzez włączenie do polityki, zarówno na poziomie lokalnym, jaki i regionalnym, oraz w oddziaływaniu na praktykę organizacji i instytucji. Mainstreaming odnosi się do korzystania z rezultatów projektów w przyjmowaniu nowych praktyk i formułowaniu kierunków polityki. Dlatego też podstawowym celem strategii włączenia do głównego nurtu polityki jest podjęcie takich działań, aby produkt był w przyszłości faktycznie stosowany. W dokumentach programowych rozróżnia się dwa równocześnie zachodzące procesy włączania rezultatów do głównego nurtu polityki: mainstreaming horyzontalny i mainstreaming wertykalny:

- **mainstreaming horyzontalny:** wymiana doświadczeń i adaptacja rezultatów przez instytucje i organizacje działające w tych samych lub zbliżonych dziedzinach,
- **mainstreaming wertykalny:** obejmuje transfer innowacyjnych instrumentów i metod do włączenia do głównego nurtu polityki.

Celem działań włączających jest wdrożenie, przystosowanie proponowanego produktu finalnego do właściwej praktyki stosowanej na co dzień, tj. doprowadzenie do powszechnego stosowania Lubelskiej Pracowni. Elementy produktu finalnego zostaną włączone do głównego nurtu polityki poprzez udostępnienie Lubelskiej Pracowni szerokiej rzeszy Użytkowników i Odbiorców. Będzie to przykład ilustrujący mainstriming w formie rzeczywistego włączenia w główny nurt polityki.

Projekty innowacyjne mają sens wówczas, jeżeli ich produkty zostaną wykorzystane w praktyce i rzeczywiście przyczynią się do usunięcia zdiagnozowanych barier oraz kluczowego problemu (szczegółowy opis barier oraz problemu we wniosku). W celu zapewnienia lepszej skuteczności strategii włączania do głównego nurtu polityki innowacyjnego produktu finalnego projektu zaplanowano podjęcie działań włączających na poziomie wertykalnym i działań włączających na poziomie horyzontalnym.

Stosowanie elementów, na które składa się Lubelska Pracownia, pozwoli na skorzystanie z innowacyjnego modelu, który może być przykładem dla innych podobnych portali stosujących jedynie części elementów proponowanych przez Lubelską Pracownię. W dzisiejszych czasach oczekujemy kompleksowego wsparcia, dostosowanego do potrzeb agresywnie zmieniającego rynku pracy. Przejawem mainstrimingu niewątpliwie będzie połączenie współpracy pomiędzy Absolwentami, Pracodawcami, a Rynkiem Pracy. Wzajemna symbioza pomoże osiągnąć sukces w innowacyjnym przedstawieniu produktu jakim jest Lubelska Pracownia. Mainstreaming odnosi się do korzystania z rezultatów projektu przez inne podmioty oraz włączenia nowych praktyk do kierunków polityki nurtów praktyki. Strategia włączania do głównego nurtu polityki będzie ściśle powiązana z fazą upowszechniania.

Narzędzia działań upowszechniających: 20 spotkań z bezrobotnymi, 4 konferencje, 4 spotkania bezpośrednie z pracodawcami, ulotki, plakaty, biura karier, przekazanie informacji o produkcie finalnym do instytucji szkoleniowych, informacje na stronach internetowych Lidera i Partnerów P1, P2. Intensyfikacja działań upowszechniających nastąpi w terminie VII 2014-III 2015, a główny nacisk w celu upowszechniania będzie polegał na przekazaniu rzetelnej informacji na temat zalet produktu finalnego i zachęty do korzystania z wachlarza usług proponowanych w ramach Lubelskiej Pracowni.

GRUPY, DO KTÓRYCH KIEROWANE BĘDĄ DZIAŁANIA WŁĄCZAJĄCE ORAZ PLAN DZIAŁAŃ ICH WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

Strategia zakłada dwa równoczesne procesy włączania rezultatów do głównego nurtu polityki: mainstreaming horyzontalny i mainstreaming wertykalny. Duże znaczenie mają działania włączające horyzontalne adresowane do użytkowników oraz odbiorców produktu finalnego.

Grupy, do których zostały skierowane działania zostały sklasyfikowane pod względem rodzaju działań włączających, tzn. Odbiorców i Użytkowników. Upowszechnianie ma za zadanie przekazywanie informacji merytorycznych na temat produktu do określonych adresatów, wypracowywanych w projekcie dobrych praktyk oraz rezultatów innych niż produkt. Działania włączające będą prowadzone równoległe z upowszechniającymi.

W mainstreamingu horyzontalnym działania będą skoncentrowane na działaniach praktycznych – na poziomie lokalnym i regionalnym, gdzie zostaną wygenerowane ciekawe rozwiązania (dobre praktyki). Ich adresatami będą:

- Absolwenci z terenu województwa lubelskiego (a w przyszłości z całej Polski, którzy nie brali udziału w testowaniu produktu,
- Przedstawiciele Rynku Pracy, którzy nie brali udziału w testowaniu,
- Przedstawiciele Pracodawców, którzy nie brali udziału w testowaniu,

Będzie odbywał się w następujących formach:

- korespondencji e-mail do Regionalnych Sieci Tematycznych dla możliwości włączenia w główny nurt polityki w innych regionach,
- 4 konferencje upowszechniające w miastach na terenie województwa lubelskiego,
- prowadzenie Biura Pracy,
- rozesłanie informacji o Lubelskiej Pracowni (wraz z plakatami, ulotkami, broszurami),
- zorganizowanie spotkań informacyjnych z bezrobotnymi absolwentami uczelni wyższych i pracodawcami (na terenie działania PUP),
- wysyłka informacji o projekcie do instytucji szkoleniowych zarejestrowanych w WUP Lublin,
- wysyłka informacji do agencji zatrudnienia w woj. lubelskim,
- mailing do członków związków pracodawców w całym kraju,
- nawiązanie współpracy z innymi zrzeszeniami pracodawców w woj. lubelskim,
- wysyłka listów intencyjnych, mailing z informacjami o Lubelskiej Pracowni,
- spotkania bezpośrednio z pracodawcami woj. lubelskiego.

W mainstreamingu wertykalnym zostanie zaangażowane lokalne otoczenie polityczne i decydentów różnych szczebli w celu przekonania ich do włączenia produktów projektu do systemu wpływającego lub współtworzącego główny nurt polityki. Dokonujący się w jego ramach wpływ doświadczeń i rozwiązań wypracowanych w projekcie na główny nurt polityk i decyzji politycznych. Ich adresatami będą:

- liderzy opinii społecznej, a więc decydenci polityczni, samorządowi i edukacyjni,
- przedsiębiorcy, pracodawcy,
- przedstawiciele instytucji rynku pracy,
- przedstawiciele uczelni wyższych,
- przedstawiciele środowisk akademickich.

Planuje się organizowanie spotkań, zaproszenie na konferencje, na których będzie prezentowana Lubelska Pracownia - gotowy do wdrażania innowacyjny produkt finalny; wysyłanie materiałów informacyjnych o idei projektu, korzyści wynikające z wdrażania nowych rozwiązań na lokalnym rynku pracy. Zakłada się, że takie działania będą wywierać wpływ na proces tworzenia oraz kształtowania współpracy międzysektorowej oraz polityki regionalnej.

Aby produkt innowacyjny projektu mógł być zastosowany na szerszą skalę będzie poddany ocenie i weryfikacji. Celowi temu służy monitoring i ewaluacja na poszczególnych etapach realizacji projektu oraz system recenzji wewnętrznych i zewnętrznych opracowanych przez ekspertów oraz absolwentów. Efektem tych działań będą wnioski i rekomendacje, które zostaną wykorzystane przy modyfikacji ostatecznych prac nad produktem finalnym. Włączenie do głównego nurtu polityki będzie odbywało się poprzez wysyłkę listów intencyjnych zawierających opis uzyskanych rezultatów, mailing z informacjami o Lubelskiej Pracowni.

Działania upowszechniające w projekcie w ujęciu szczegółowym przedstawia poniższa tabela:

Działanie	Charakterystyka działania	Grupy docelowe	Okres realizacji
Strona internetowa	Kluczowe informacje o realizacji innowacyjnego projektu oraz innowacyjnego produktu będzie można znaleźć na stronie internetowej projektu	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2012 – marzec 2015

Platforma internetowa	Aplikacja programu informatycznego składająca się z systemu tworzenia profili osobowych Absolwentów i poszukiwanych kandydatów przez pracodawców, testów i opisów kompetencji, gry symulacyjnej, porad on-line doradcy zawodowego, informacji o podaży i popycie zasobów ludzkich na Lubelskim Rynku Pracy	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	maj 2013 – marzec 2015
Newsletter	Osoby, pracodawcy, instytucje zainteresowane otrzymują cykliczny newsletter zawierający aktualności dotyczące realizacji projektu i jego postępu, rozwiązania innowacyjne a po walidacji końcowej produktu finalnego możliwości wykorzystania jego zastosowania	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2012 – marzec 2015
Broszury informacyjne	W ramach upowszechniania zostanie przygotowana broszura informacyjna prezentująca założenia projektu, produkt oraz efekty testowania. Jego celem będzie zachęta do szczegółowego zapoznania się z produktem oraz przekazania rzetelnej informacji o możliwości skorzystania z platformy internetowej Lubelska Pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015

Ulotki informacyjne	W ramach upowszechniania zostanie przygotowana ulotka informacyjna prezentująca założenia projektu, produkt oraz efekty testowania. Celem jej będzie zachęta do szczegółowego zapoznania się z produktem oraz przekazania rzetelnej informacji o możliwości skorzystania z platformy internetowej Lubelska Pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015
Plakaty informacyjne	W ramach upowszechniania zostanie przygotowany plakat informacyjna prezentujący założenia projektu, produkt oraz efekty testowania. Celem jej będzie zachęta do szczegółowego zapoznania się z produktem oraz przekazania rzetelnej informacji o możliwości skorzystania z platformy internetowej Lubelska Pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015
Ogłoszenia prasowe	W ramach upowszechniania zostaną przygotowane i opublikowane ogłoszenia prasowe prezentujące założenia projektu, produkt oraz efekty testowania. Celem jej będzie zachęta do szczegółowego zapoznania się z produktem oraz przekazania rzetelnej informacji o możliwości skorzystania z platformy internetowej Lubelska Pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – grudzień 2014

Materiały szkoleniowe	W ramach upowszechniania zostaną przygotowane materiały szkoleniowe prezentujące założenia projektu, produkt oraz efekty testowania. Celem jej będzie zachęta do szczegółowego zapoznania się z produktem oraz przekazania rzetelnej informacji o możliwości skorzystania z platformy internetowej Lubelska Pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015
Raport z ewaluacji	Ewaluacja będzie prowadzona po każdym zadaniu. Celem jej będzie zbadanie skuteczności proponowanego rozwiązania i efektywności realizowanych w projekcie zadań	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	wrzesień 2012 – marzec 2015
Biuro projektu u partnerów projektu	W ramach upowszechniania powstaną Biura Projektu u partnerów projektu tj. Miejskiego Urzędu Pracy w Lublinie oraz Związku prywatnych Pracodawców Lubelszczyzny „Lewiatan”. Celem ich będzie bezpośredni kontakt z przyszłymi użytkownikami produktu finalnego, dający okazję do odpowiedzi na praktyczne pytania i zachęcenie użytkowników do stosowania i możliwości skorzystania z platformy internetowej Lubelska Pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015

Konferencje z osobami bezrobotnymi	Konferencje będą prowadzone z osobami bezrobotnymi na terenie województwa lubelskiego. Celem ich będzie prezentacja produktu finalnego, efektów testowania oraz możliwości i korzyści płynących z wykorzystania produktu w praktyce	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015
Spotkania z osobami bezrobotnymi	Spotkania będą prowadzone z osobami bezrobotnymi na terenie województwa lubelskiego. Celem ich będzie bezpośredni kontakt z przyszłymi użytkownikami produktu finalnego, dający okazję do odpowiedzi na praktyczne pytania i zachęcenie użytkowników do stosowania	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015
Spotkania z pracodawcami	Spotkania będą prowadzone z pracodawcami na terenie województwa lubelskiego. Celem ich będzie bezpośredni kontakt z przyszłymi użytkownikami produktu finalnego, dający okazję do odpowiedzi na praktyczne pytania i zachęcenie użytkowników do stosowania	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015
Listy intencyjne do instytucji szkoleniowych	W ramach upowszechniania zostanie przygotowany list intencyjny do rektorów uczelni wyższych województwa lubelskiego prezentujący założenia projektu, produkt oraz efekty testowania. Jego celem będzie zachęta do szczegółowego zapoznania się z produktem oraz przekazania rzetelnej informacji o możliwości skorzystania platformy internetowej Lubelska pracownia	Użytkownicy, odbiorcy, pracodawcy, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy, instytucje szkoleniowe, instytucje kształtujące politykę rynku pracy, opinia publiczna, inne zainteresowane osoby	lipiec 2014 – marzec 2015

VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU

Należy wskazać kilka kluczowych dla przebiegu II etapu terminów (np. rozpoczęcie i zakończenie testowania, zakończenie ewaluacji itp.). Terminy te stanowią będą wskazówką dla instytucji weryfikującej projekt systemowy/IOK do określenia terminów dokonywania wspólnie z projektodawcą okresowych przeglądów postępów prac w projekcie.

Bardzo ważnymi dla przebiegu Etapu II są następujące elementy – w tym momencie będą podejmowane strategiczne decyzje:

- Proces efektywnej rekrutacji Użytkowników i Odbiorców produktu finalnego do testowania – II kwartał 2013,
- Prawidłowe przeprowadzenie testowania produktu finalnego – sprawdzenie funkcjonalności LP i spełniania jej głównych zadań dla absolwentów, uczelni wyższych, pracodawców i Instytucji Rynku Pracy,
- Analiza efektów testowania – analiza działania Lubelskiej Pracowni i przygotowanie planu naprawczego, po zauważeniu ewentualnych niedociągnięć działania systemu – I kwartał 2014,
- Wdrożenie programu naprawczego w celu usprawnienia działania Lubelskiej Pracowni – I kwartał 2014,
- Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego w toku konsultacji z przedstawicielami Odbiorców i Użytkowników w oparciu o wnioski i rekomendacje z testowania. – I i II kwartał 2014,
- Walidacja produktu finalnego – II kwartał 2014,
- Rozpoczęcie działań upowszechniających (obejmujących Lidera i P1 oraz P2),
- Rozpoczęcie działań włączających – od III kwartału 2014 do I kwartału 2015,
- Zakończenie realizacji projektu – I kwartał 2015.

IX. ANALIZA RYZYKA

Analiza ryzyka powinna pomóc w ocenie zagrożeń, które mogą się pojawić na etapie testowania, upowszechniania i włączania do polityki innowacji.

Analiza ta powinna obejmować następujące elementy:

- *zidentyfikowanie potencjalnych zagrożeń,*
- *oszacowanie prawdopodobieństwa ich wystąpienia (na skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza niskie prawdopodobieństwo wystąpienia danego ryzyka, a 3 – prawdopodobieństwo wysokie),*
- *oszacowanie wpływu ryzyka na realizację projektu (na skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza bardzo mały wpływ na realizację projektu, a 3 – wpływ bardzo duży),*
- *zidentyfikowanie najważniejszych zagrożeń (polega na przemnożeniu punktów przyznanych w kategorii „prawdopodobieństwo i wpływ ryzyka”; za istotne uznane są te zagrożenia, które uzyskały co najmniej 4 punkty),*
- *określenie sposobu ograniczenia najważniejszych zagrożeń.*

Projekty innowacyjne w swojej strukturze realizacji posiadają ryzyko nie osiągnięcia zamierzonych celów i założonych produktów znacznie większe niż w innych projektach. Dlatego przygotowując realizację projektu innowacyjnego bardzo ważnym elementem zarządzania strategicznego jest zarządzanie ryzykiem oraz założenie potencjalnych zagrożeń i stworzenie ścieżki szybkiego wykrywania niedoskonałości oraz sprawnego wdrażania programów naprawczych na etapie testowania, upowszechniania i włączania do głównego nurtu innowacji. Tu należy zastosować hierarchizację potencjalnych zagrożeń mogących nastąpić w trakcie realizacji projektu.

Zidentyfikowano następujące problemy:

LP.	Rodzaj Problemu	Skala problemu (prawdopodobieństwo wystąpienia zagrożenia) (1-3)	Oszacowanie wpływu ryzyka na realizację projektu (1-3)	Identyfikacja najważniejszych zagrożeń (1-3)	Program naprawczy	Uwagi
1.	Uruchomienie działania Lubelskiej Pracowni z opóźnieniem	1	2	2		Wyznaczono terminy oddania kolejnych faz Lubelskiej Pracowni-etap testowania. Systematyczny kontakt z firmą realizującą zlecenie pozwala na stałe uzupełnianie informacji na temat realizacji zlecenia
2.	Wady programu zastosowanego do uruchomienia Lubelskiej pracowni	2	1	2	Przygotowanie planu prowadzenia udoskonaleń systemu	Firma realizująca zlecenie zapewnia, że wszelkie działania naprawcze będą realizowane sprawnie oraz w oparciu o przepływ informacji ze zleceniodawcą-etap testowania.
3.	Brak chętnych Absolwentów do umieszczania aplikacji na portalu	2	2	3	Natężenie prac informacyjno / promocyjnych wśród pracowników Lidera i Partnerów P1, P2, współpracujących Uczelni Wyższych, biur karier. Szeroko zaplanowane działania upowszechniające skierowane do bezrobotnych absolwentów uczelni wyższych województwa lubelskiego	Włączenie w konsultacje podczas tworzenia produktu i realizację projektu przedstawicieli środowisk, które doskonale znają problem bezrobocia absolwentów uczelni wyższych, znają tę grupę i jej nastawienie, tak aby produkt w jak największym stopniu zaspokajał ich oczekiwania i był atrakcyjny. Aby przeciwdziałać takiemu problemowi założono w projekcie spotkania informacyjne - konferencje w największych miastach województwa o

						największej liczbie uczelni Ponadto narzędzie ma być upowszechniane poprzez portale studenckie, społecznościowe (fanpage na Facebook)- etap upowszechnia.
4	Brak chętnych Pracodawców do umieszczenia aplikacji na portalu	3	3	3	Natężenie prac informacyjno / promocyjnych wśród pracowników Lidera i Partnerów P1,P2. Indywidualny kontakt z Pracodawcami, spotkania, aktywizacja Związków Pracodawców i instytucji współpracujących	Celem przeciwdziałania takiemu problemowi jest włączenie na każdym etapie realizacji projektu reprezentantów pracodawców, tak by powstający produkt finalny był jak najlepiej dostosowany do potrzeby pracodawców i był dla nich interesujący oraz wartościowy. Ponadto jednym z partnerów projektu jest związek pracodawców, który pomoże upowszechnić narzędzie w środowisku przedsiębiorców – prowadzenie punktu informacji dla pracodawców, mailing do członków, nawiązanie współpracy z innymi zrzeszeniami pracodawców, spotkania z pracodawcami-etap włączania do głównego nurtu innowacji.
5	Brak chętnych Przedstawicieli rynku pracy do współpracy na portalu	1	1	1	Natężenie prac informacyjno/promocyjnych: listy intencyjne, mailing do instytucji rynku pracy z WL, zwłaszcza do PUP oraz instytucji szkoleniowych, agencji zatrudnienia z informacją o projekcie. Stałe upowszechnianie informacji wśród instytucji rynku pracy, że poprzez LP można gromadzić,	Celem zminimalizowania tego problemu jest włączenie w prace nad projektem, tworzeniem produktu finalnego i realizacją całego projektu jako Partnera Miejski Urząd Pracy w Lublinie, którego zadaniem będzie nawiązanie współpracy z Powiatowymi Urzędami pracy na terenie WL w trakcie upowszechniania produktu, wysyłka

					aktualizować, generować raporty o lubelskim rynku pracy poprzez odbywanie spotkań bezpośrednich.	informacji o projekcie do instytucji szkoleniowych zarejestrowanych z WUP-etap włączania do głównego nurtu.
6	Niski stopień zainteresowania projektem	1	2	2	Wzmoczenie działań upowszechniających.	Aby przeciwdziałać temu zagrożeniu w prace nad projektem włączono różne grupy, związane ze środowiskiem uczelnianym, instytucje rynku pracy i pracodawców. Każda ze stron projektu będzie dysponowała specjalistą ds. upowszechniania-etap włączania do głównego nurtu.

ZAŁĄCZNIKI

1. Bezrobotni absolwenci wyższych uczelni w województwie lubelskim. Raport z badań - dr Paweł Rydzewski – raport częściowy
2. Bezrobotni absolwenci wyższych uczelni w województwie lubelskim w opinii pracodawców i pracowników instytucji rynku pracy. Raport z badań –dr Renata Maciejewska – raport częściowy
3. Bezrobotni absolwenci wyższych uczelni w województwie lubelskim. Identyfikacja barier startu zawodowego - dr Paweł Rydzewski, dr Renata Maciejewska – raport końcowy
4. Raport częściowy z ewaluacji projektu. ZADANIE 1
5. Opis mechanizmu (algorytmu) do zestawienia kandydatów i ofert pracy na podstawie wypełnionych profili kandydata i oferty pracy zamieszczonej w serwisie przez pracodawcę
6. Instrukcja korzystania z portalu Lubelska Pracownia
7. Program szkolenia dla pracowników Biura Karier:
 - Obsługa portalu Lubelska Pracownia. Program szkolenia Pracodawców
 - Obsługa portalu Lubelska Pracownia. Program szkolenia Absolwentów
8. Opis kompetencji i umiejętności
9. Testy kompetencji
10. Gra symulacyjna on-line

PODPIS:

LIDER:

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie
ul. Bursaki 12
20-150 Lublin

.....

Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego