



s t r a t e g i a
 w d r a z a n i a
 p r o j e k t u




zmp



I. uzasadnienie

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

Zielona gospodarka w dobie kryzysu gospodarczego traktowana może być jako wymyślna idea lub kosztowny kaprys bogatych społeczeństw, na który nie stać gospodarek rozwijających się. Tymczasem wdrażanie postulatów zielonej gospodarki może w rzeczywistości okazać się jedynym, dostępnym w czasie spowolnienia, instrumentem ożywiania rynku pracy, kreowania popytu na nowe kwalifikacje zawodowe, produkty i usługi, kojarzone z oszczędnością, obniżaniem kosztów życia i produkcji. **Zielone miejsca pracy - ZMP** związane z wdrażaniem zasad zielonej gospodarki mogą być **szansą zawodową** dla osób pozostających poza rynkiem pracy, w szczególności osób niepełnosprawnych, osób po 50 roku życia oraz osób bezrobotnych na obszarach wiejskich, gdzie zielony sektor gospodarki ma naturalne warunki wzrostu. W takim ujęciu **ZMP** leżą w obszarze zainteresowań nie tylko ekologów czy ekonomistów, ale także specjalistów instytucji doradczych i szkoleniowych, publicznych służb zatrudnienia czy samorządów lokalnych. Poszukiwanie instrumentów promocji zielonych miejsc pracy, a w szczególności kreowania popytu na zielone kompetencje, usługi i produkty staje się wyzwaniem dla instytucji rynku pracy. Wyzwanie to zyskuje na randze w kontekście nowej strategii województwa podlaskiego na lata 2014-2020, w której zieloną gospodarkę wskazano jako strategiczny obszar rozwoju regionu wymagający wsparcia poprzez nowe instrumenty i modele interwencji.

Badania przeprowadzone w pierwszej fazie projektu oraz współpraca ponadnarodowa potwierdzają przyjęty powyżej sposób rozumowania, wskazując liczne przykłady kreowania nowych miejsc pracy w związku z realizacją postulatów zielonej gospodarki. Dobre praktyki zagraniczne dowodzą występowania w praktyce sprzężenia zwrotnego - zielona gospodarka kreuje nowe miejsca pracy i popyt na nowe kompetencje, z drugiej zaś strony edukacja zawodowa i podaż nowych kwalifikacji zawodowych związanych z ZMP wspierają rozwój zielonej gospodarki, która z jeszcze większą siłą kreuje nowe miejsca pracy, na zasadzie **efektu śnieżnej kuli**. Zainwestowanie przez rząd niemiecki w latach 2001-2006 5,2 mld. dolarów w ocieplenie budynków i instalacje OZE przyniosło 20,9 mld dolarów inwestycji i 140 tys. nowych miejsc pracy. Kluczem do zainicjowania wzrostu w tym obszarze jest więc równoległe pobudzanie popytu i podaży na kwalifikacje związane z ZMP przez wszystkich interesariuszy aktywnego, dynamicznego i żywego rynku pracy. Działania te powinny być podejmowane zgodnie ze specyfiką regionu, przy wykorzystaniu jego silnych stron. Dlatego też w ramach przedmiotowego projektu realizowanego w województwie podlaskim, charakteryzującym się dużym udziałem obszarów wiejskich, przyjęto **dwa obszary interwencji**, jakimi jest odzyskiwanie zużytych baterii i sprzętu elektronicznego i elektrycznego ZSEE oraz pozyskiwanie i dystrybucja biomasy. Badania wskazały na konieczność uwzględnienia **trzeciego obszaru** (społecznego) związanego z partnerskimi, lokalnymi działaniami stymulowania podaży i popytu na ZMP w wybranych wcześniej obszarach zielonej gospodarki:



Zgodnie z przedstawionym schematem na powstawanie ZMP wpływają przede wszystkim czynniki natury gospodarczej (ekonomicznej, biznesowej) związane z opłacalnością odzysku baterii i ZSEE oraz dystrybucji biomasy (pozyskiwanie, produkcja, dostawy do elektrociepłowni, biogazowni) przedstawione strzałkami poziomymi. Kluczowe dla testowanego modelu (oraz dla realizacji celów VI priorytetu PO KL) jest jednak



dostrzeżenie wpływu innych czynników społecznych (politycznych, prawnych, edukacyjnych) na tworzenie ZMP przedstawionych poprzez strzałki pionowe. Zgodnie z tym schematem ZMP można kreować bezpośrednio poprzez uchwały, przepisy, standardy organizacyjne (nakazujące) lub kryteria strategiczne dotacji zachęcające do tworzenia ZMP, jak też pośrednio poprzez pobudzanie popytu i zwiększanie świadomości i potrzeb uczestników procesów gospodarczych zachodzących w wymiarze poziomym. W ujęciu takim ZMP powstają tam, gdzie pojawia się **zysk** (wynik finansowy) umożliwiający ich finansowanie oraz tam, gdzie pojawia się **społeczna potrzeba** (powszechna i akceptowalna) uzasadniająca ponoszenie kosztu ZMP. Zważywszy na fakt, iż w drugim wymiarze konsensus społeczny jest warunkiem finansowania ZMP, działania muszą mieć **charakter partnerski** angażujący szerokie spektrum społeczne, którego potencjał stanie się z czasem ważnym elementem analizy finansowej działań lokalnych podejmowanych w obszarze **baterii i biomasy**:

 **Baterie**, czyli odzysk zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego (ZSEE) to pierwszy obszar interwencji projektu tworzący model promocji ZMP z zastosowaniem 6 produktów finalnych testu. Badania potwierdziły, iż odzysk ZSEE i baterii posiada wysoki potencjał rentowności - ceny skupu (baterie 0,34 PLN/kg, sprzęt elektroniczny drobny 0,3 PLN/kg, monitory 0,2 PLN/kg, lodówki 0,5 PLN/kg) uzasadniają finansowanie ZMP związanych bezpośrednio ze zbiórką, lecz przede wszystkim z segregacją baterii i rozbiórką urządzeń, celem pozyskania metali szlachetnych. Przekazanie do Organizacji Odzysku materiałów segregowanych lub wstępnie rozmontowanych istotnie zwiększa wynik finansowy całego przedsięwzięcia i lokuje miejsca pracy związane z segregacją (**ZMP: SEGREGATOR**) w gminach objętych interwencją (testem) wpływając na lokalny rynek pracy. Jednocześnie badania wskazują na bardzo niski w stosunku do krajów Unii Europejskiej a w szczególności w stosunku do Niemiec (partnerstwo ponadnarodowe) poziom odzysku baterii i ZSEE. Poziom zbierania ZSEE w Polsce w 2011 roku osiągnął poziom 27,80 % i daleki jest od norm przyjętych w UE (w Niemczech 70%), co wskazuje na wysoki potencjał wzrostu dla tego obszaru działań. Można więc spodziewać się, iż przy wdrożeniu rozwiązań niemieckich (będących inspiracją dla testowanego modelu) poziom odzysku a co zatem idzie opłacalności wzrośnie na tyle, iż działanie będzie mogło trwale finansować miejsca pracy związane ze zbiórką, segregacją baterii i demontażem ZSEE w gminach objętych modelową interwencją. W badanych gminach przeszło 20% mieszkańców przechowuje ZSEE w domu, a ponad 5% wyrzuca wraz z odpadami komunalnymi, co wskazuje na niską świadomość a jednocześnie spory potencjał wzrostu odzysku w efekcie planowanych interwencji. Badanie wskazało, iż oparcie planu zbiórki na akcjach społecznych zwiększają ich efektywność. Możliwości tworzenia ZMP w obszarze koordynowania tego typu akcji uwzględnione zostały w trzecim obszarze problemowym (Partnerstwo), niemniej na tym etapie badania potwierdziły zasadność uwzględnienia w planie zbiórki i odzysku oraz analizie finansowej tych akcji czynników społecznych związanych z kapitałem społecznym gminy (ilość i jakość organizacji pozarządowych, w tym związanych z ekologią i pomocą społeczną, ilość placówek kształcenia, w tym ilość uczniów, ilość parafii i jakość relacji gminy z Kościołem, Caritasem i inne wpływające na skuteczność podejmowanych akcji społecznych). Wyniki badań dają podstawę do uwzględnienia we wstępnej wersji produktów finalnych elementów niefinansowych związanych z wolontariatem, zaangażowaniem społecznym w imię wyższego (nieekonomicznego celu) oraz wartością dodaną wnoszoną przez NGO obniżającą koszty całego przedsięwzięcia (większe możliwości pozyskania sponsorów, większa wiarygodność i akceptacja społeczna akcji). Badania wskazały na brak w regionie praktyk tworzenia trwałych miejsc pracy związanych ze zbiórką oraz całkowicie akcyjny, incydentalny charakter przedsięwzięć. Nie znaleziono także rozwiązań formalno-prawnych związanych z organizacją ZMP przy odzysku, a w szczególności narzędzi doradczych i edukacyjnych (profile kompetencyjne) związanych z tą aktywnością zawodową. Dlatego konieczne jest poddanie testowaniu różnych planów zbiórki uwzględniających tworzenie ZMP wraz ze wsparciem edukacyjnym i doradczym oraz zweryfikowanie zależności form zatrudnienia, organizacji ZMP od poszczególnych planów zbiórki baterii i ZSEE opracowanych niezależnie w 5 gminach objętych testem. Rekomendacje z testu dotyczące tworzenia a w szczególności zapewnienia trwałości ZMP będą kluczową wartością modelowej interwencji w tym obszarze.



 **biomasa**, czyli produkcja, odzysk i dystrybucja biomasy na potrzeby wytwarzania energii to drugi obszar interwencji i drugi model wykorzystujący dwa produkty finalne testu. Badania przeprowadzone w projekcie potwierdziły konieczność testowania rozwiązań kreujących ZMP na obszarach wiejskich. Obecnie w województwie podlaskim jest 303 ha plantacji biomasy na potrzeby elektrociepłowni, jednak większość biomasy wciąż importowana jest z Białorusi. Wytwarzanie biomasy, w tym zrębków, lokalnie kreuje ZMP związane z jej produkcją. (ZMP: PRODUCENT). Są to miejsca pracy atrakcyjne dla rolników poszukujących zatrudnienia poza rolnictwem oraz w ramach dywersyfikacji produkcji rolnej, co jest ważne w kontekście regionu przechodzącego proces reorientacji zawodowej na obszarach wiejskich (nadwyżka zatrudnienia w rolnictwie). Konieczne jest jednak przetestowanie procedury (doradczej, edukacyjnej, inwestycyjnej) dywersyfikacji lub podjęcia działalności w zakresie biomasy, w szczególności udziału JST gmin wiejskich w tym procesie oraz kojarzeniu rozproszonych dostawców biomasy (spółdzielnie, grupy producenckie, spółki, stowarzyszenia) celem uzyskania lepszej ceny sprzedaży surowca energetycznego lub odpadów organicznych. Badania wskazały na wysoki potencjał gmin objętych testem (słoma: Łomża 145 tys. GJ, Kolno 51 tys. GJ; plantacje wieloletnie Narewka, Łomża 28 tys. GJ; drewno Narewka 65 tys. GJ), konieczne jest jednak opracowanie poradnika kierowanego do producentów i instytucji rynku pracy w zakresie form organizacji pracy i profili kompetencyjnych ZMP (w tym przedsiębiorczych MŚP) związanych z biomasą (ZMP: DYSTRYBUTOR). W ramach testu zweryfikowane zostaną alternatywne modele interwencji gminy w proces produkcji i zbiórki biomasy (animator, moderator, pośrednik) oraz różne formy organizacji i finansowania ZMP zależne od modelu.

 **partnerstwo** to trzeci obszar interwencji projektu oraz trzeci model (społeczny) wspierający dwa poprzednie modele (gospodarcze) z zastosowaniem wszystkich 8 produktów finalnych testu. Badanie potwierdziło kluczową rolę w procesie odzysku baterii i ZSEE kapitału społecznego reprezentowanego przez organizacje pozarządowe (NGO) lub samorządy terytorialne (JST). Realizacja zbiorów w ramach akcji społecznych nawiązujących do powszechnie akceptowanych wartości związanych z ochroną środowiska, solidarnością społeczną, w tym zrównoważonego rozwoju czy pomocą społeczną (zbiórki celowe: „na wózek inwalidzki”, „na wakacje dla biednych dzieci” czy konkursy z nagrodami: „sprzęt ICT dla szkoły”; „plac zabaw”) istotnie zwiększają poziom odzysku baterii i ZSEE, kreując nowe możliwości finansowania ZMP (przy czym sam fakt zatrudnienia osoby wykluczonej z rynku pracy może być celem zbiórki bioodpadów i biomasy). Dane z badań potwierdzają zasadność uwzględnienia w modelowej interwencji poziomu partnerskich działań lokalnych apelujących do tego typu wartości i uruchamiających kapitał społeczny gminy objętej interwencją. Problemem praktyki w kraju i regionie jest prowadzenie tego typu przedsięwzięć incydentalnie w formie doraźnych akcji. Konieczne jest przetestowanie rozwiązań trwałej, wieloletniej współpracy lokalnych partnerów zwiększających trwałość ZMP. Kluczem do sukcesu, wymagającym jednak przetestowania w praktyce, może być plan wieloletniej współpracy JST i NGO w ramach partnerstwa publiczno-społecznego i kontraktowania usług społecznych oraz współpraca z MSP w ramach partnerstw publiczno-prywatnych. Model poddany testowaniu zakłada trójsektorowe uczestnictwo lokalnych partnerów, które wymaga jednak wsparcia w formie narzędzi, instrukcji, wzorów dokumentów o charakterze formalno-prawnym, zachęcając i legitymizując JST (na wzór praktyk niemieckich) do większej aktywności w kreowaniu partnerstw lokalnych na rzecz ZMP. Badania potwierdziły także wysoki potencjał edukacyjny i doradczy działań o charakterze lokalnym, które mogą kreować ZMP związane z edukacją w zakresie zielonej gospodarki (ZMP: EDUKATOR) oraz doradztwem biznesowym (ZMP: DORADCA) dla przedsiębiorców uczestniczących w zbiorach ZSEE i baterii oraz produkcji lub dystrybucji biomasy (ZMP: DYSTRYBUTOR). Konieczne jest przetestowanie różnych form organizacji i finansowania tych miejsc pracy, w zależności od rodzajów planów działań w poszczególnych gminach objętych testem.

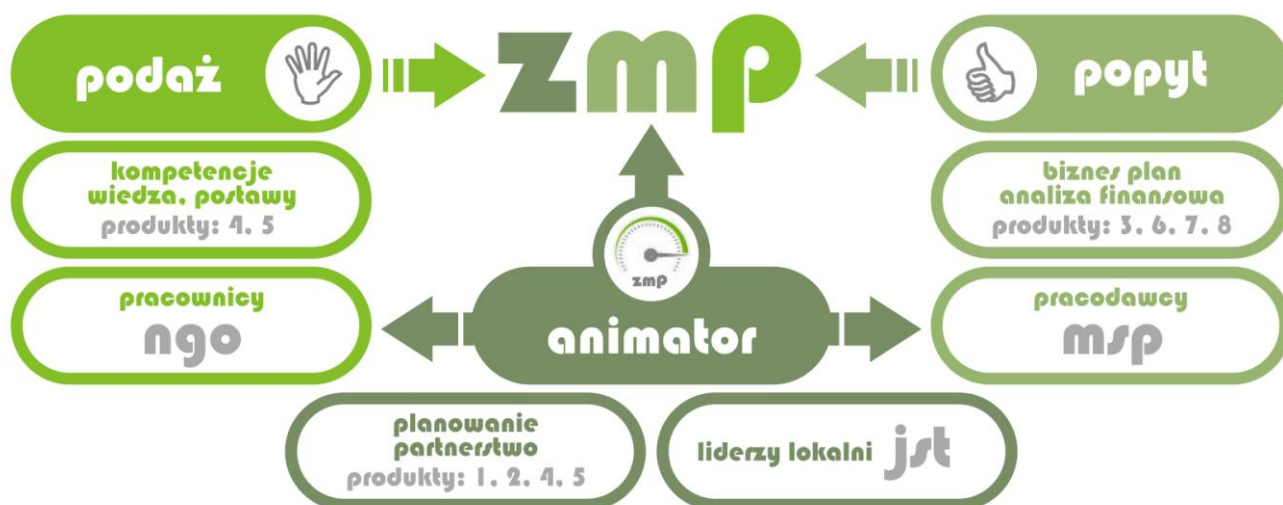
Uwzględnienie trzech obszarów interwencji z modelami tworzenia ZMP z udziałem różnych odbiorców (NGO, JST, MSP, społeczność lokalna) zwiększa **potencjał innowacyjny i wdrożeniowy** całego projektu.



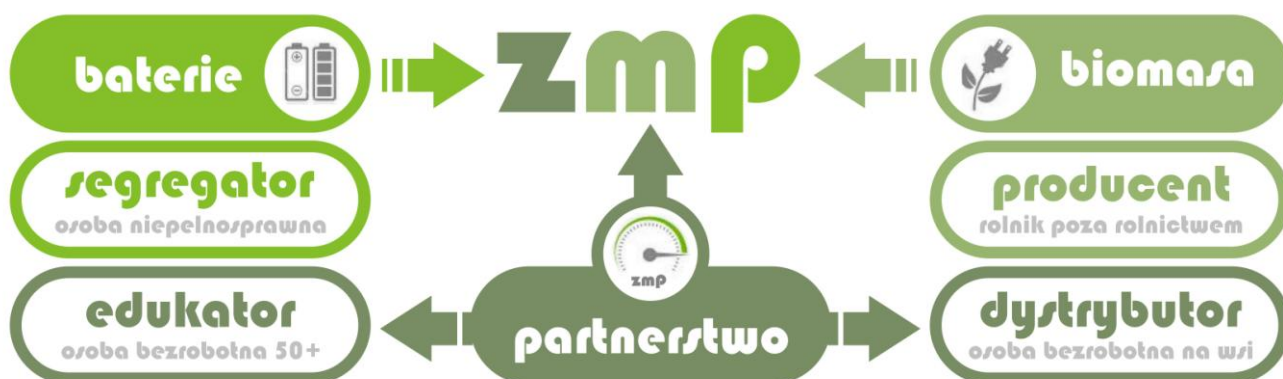
III. opis innowacji. w tym produktu finalnego

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

Innowacją projektu jest **integrowanie w jednym modelu** komplementarnych w stosunku do siebie działań związanych z tworzeniem ZMP. Z jednej strony mamy działania zwiększające popyt na pracę i kompetencje ZMP (związane z argumentami ekonomicznymi czy biznesowymi dla **PRACODAWCÓW**) z drugiej zaś strony działania zwiększające podaż nowych kompetencji zawodowych, gotowość do świadczenia pracy w zakresie nowych usług i produktów związanych z zieloną gospodarką (związane z kompetencjami, edukacją i rozwojem zawodowym **PRACOWNIKÓW**). Obie przestrzenie wymagają zastosowania odrębnych instrumentów, kierowanych do pracowników (osób bezrobotnych) jak też pracodawców (MSP). Całość spina trzeci obszar związany z planowaniem lokalnym działań edukacyjnych, promocyjnych i logistycznych pozyskania baterii, ZSEE lub biomasy, kreujących po drodze ZMP. Dla obszarów przewidziano odmienne działania i dostosowane do nich produkty finalne, wraz z głównymi odbiorcami i użytkownikami produktów, według poniższego schematu:



Innowacyjność rozwiązania związana jest więc także z dedykowaniem obszarów interwencji grupom odbiorców i użytkowników. W praktyce brak jest tego typu rozwiązań, a przedsięwzięcia ograniczają się do ogólnych działań promocyjnych kształtujących popyt na zielone produkty i usługi. Równoległe zwiększanie podaży pracy (nowych kompetencji zawodowych, w szczególności przedsiębiorczych) wspiera rozwój zielonej gospodarki, która z jeszcze większą siłą (na zasadzie efektu kuli śnieżnej) kreuje popyt na prace w ZMP. **Kolejnym obszarem innowacji**, na poziomie modelu, jest wybór kluczowych użytkowników innowacji dla każdego z 3 obszarów interwencji (**NGO** w zakresie kształtowania i rozwoju kompetencji, postaw i wiedzy; **MSP** w zakresie biznes planów i analiz finansowych nowych przedsięwzięć oraz **JST** w zakresie animowania lokalnych akcji, kampanii i wieloletniej współpracy trzech sektorów w zakresie baterii, ZSEE i biomasy). Dopasowanie użytkowników do poszczególnych obszarów istotnie zwiększa możliwości wdrożenia modelu. Analogicznie innowacją jest dopasowanie modelowych zawodów ZMP do 3 obszarów testowania:





Wybór zawodów ZMP dokonany na podstawie badań i konsultacji ponadnarodowej w I fazie projektu nie wyczerpuje całego zbioru ZMP związanych z bateriami, biomasą czy partnerstwem lokalnym, jednak w innowacyjny sposób dopasowuje do 3 obszarów działań 4 grupy odbiorców (osób bezrobotnych) w specyficznej sytuacji na rynku pracy (**osoby niepełnosprawne, 50+, bezrobotni na obszarach wiejskich oraz odchodzący z rolnictwa**) uwzględniając predyspozycje tych osób do aktywności zawodowej w danym obszarze. Podejście to umożliwia wypracowanie narzędzi diagnostycznych, doradczych i edukacyjnych nie tylko w zakresie 4 różnych zawodów ale także 4 grup defaworyzowanych na rynku pracy, co zwiększa wartość dodaną badań i testu. **Innowacyjność** rozwiązań występuje więc **na kilku poziomach szczegółowości**. Obok innowacyjnego modelu rozwiązywania problemu (tworzenie ZMP) przewiduje się innowacje **na poziomie produktów finalnych**. Innowacje w tym przypadku dotyczyć będą metody wsparcia, sposoby rozwiązania konkretnych barier czy zaspokojenia szczegółowych potrzeb typowych dla poszczególnych użytkowników i odbiorców. Mamy w tym przypadku **poziom 8 produktów finalnych** oraz narzędzi składających się na te produkty: nowe opisy stanowisk pracy, profile kompetencyjne; narzędzia diagnostyczne (dla 4 zawodów), poradniki, kalkulatory (dla 2 obszarów działalności) oraz plany działania, strategie i wzory organizacyjne dla społecznych animatorów procesu tworzenia ZMP w gminie.

Warunkiem działania innowacji jest **uwzględnienie rekomendacji** wdrożeniowych z procesu testowania oraz ewaluacji modelu po zakończeniu testu. **Kompleksowe zastosowanie całego modelu** zwiększa szanse właściwego działania innowacji, jednak nie jest warunkiem koniecznym wdrożenia, gdyż poszczególne produkty finalne (pakiety narzędzi) mogą być zastosowane przez użytkowników osobno w interesującym ich zakresie, zgodnie z przedstawionymi poniżej **modelami interwencji**:

Model kreowania ZMP w obszarze zbiórki ZSEE i baterii



W praktyce brak jest narzędzi zapewniających trwałość ZMP powstających (lub mogących powstać) przy akcjach zbiórki ZSEE lub baterii. Jak już wspomniano, przedsięwzięcia tego typu, choć opierają się na kapitale społecznym oraz wartościach uniwersalnych, nie generują trwałych miejsc pracy. Konieczne jest w związku z tym, wypracowanie w drodze naturalnego testu narzędzi (instrukcji, rekomendacji) takiej organizacji zbiórki (planowania), by nie tylko powstało miejsce pracy, ale by osiągnięto perspektywę wieloletnią, stając się obszarem rozwoju zawodowego mieszkańców gminy. Innowacyjny model planowania zbiórek uwzględnia więc nie tylko aspekty ekonomiczne czy logistyczne ale także edukacyjne i doradcze związane z nowym zawodem (ZMP: SEGREGATOR) w odpowiedzi na potrzeby i predyspozycje osób niepełnosprawnych. Dlatego też model ten uwzględnia następujące elementy produkty finalnego:

-  **Narzędzia do planowania ZMP w ramach zbiórki (produkty finalne 1, 2, 3)** uwzględniające kapitał społeczny gminy w analizie ekonomicznej przedsięwzięcia dostosowanej do budżetowania JST
-  **Narzędzia do organizacji ZMP (produkt finalny 4)** dla doradców zawodowych i edukatorów uwzględniające predyspozycje i specyficzne potrzeby osób niepełnosprawnych oraz wymagania związane z opisem stanowiska pracy w zawodzie ZMP: SEGREGATOR
-  **Narzędzia do budżetowania zbiórki baterii i ZMP (produkty finalne 6, 7)** dla pracodawców, przedsiębiorców czy instytucji organizujących zbiórkę lub ZMP.

paradygmatów partnerstwa zapewni równomierne uwzględnienie w procesie testowania oraz rekomendacjach wdrożeniowych do produktów finalnych wskazanych powyżej aspektów (poziomów i obszarów) testowania.

3 POZIOMY testowania – z udziałem 40 osób bezrobotnych i 48 pracujących uwzględniono 3 etapy testowania odpowiadające 3 grupom odbiorców:

- **Test PRACOWNIKA.** W ramach testu z udziałem **40 osób bezrobotnych** i nieaktywnych zawodowo (po 8 osób w każdej gminie: 2 osoby niepełnosprawne, 2 osoby 50+, 2 rolników, 2 osoby bezrobotne na wsi) testowane będą narzędzia diagnostyczne i doradcze (6 godzin – coaching ZMP) przygotowujące osoby bezrobotne do pracy na ZMP. **DORADZTWO IPD** z użyciem specjalnych kwestionariuszy (PF: 1, 4) w formie IPD zrealizowane będzie jako etap modelowego planu zbiórki. Dodatkowo uczestnicy doradztwa odbędą **SKOLENIE ZAWODOWE** (40 godzin) oraz 40 godzinne **STAŻE ZAWODOWE** dla 20 osób wybranych w doradztwie po szkoleniach związane z ZMP: segregacja przez ON (ZMP: SEGREGATOR), edukacja w szkołach prowadzona przez 50+ (ZMP: EDUKATOR), zajęcia w ODR przez rolników (ZMP: PRODUCENT) oraz staż w gminie przez osoby bezrobotne ze wsi (ZMP: DYSTRYBUTOR) – łącznie przetestowanych zostanie 240 godzin doradztwa, 160 godzin szkoleń oraz 800 godzin staży w ramach 4 zawodów ZMP z udziałem ekspertów (doradców zawodowych, opiekunów staży) w 5 gminach. Liczebność grupy testowej została ustalona pod kątem możliwości przetestowania 4 zawodów ZMP w różnych warunkach oraz 4 grup osób bezrobotnych (po 2 osoby do 4 rodzajów sytuacji na rynku pracy): 2 osoby niepełnosprawne – test ZMP: Segregator (ponieważ 2 etapy zbiórki); 2 osoby 50 + - test ZMP: Edukator (ponieważ 2 szkoły); 2 rolników (reorientacja) – Test ZMP: Producent (ponieważ 2 rodzaje biomasy) oraz 2 osoby bezrobotne na wsi – Test ZMP: Dystrybutor (gdyż 2 instytucje: JST, NGO). Łącznie 8 osób x 5 gmin, co daje łącznie 40 osób w trakcie testu.
- **Test PRACODAWCY.** W ramach testu z 10 firmami (4 osoby w gminie) realizowane będą modelowe **STAŻE ZAWODOWE** z udziałem 10 pracowników (ZMP: PRODUCENT, SEGREGATOR). Staże realizowane przy okazji **PRÓBNEJ ZBIÓRKI** w 5 gminach. Dodatkowo MSP (10 osób pracujących) przetestuje w praktyce narzędzia związane z planowaniem i analizą finansową (kalkulatory, wzory analizy finansowej) swojego zaangażowania komercyjnego w zbiórkę ZSEE, baterii lub biomasy. Liczebność grupy testowej została ustalona na podstawie doświadczeń posiadanych przez Lidera Projektu i Partnerów krajowych.
- **Test PARTNERSTWA.** W ramach testu z 5 JST, 10 szkołami oraz 15 NGO (po 3 w gminie) realizowane będą modelowe **STAŻE ZAWODOWE** (ZMP: EDUKATOR, DYSTRYBUTOR) z udziałem 10 pracowników w gminach. Staże realizowane będą przy okazji **PRÓBNEJ ZBIÓRKI** baterii i ZSEE, biomasy. INSTYTUCJE (28 osób pracujących) przetestują w praktyce narzędzia związane z planowaniem i finansowaniem (kalkulatory, analiza finansowa gminy) akcji społecznej. Liczebność grupy testowej została ustalona na podstawie doświadczeń posiadanych przez Lidera Projektu i Partnerów krajowych.



3 PRZEDMIOTY testowania – adekwatnie do obszarów ZMP wybranych dla regionu:

- **Test BATERII** z udziałem 5 JST, 10 MSP, 10 szkół, 10 NGO i 20 bezrobotnych przeprowadzona zostanie **PRÓBNA ZBIÓRKA** baterii i ZSEE z użyciem 5 produktów – **test modelu pierwszego**.
- **Test BIOMASY** z udziałem 5 JST, 10 MSP, 5 NGO i 20 bezrobotnych przeprowadzona zostanie **PRÓBNA ZBIÓRKA** biomasy z użyciem 3 produktów finalnych – **test modelu drugiego**.



- **Test ZMP w gminie** z udziałem 5 JST, 20 MSP, 10 szkół, 15 NGO i 40 bezrobotnych będą realizowane **DWIE AKCJE PARTNERSKIE** z użyciem 8 produktów na rzecz **20 STAŻY ZAWODOWYCH** w zakresie ZMP dając w efekcie 5 ZMP – **test modelu trzeciego**.

🔗 **Monitoring testowania** prowadzony poprzez **miesięczne raporty z testu** opracowywane przez opiekunów gminnych i merytorycznych (poziomy i przedmioty testu) z udziałem użytkowników i odbiorców, na podstawie których **modyfikowane** będą **wstępne wersje PF** oraz **procedury** samego testu. Dla każdego etapu testu przewidziano **5 szkoleń dla zespołów testujących**. Testowanie zakończone zostanie raportem w formie 3 **rekomendacji wdrożeniowych** dla każdego poziomu testu.

V. sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

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

Przedsięwzięcie badawcze, testujące i wdrożeniowe z elementami eksperymentu społecznego wymaga specjalnych działań monitorujących i oceniających. Monitoring i ewaluacja skuteczności produktów będzie prowadzony zgodnie ze wspólnym **Regulaminem monitoringu i ewaluacji Lidera i Partnerów** wypracowanym na rzecz projektu w oparciu o doświadczenia projektów pilotażowych, innowacyjnych i badawczych. Monitoring w fazie testowania będzie prowadzony zarówno w zakresie oceny prawidłowości prowadzonych zadań z punktu widzenia zarządzania projektem i realizacji założonych celów oraz **oceny skuteczności oraz jakości** wypracowanych produktów finalnych. Przewidziany schemat monitorowania etapu testowania zapewni właściwy nadzór nad realizacją poszczególnych działań, jak i zapewni **zgromadzenie optymalnych danych i informacji zwrotnych z testu**, które wraz z wynikami ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej będą mogły być wykorzystane w analizie rzeczywistych efektów testowanych produktów. Działania testujące zostały zaplanowane NA 3 POZIOMACH (pracownik, pracodawca, partnerstwo) w 3 PRZEDMIOTACH TESTU (baterie, biomasa, kreowanie ZMP w gminie). Dlatego też w 9 OBSZARACH prowadzony będzie monitoring i przykładowe obszary oceny: zgodność poszczególnych etapów zadania z przyjętym harmonogramem, trafność etapów diagnozy i określania potrzeb interesariuszy, uniwersalność testowanych rozwiązań, zgodność roboczych wersji opisu produktu finalnego z przyjętymi celami projektu i zidentyfikowanymi potrzebami. Przy ocenie zaplanowano wykorzystywanie narzędzi: testy wiedzy, ankiety oceniające testowane narzędzia, wywiady indywidualne oraz zebrania zespołów testujących w 5 gminach i prezentacje w biurze projektu.

🔗 **podczas testu** kluczowym narzędziem pozyskania informacji zwrotnej z eksperymentu, będą **raporty z testu** prowadzone i przedstawiane po 3 i 6 miesiącach testowania Zespołowi Sterującemu przez opiekunów merytorycznych poszczególnych TESTÓW. Analiza pośrednich wyników testu będzie **podstawą do weryfikacji** zastosowanych **procedur testowania** oraz **wstępnych wersji produktów** finalnych w każdym TEŚCIE. Cykliczność i częstotliwość działań monitorujących zapewni właściwą kontrolę nad prowadzonymi działaniami testującymi. Przygotowanie raportów zostanie poprzedzone analizą ankiet ewaluacyjnych przeprowadzonych z uczestnikami testu (użytkownikami i odbiorcami) w celu zebrania ich **opinii w trakcie testu**. Na podstawie zebranego materiału zespół nadzorujący TEST będzie mógł przygotować na bieżąco propozycję modyfikacji wstępnej wersji produktu finalnego oraz samego procesu testowania. Decyzje odnośnie proponowanych zmian w tym zakresie będzie podejmowała Zespół Sterujący. W tym celu po 3 i 6 miesiącach testowania na posiedzeniu Zespołu Sterującego z udziałem użytkowników i odbiorców przedstawione zostaną **raporty pośrednie** z TESTÓW w 5 gminach na podstawie, których zostaną podjęte decyzje odnośnie ewentualnych modyfikacji metod testowania lub założeń metodologicznych produktów finalnych. **Ewaluacja wewnętrzna** prowadzona przez zespół projektowy **koncentrować się będzie na RZETELNOŚCI procesu testowania** i dotyczyć będzie w większym stopniu rzetelności i trafności wypracowanych rekomendacji wdrożeniowych PF podlegających testowaniu. Eksperti projektu, znający szczegółowo założenia testu, bariery i modyfikacje zgłaszane w trakcie testowania oraz bariery i zalecenia sformułowane na etapie badań jakościowych, przeprowadzą badania kierowane do uczestników każdego TESTU (NGO, MSP, JST, osób bezrobotnych) z

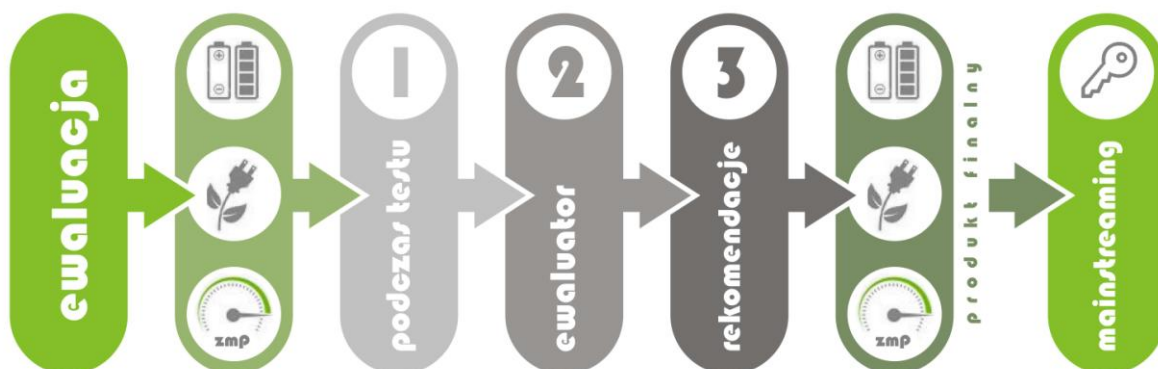


zastosowaniem metody podsumowania prac testujących oraz wstępnej ewaluacji i formułowania ostatecznych rekomendacji wdrożeniowych na rzecz walidacji produktów finalnych, jaką jest metoda Focus Group Interview (**FGI**) – 10 FGI z udziałem **88 uczestników testu** (5 FGI z 40 osobami bezrobotnymi oraz 5 FGI z 48 osobami pracującymi) prowadzone przez doświadczonych moderatorów FGI.

ewaluator - po zakończeniu testowania przeprowadzona zostanie **Ewaluacja zewnętrzna** produktów finalnych, która **koncentrować się będzie na JAKOŚCI, TRAFNOŚCI, TRWAŁOŚCI I UŻYTECZNOŚCI innowacji** w oparciu o nowoczesne metody oceny efektywności kierowane do uczestników testu i potencjalnych odbiorców. Rzetelność tej oceny zapewniona będzie poprzez zastosowanie procedury oceny produktów finalnych przez **ekspertów zewnętrznych** angażowanych przez zewnętrznego ewaluatora wyłonionego w postępowaniu gwarantującym najwyższe doświadczenia i jakość usług ewaluacji. Zastosowanie tej procedury zapewni obiektywność procedury ewaluacji produktu finalnego oraz samej procedury testowania i uzyskanych w ten sposób rekomendacji wdrożeniowych. **Ewaluator** wyłoniony zostanie w drodze postępowania z zastosowaniem merytorycznych kryteriów wyboru oferty. Metody ewaluacji i metody doboru grupy badawczej będą przedmiotem oferty podlegającej ocenie w procedurze wyłonienia wykonawcy badań ewaluacyjnych. Kryterium oceny w tym zakresie związane będzie z zapewnieniem reprezentatywności badanej próby w kontekście zaplanowanych działań upowszechniania i mainstreamingu oraz kompleksowości oceny pod kątem zastosowań produktów finalnych zarówno na poziomie poszczególnych narzędzi składających się na etapy interwencji czy też pakietów narzędzi składających się na 3 poziomy interwencji. Badaniem powinni być objęci przedstawiciele NGO, MSP, JST i 4 grup osób bezrobotnych (osoby niepełnosprawne, 50+, odchodzący z rolnictwa i nieaktywni zawodowo na obszarach wiejskich) spoza testu (nie biorących udziału w teście) w liczbie reprezentatywnej dla oceny użyteczności i uniwersalności wypracowanych rozwiązań w opinii potencjalnych odbiorców i użytkowników. Dodatkowo zadaniem ewaluatora zewnętrznego będzie **porównanie** jakości i efektywności produktów dla 5 rodzajów gmin (czynniki efektywności związane z potencjałem gospodarczym i kapitałem społecznym gminy małej, średniej, dużej, wiejskiej, miejskiej) wraz z określeniem osobnych rekomendacji wdrożeniowych dla różnego rodzaju gmin.

rekomendacje - rezultaty ewaluacji wewnętrznej (w trakcie testu) i zewnętrznej (po teście) będą podstawą dla Zespołu Sterującego do rekomendowania finalnych produktów testowania do walidacji i upowszechniania. Jednak bezpośrednim efektem ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej będzie **korekta wstępnych wersji produktów finalnych** w zakresie technicznym nie powodującym konieczności ponownego testowania (uproszczenie, doprecyzowanie, zwiększenie czytelności, uzgodnienie z przepisami prawa). Efektem docelowym ewaluacji będzie **rekomendacja produktów do walidacji i wdrożenia** na potrzeby Regionalnej Sieci Tematycznej oraz **instrukcje dla użytkowników** 8 produktów finalnych i 3 modeli interwencji na rzecz ZMP. Na bazie tych analiz w ramach ewaluacji zewnętrznej zamówione zostaną **rekomendacje legislacyjne** (w zakresie prawa regulującego ZMP i obrót odpadami, biomasą, kontraktowania usług publicznych w tym zakresie oraz partnerstw publiczno-społecznych i publiczno-prywatnych) zwiększające szanse mainstreamingu modelu. Rekomendacje te będą prezentowane na regionalnej Sieci Tematycznej decydom na poziomie regionu oraz za pośrednictwem Krajowej Sieci Tematycznej w temacie Zatrudnialność i adaptacyjność decydom krajowym i ustawodawcom.





Kryteria ewaluacji zostaną określone osobno dla oceny procesu testowania oraz produktów finalnych TESTU i uwzględnią **JAKOŚĆ** (trafność, rzetelność produktów i procedur testu) oraz **UŻYTECZNOŚĆ** (skuteczność, uniwersalność, efektywność finansową) produktu finalnego. Kluczowym dla dalszego etapu projektu, po pozytywnej walidacji produktów, będzie jednak określenie warunków skutecznego mainstreamingu na podstawie wyników procesu testowania (analiza informacji zwrotnej z testu) oraz opinii potencjalnych użytkowników (opinie respondentów), przez co ewaluacja (ocena czynników i warunków wpływu interwencji na rzeczywistość) traktowana będzie jako **instrument skutecznego mainstreamingu**.

VI. strategia upowszechniania

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

Zastosowanie wypracowanych rozwiązań w praktyce społecznej gmin i praktyce zawodowej użytkowników jest głównym celem strategii upowszechniania, rozumianej jako zaplanowane działania mające na celu przekazanie określonym adresatom praktycznej informacji, wiedzy o wypracowanych innowacjach z zastosowaniem **strategii czterech kroków**:

Po pierwsze – CEL PRZEKAZU. Określenie celu upowszechniania jest kluczowe dla powodzenia, czytelności i użyteczności działań informacyjnych. Kluczowym momentem jest **rozróżnienie upowszechniania i włączania** (mainstreamingu). Celem pierwszego jest przekazanie informacji, wiedzy o wypracowanych produktach, celem drugiego zapewnienie warunków do ich stosowania w praktyce. **Upowszechnianie jest warunkiem skutecznego mainstreamingu**, gdyż bez wiedzy praktycznej o wypracowanych produktach, nawet przy zapewnieniu optymalnych warunków w drodze legislacji, nowych przepisów prawa czy uchwał władz lokalnych produkt nie będzie żył w praktyce, gdyż zabraknie zwykłych użytkowników chętnych do zastosowania innowacji. Tak więc celem, upowszechniania jest zwiększenie wiedzy ogólnej na temat zalet wypracowanych innowacji oraz wiedzy praktycznej na temat procedur stosowania zwalidowanych produktów finalnych. Zważywszy na występowanie w testowanym modelu zagadnień podaży i popytu, proces upowszechniania można traktować jako działanie zwiększające popyt i podaż, poprzez zmianę świadomości, poglądów a nawet postaw mieszkańców regionu w zakresie ZMP.

Po drugie – ODBIORCA PRZEKAZU. Zdefiniowanie dwóch niezależnych grup odbiorców i użytkowników w testowanym modelu wymaga dwutorowego podejścia w procesie jego upowszechniania. Działania upowszechniające skierowane będą więc **DO ODBIORCÓW INNOWACJI**, jakimi są osoby bezrobotne (w szczególności **osoby niepełnosprawne, po 50 roku życia, odchodzący z rolnictwa i bezrobotni na obszarach wiejskich**) oraz do szerszej grupy, jaką jest opinia publiczna, mieszkańcy gmin, lokalne społeczności zainteresowane efektami społecznymi ZMP czy zielonej gospodarki. Z drugiej strony działania upowszechniające skierowane będą **DO UŻYTKOWNIKÓW INNOWACJI** określonych w 3 grupach związanych z poziomami modelowej interwencji: przedstawicieli i pracowników **NGO** oraz publicznych służb zatrudnienia zainteresowanych aktywizacją zawodową 4 wskazanych grup osób bezrobotnych oraz wdrożeniem zielonej gospodarki (doradcy zawodowi, pośrednicy pracy, edukatorzy); przedsiębiorców i pracowników **MSP** organizujących, finansujących ZMP (właściciele firm, menedżerów, kadrowców, księgowych) oraz przedstawicieli i pracowników **JST** i lokalnych organizacji pozarządowych koordynujących społeczne akcje zbiórki, lokalne działania (edukacyjne, doradcze, projektowe, inwestycyjne) na rzecz ZMP (wójtowie, burmistrzowie, pracownicy administracji publicznej, liderzy społeczni, nauczyciele w szkołach). Do specjalistów z każdej z 3 grup skierowany zostanie osobny artykuł w prasie (cykl 3 artykułów na temat ZMP*), osobne seminarium upowszechniające (cykl 3 seminariów tematycznych poświęconych 3 poziomom modelu*) oraz osobny rozdział w publikacji końcowej (struktura, spis treści publikacji i poradnika wg. grup użytkowników). Na portalu WWW opracowane zostaną 3 strony tematyczne do 3 grup użytkowników oraz 4 strony tematyczne dla 4 grup osób bezrobotnych i 4 rodzaje szkoleń zawodowych wg. specyficznych potrzeb tych grup.

*dostosowanie wniosku o dofinansowanie w zadaniu upowszechnianie do struktury modelu ZMP - przy zachowaniu poziomu zaplanowanych wydatków.

Po trzecie – KOMUNIKAT. Działania w zakresie upowszechniania oparte zostaną na założeniu konieczności **różnicowania komunikatów** (formy i treści przekazu) adekwatnie do potrzeb, możliwości poznawczych, zainteresowań wskazanych grup odbiorców i użytkowników. Do przekazu i informacji o projekcie, innowacjach, ZMP i zielonej gospodarce stosowane będą **INFORMACJE OGÓLNE** prezentujące walory produktów finalnych, pozytywne wyniki testowania, skierowane do szerokiego odbiorcy, jakim jest opinia publiczna. **INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE** kierowane będą do wskazanych grup użytkowników i prezentować będą kwestie techniczne rozwiązań na 3 poziomach stosowania (pracownik, pracodawca, partnerstwo) w 3 zakresach społecznych akcji (baterie, biomasa, ZMP w gminie) – łącznie w 9 aspektach wypracowanej innowacji. Pierwszy rodzaj informacji przekazany może być w ramach ogólnych mediów lub artykułów w prasie. Informacje szczegółowe i użytkowe wymagać będą zastosowania form seminaryjnych, szkoleniowych lub publikacji, wg. poniższego rozróżnienia:

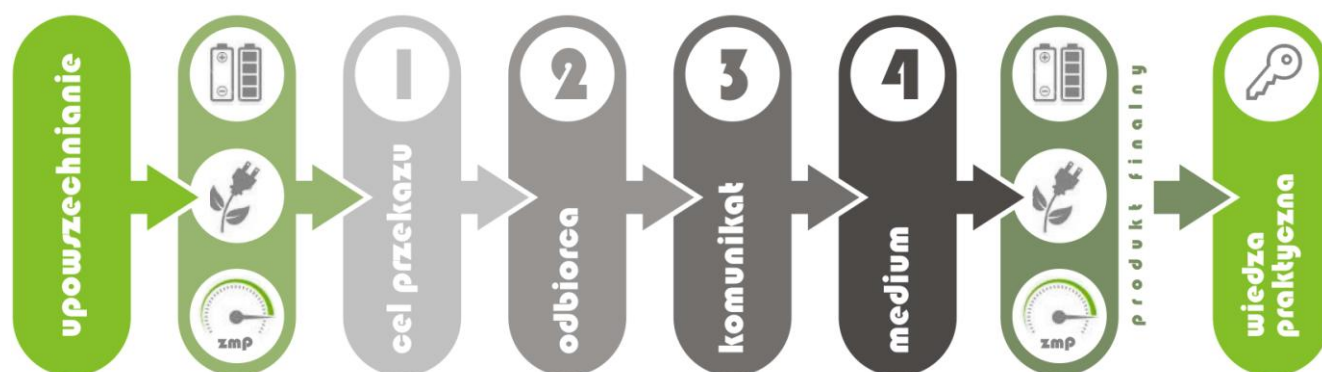
- **Komunikaty DLA ODBIORCÓW innowacji:** zalety wypracowanych w projekcie innowacji, w szczególności znaczenie zielonej gospodarki w zrównoważonym rozwoju gospodarczym; charakterystyka ZMP, w szczególności 4 modelowych zawodów i ich dostosowania do specyficznych potrzeb i możliwości 4 grup osób bezrobotnych, możliwości kreowania nowych miejsc pracy na obszarach wiejskich oraz w czasie kryzysu i spowolnienia gospodarczego dzięki wdrażaniu postulatów zielonej gospodarki, społeczne koszty i rezultaty finansowania ZMP przez samorządy lokalne, rola organizacji pozarządowych w realizacji usług społecznych

związanych z ZMP, w tym wieloletniego kontraktowania usług społecznych w zakresie gospodarki odpadami ZSEE (stabilizacja, optymalizacja, profesjonalizacja, rozwój działań organizacji pozarządowych); zalety społeczeństwa obywatelskiego, solidarności społecznej jako warunku rozwoju lokalnego.

- **Komunikaty DLA UŻYTKOWNIKÓW innowacji:** metody diagnozy i oceny predyspozycji zawodowych do pracy w ZMP, w szczególności planowania kariery (doradztwo i edukacja) w zakresie 4 modelowych zawodów i ich dostosowania do specyficznych potrzeb i możliwości 4 grup osób bezrobotnych; metody planowania akcji społecznych kreujących ZMP i zapewniających efektywność przedsięwzięcia i trwałość ZMP; formy organizacji i finansowania ZMP w obszarze działalności komercyjnej (MSP) oraz budżetu gminy (JST, NGO), rola JST i NGO w organizacji zbiorów, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień formalno-prawnych partnerstw publiczno-społecznych, publiczno-prywatnych oraz wieloletniego kontraktowania usług społecznych przez JST dla NGO w zakresie gospodarki odpadami ZSEE, tworzenia grup producenckich i współpracy gmin.

🔗 **Po czwarte – MEDIUM.** Zdefiniowanie instrumentów i kanałów komunikacyjnych to ostatni krok planowania strategii upowszechniania. Dlatego też, zważywszy na różnorodne treści (komunikaty) oraz szczegółowości przekazów w procesie upowszechniania planowane jest zastosowanie następujących instrumentów: **działania medialne**, w których dzięki zaangażowaniu do współpracy dziennikarzy mediów lokalnych i regionalnych będzie możliwe dotarcie z informacjami do szerokiego odbiorcy; przygotowanie i publikacja w prasie **3 artykułów merytorycznych*** poświęconych 3 poziomom interwencji, czyli zagadnieniom kierowanych do osób bezrobotnych (promocja ZMP, profili kompetencyjnych i edukacji zawodowej w zakresie 4 modelowych zawodów ZMP); do pracodawców i przedsiębiorców (promocja zielonej gospodarki, walory biznesowe obrotu ZSEE i biomasą) oraz do samorządowców i liderów społecznych (zalety współpracy lokalnej na rzecz ZMP oraz wpływu tej współpracy na rozwój lokalny); **publikacje wdrożeniowe** kierowane do użytkowników wypracowanych innowacji (instrukcje do 8 produktów i 3 modeli interwencji); **4 szkolenia zawodowe** dla 144 osób bezrobotnych oraz **4 seminaria*** upowszechniające dla 75 użytkowników modelu.

*dostosowanie wniosku o dofinansowanie w zadaniu upowszechnianie do struktury modelu ZMP - przy zachowaniu poziomu zaplanowanych wydatków.



Działania upowszechniające tworzyć będą spójny **PLAN DZIAŁAŃ** wskazany na powyższym schemacie, uwzględniający odrębne działania dostosowane do etapów realizacji projektu innowacyjnego testującego:

🔗 **NA ETAPIE TESTOWANIA:** 3 artykuły merytoryczne poświęcone 3 poziomom interwencji i kierowane do osób bezrobotnych (promocja ZMP, profili kompetencyjnych i edukacji zawodowej w zakresie 4 modelowych zawodów ZMP); do pracodawców i przedsiębiorców (promocja zielonej gospodarki, walory biznesowe obrotu ZSEE i biomasą) oraz do samorządowców i liderów społecznych (zalety współpracy lokalnej na rzecz ZMP oraz wpływu tej współpracy na rozwój lokalny) oraz Zielony portal WWW dedykowany dla 3 grup użytkowników; zawierający 4 strony tematyczne dla 4 grup osób bezrobotnych i 4 rodzaje zdalnych szkoleń zawodowych wg. specyficznych potrzeb tych grup.

🔗 **NA ETAPIE MAINSTREAMINGU:** Publikacje wdrożeniowe kierowane do użytkowników wypracowanych innowacji (instrukcje do 8 produktów i 3 modeli interwencji); 4 szkolenia zawodowe dla 144 osób bezrobotnych (16 osób x 9 gmin); 4 seminaria upowszechniające dla 75 użytkowników modelu. (3 osoby x 9 gmin + 48 użytkowników) oraz Zielony portal WWW dedykowany dla 3 grup użytkowników; zawierający 4 strony tematyczne dla 4 grup osób bezrobotnych i 4 rodzaje zdalnych szkoleń zawodowych wg. specyficznych potrzeb grup.

VII. strategia włączania do głównego nurtu polityki

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

Celem strategii włączania będzie implementacja praktycznych rozwiązań tworzenia ZMP w praktykę społeczną gmin województwa podlaskiego. W wyniku badań prowadzonych w pierwszej fazie projektu ustalono, iż model ZMP będzie funkcjonował w zakresie istniejących ram prawa a wysiłki skoncentrowane zostaną na wypracowaniu rozwiązań sprzyjających tworzeniu ZMP w istniejącym stanie prawnym, dlatego też rekomendacje legislacyjne czy zmiana prawa krajowego nie będzie głównym przedmiotem mainstreamingu. Podejście to oraz obszar realizacji projektu definiuje **GŁÓWNY NURT POLITYKI** w wymiarze i kontekście **POLITYKI REGIONALNEJ** tworzonej przez samorządy terytorialne województwa i gmin, dlatego też rekomendacje legislacyjne dotyczyć będą prawa regulującego działalność samorządów (na przykład kwestie związane z kontraktowaniem usług społecznych w obszarze gospodarki odpadami, usług rynku pracy czy też wsparcia rozwoju przedsiębiorczości i promocji gminy, zawierania partnerstw publiczno-prywatnych czy publiczno-społecznych w obszarze zbiórki ZSEE oraz odbioru biomasy). Za główny nurt polityki na poziomie regionalnym uznać należy **dokumenty strategiczne województwa** a na poziomie lokalnym (powiatu, gminy) dokumenty strategiczne, takie jak **strategie gminy** czy firm.

Najniższym szczeblem włączenia będzie **POZIOM PRACOWNIKA**, a odpowiednikiem polityki (dokumentu strategicznego) będzie indywidualny plan działania (IPD) uwzględniający ZMP w rozwoju zawodowym (plan edukacji zawodowej, reorientacji zawodowej lub aktywizacji). W tym ujęciu należy uznać, iż w ramach projektu opracowanych zostanie i przyjętych do wdrożenia 40 Indywidualnych Planów Działań uwzględniających ZMP i udział w modelu realizowanym dalej przez gminy. Kolejnym poziomem włączenia, na wyższym poziomie ogólności jest **POZIOM ORGANIZACJI** (instytucji, firmy) – gdzie przewidziano dokumenty strategiczne na wyższym poziomie ogólności w stosunku do IPD (związane z zarządzaniem instytucjami, czyli poziom **strategii firmy, misji, statutu, standardu organizacyjnego** uwzględniającego ZMP w działalności. W ujęciu tym za włączanie w nurt polityki należy uznać 4 seminaria upowszechniające z udziałem 48 użytkowników - pracowników tych organizacji i instytucji. Włączeniem na poziomie lokalnej społeczności - **POZIOM GMINY** - będą także **wieloletnie programy współpracy JST z NGO**. Już na etapie testowania **przewidziano włączanie modelu w politykę lokalną 5 gmin** objętych testem poprzez prace modelowe plany zbiórki angażujące JST jako operatora zbiórki i organizacji ZMP poza obszarem komercyjnym przedsięwzięcia poprzez odpowiednie uchwały przyjmujące modelowe plany oraz **w 9 gminach** spoza testu przyjmujących dokument strategiczny (kształtujący lokalną politykę) jakim jest **Strategia organizacji i tworzenia ZMP w gminach i miastach woj. podlaskiego**. Kolejnym poziomem włączenia będzie **POZIOM REGIONU**, przy czym działania w tym zakresie są z natury rzeczy mniej precyzyjne i nie tak bezpośrednie, przez co ograniczą się do działań typowych dla upowszechniania (seminaria z udziałem decydentów: samorządów gminnych, powiatowych i wojewódzkich oraz regionalnych i lokalnych centrów wspierania organizacji pozarządowych). Można jednak założyć, iż w ramach współpracy z tymi organizacjami w ramach testu w 5 gminach prowadzone będą starania włączenia wypracowanych rezultatów w Strategię Rozwoju Województwa Podlaskiego na lata 2014-2020 oraz inne dokumenty strategiczne dla regionu związane z polityką rynku pracy, rozwiązywania problemów społecznych czy ochroną środowiska. Należy podkreślić, iż projekt strategii wojewódzkiej akcentuje jako jeden z obszarów strategicznych zieloną gospodarkę, która w regionie o wysokich walorach przyrodniczych oraz chronionych (Natura 2000) może być kluczowym obszarem wzrostu gospodarczego.

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

POLITYKA, czyli mainstreaming WERTYKALNY. W ramach działań skierowanych do decydentów (Marszałka woj. podlaskiego, radnych Sejmiku woj. Podlaskiego, Prezydenta Białegostoku, Łomży i Suwałk, radnych 17 powiatów i 118 gmin,) mających wpływ na proces tworzenia lokalnej i regionalnej polityki związanej z obszarem problemowym modelu realizowany będzie poprzez zaplanowane seminaria, publikacje, artykuły traktowane jako lobbing pośredni oraz w przypadku **9 gmin objętych wsparciem** (spoza testu) realizowany będzie **lobbing polityczny** zmierzający do przyjęcia dokumentu strategicznego, jakim będzie **Strategia organizacji i tworzenia ZMP w gminach i miastach woj. podlaskiego**. Transfer produktów finalnych do obszaru działania decydentów realizowany będzie także poprzez publikacje książkowe z innowacyjnymi narzędziami wspierającymi tworzenie ZMP, które rozesłane będą do wszystkich samorządów w regionie wraz z listem kierowanym do poszczególnych decydentów oraz kierowników działów mających przełożenie na praktykę i współpracę z podległymi instytucjami. Wymienieni decydenci to podmioty uczestniczące w procesie tworzenia oraz uchwalania strategicznych dokumentów odnoszących się bezpośrednio do rozwoju społeczno – gospodarczego, w tym kształtujący **dokumenty strategiczne** odnoszące się bezpośrednio do obszarów testu, takich jak: Strategia Rozwoju woj. Podlaskiego; Wojewódzka Strategia Polityki Społecznej; Regionalna Strategia Innowacji woj. Podlaskiego; Podlaska Strategia Zatrudnienia; Program Rozwoju Edukacji Woj. Podlaskiego czy Strategia e-Podlaskie (implementacja w strategię zapisów związanych z odzyskiem starego sprzętu ICT na etapie inwestycji infrastrukturę twardą e-Edukacji czy inwestycji w e-Administracji czy e-Zdrowiu).

Zważywszy na okres przejścia w nową perspektywę finansową większość z tych dokumentów przechodzić będzie proces aktualizacji czy konsultacji społecznych, dlatego też celem działań włączających będzie uwzględnienie wypracowanego modelu **w fazie aktualizacji i konsultacji** powyższych dokumentów na **nowy okres programowania**. Dodatkowo podjęte zostaną kontakty z kluczowymi osobami w kraju zajmującymi się zagadnieniem współpracy NGO's i JST. Kontakty w formie konsultacji eksperckich, prezentacji i dyskusji przy okazji konferencji organizowane będą we współpracy z KST oraz beneficjentami pozostałych projektów w tym obszarze, celem przekazania rekomendacji legislacyjnych z testów i wdrożeń, tak by włączyć je w **główny nurt polityki krajowej**.

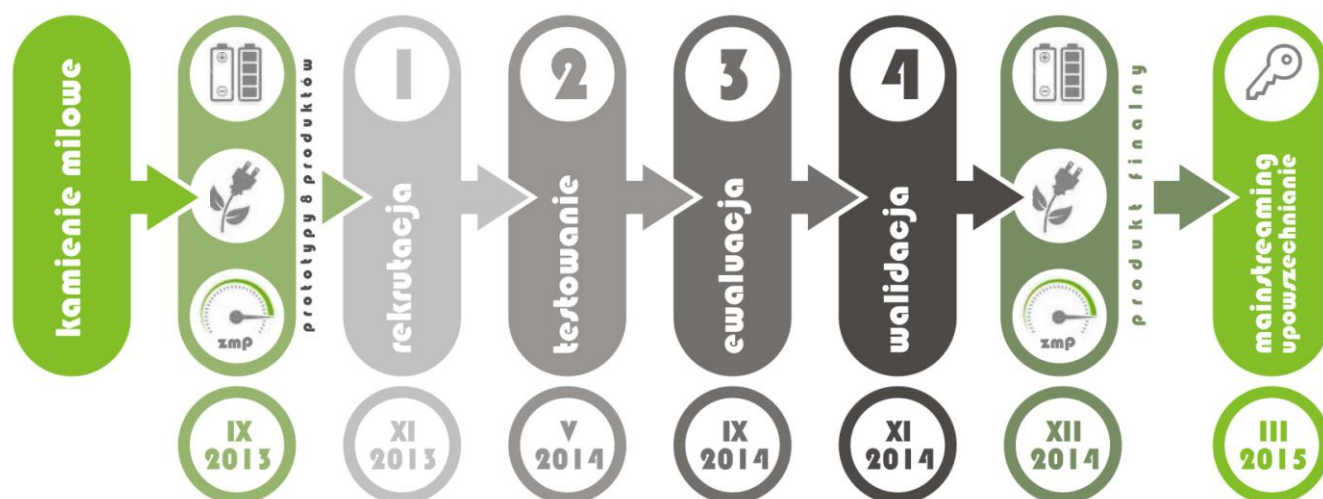
STOSOWANIE, czyli mainstreaming HORYZONTALNY. W ramach działań skierowanych do użytkowników uwzględniono działania zachęcające do stosowania wypracowanych produktów w praktyce. Szczególnie ważne **z punktu widzenia trwałości modelu** jest wdrożenie do praktyki samorządów lokalnych oraz organizacji pozarządowych nowych metod kontraktowania i ofertowania usług publicznych w zakresie gospodarki odpadami (z wieloletnim kontraktowaniem usług społecznych w tym zakresie) dlatego też, w seminariach upowszechniających wezmą udział przedstawiciele samorządów a projekt będzie współpracował na etapie mainstreamingu z projektami innowacyjnymi zajmującymi się nowymi instrumentami kontraktowania usług. Kolejnym obszarem działań jest **lobbing zawodowy** rozumiany jako wywieranie wpływu na praktyków poprzez zachęty zawodowe i osobiste do stosowania modelu w praktyce zawodowej. Obok działań nieformalnych w ramach działalności instytucji tworzących partnerstwo krajowe (implementacja modelu w prace zlecone przez partnerów dla doradców, specjalistów w ramach realizowanych projektów) formalnym działaniem w tym zakresie będzie organizacja **4 seminariów dla 48 pracowników** NGO, JST i MSP, których celem będzie wdrożenie **w praktykę zawodową 8 narzędzi**.

DODATKOWYM EFEKTEM mainstreamingu i upowszechniania będą trwałe korzyści społeczne związane z budowaniem **świadomości obywatelskiej** mieszkańców gmin angażowanych w społeczne akcje zbiórki baterii, ZSEE i pozyskiwania biomasy oraz w szerszym zakresie zielonej gospodarki i zrównoważonego rozwoju, budowanie postaw solidarności społecznej w zakresie akceptacji społecznych kosztów finansowania ZMP, jako miejsca pracy osób wykluczonych z rynku pracy, w sytuacji, gdy analiza finansowa przedsięwzięcia nie gwarantuje pełnego finansowania ZMP i wymaga interwencji publicznej. Dodatkowo działania prowadzić będą do **wzrostu zaufania** samorządowców i społeczności do kontraktowania usług społecznych, partnerstw publiczno-społecznych i publiczno-prywatnych na styku akcji społecznych i komercyjnych, jako form lokalnego partnerstwa niezbędnych w czasie spowolnienia gospodarczego czy wdrażania zrównoważonego rozwoju.

VIII. kamienie milowe II etapu projektu

Projekt innowacyjny – testujący i wdrożeniowy – zawiera etapy krytyczne, decydujące o sukcesie całego przedsięwzięcia. Zdefiniowane tych etapów świadczy kompletności strategii wdrażania innowacji i jest podstawą do przeprowadzenia pełnej analizy ryzyka. W przedmiotowym projekcie można wskazać następujące kamienie milowe, kluczowe etapy realizacji i punkty zwrotne projektu:

- 🕒 **OPRACOWANIE PROTOTYPÓW produktów finalnych** w drodze akceptacji strategii i wstępnej wersji produktów przez RST – przygotowanie modeli do testowania – **wrzesień 2013**
- 🕒 **REKRUTACJA 5 gmin** do testu, w szczególności zespołów testujących (koordynatora gminnego, instytucji, NGO, MSP i osób bezrobotnych – rozpoczęcie testu – **listopad 2013**
- 🕒 **TESTOWANIE** 3 modeli w 5 gminach z udziałem odbiorców i użytkowników, wraz z okresowymi raportami z testu i korektą założeń modeli i procedur testowania – **maj 2014**
- 🕒 **EWALUACJA** 3 modeli i 8 produktów finalnych w drodze ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej wraz z przygotowaniem opisów produktów finalnych i rekomendacji wdrożeniowych – **wrzesień 2014**
- 🕒 **WALIDACJA** 3 modeli i 8 produktów finalnych na RST – **listopad 2014**
- 🕒 **OPRACOWANIE PRODUKTÓW FINALNYCH** do wdrożeń uwzględniających wyniki ewaluacji oraz rekomendacje i zalecenia RST do ostatecznych wersji produktów – **grudzień 2014**
- 🕒 **UPOWSZECHNIANIE I MAINSTREAMING** produktów finalnych zgodnie ze strategią upowszechniania i włączania, w ścisłej współpracy z RST oraz KST – **marzec 2015**



IX. analiza ryzyka

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

Projekt innowacyjny – testujący i wdrożeniowy – zawierający etapy krytyczne opisane w kamieniach milowych, to przedsięwzięcie wymagające zarządzania ryzykiem w realizacji tych etapów – przewidywania, zapobiegania i minimalizowania skutków zagrożeń. Na etapie strategii wdrażania można wskazać następujące ryzyka:

- 🕒 **ETAPY KRYTYCZNE projektu innowacyjnego.** W procedurze realizacji PI przewidziano dwa krytyczne momenty akredytacji projektu. Jest to **ocena strategii wdrażania** oraz **walidacja produktów finalnych**, a negatywna ocena skutkuje zakończeniem projektu, dlatego też ryzyka te mają teoretycznie największy wpływ na projekt. Prawdopodobieństwo wystąpienia tych zagrożeń, należy ocenić na niskie, gdyż autorzy strategii mają doświadczenie w walidacji PIW EQUAL oraz PO KL skutecznie wdrażając i realizując 5 strategii projektów PIWP otrzymując **tytuł Lidera Innowacji** i pierwsze miejsce w konkursie Regaty Rozwoju – Liderzy Innowacji i Współpracy Ponadnarodowej PO KL 2007-2013, co gwarantuje użyteczność i realność strategii. Badania z I etapu projektu potwierdziły zasadność założeń projektu, które zostały zgodnie z wynikami badań ambitnie rozwinięte o nowe obszary testowania. Na każdym etapie testu realizowana będzie zasada Empowerment wraz z systemem monitoringu i ewaluacji i sprawdzonym schematem testowania, co zapewni rzetelność testu. Dzięki ewaluacji wewnętrznej i



badaniom w trakcie testu FGI wspartych ewaluacją zewnętrzną przygotowane zostaną wartościowe produkty finalne. Dlatego też, ryzykom tym przypisano niski stopień prawdopodobieństwa. Niemniej bardzo wysoki poziom wpływu, nawet przy najniższym poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż **zagrożenia te** (wpływ x prawdopodobieństwo) są **kluczowe w projekcie**:

wpływ 4 x szansa 1 = siła 4

REKRUTACJA, czyli UDZIAŁ UŻYTKOWNIKÓW. Kolejnym istotnym ryzykiem projektu jest niewystarczający udział gmin, organizacji pozarządowych i firm (JST, NGO i MSP) w teście, co wpływa na rzetelność testu i szanse walidacji produktów finalnych. To jedno z większych zagrożeń projektu, związane z decyzjami i motywacją osób spoza projektu (**NIEZALEŻNE OD REALIZATORA**). Zagrożenie to jest zmniejszane (**ZAPOBIEGANIE**) przez zasadę empowerment realizowaną na wszystkich etapach projektu - szczególnie na etapie badań, co zaowocowało akcesem 5 gmin do fazy testu. Walory poznawcze i społeczne testu (oraz efekty polityczne aktywności w tym obszarze w okresie przedwyborczym) są argumentem dla gmin za przystąpieniem do przedsięwzięcia bez angażowania własnych środków na promocję gminy. W każdej gminie zaangażowany będzie lokalny lider do funkcji operatora akcji, co zwiększy wykorzystanie kapitału społecznego gminy. Dobór Partnerstwa (doświadczenie i inne realizowane projekty) zwiększy skuteczność rekrutacji NGO, MSP i osób bezrobotnych. Podjęta zostanie ścisła współpraca z PUP oraz OPS na terenie gmin, celem pozyskania odpowiednich i reprezentatywnych uczestników testowania a liczebności zakładane na poszczególne gminy nie powinny być problemem dla doświadczonych instytucji tworzących partnerstwo. Dodatkową zachętą dla osób bezrobotnych i firm jest płatny staż zawodowy oraz możliwość podjęcia zatrudnienia po projekcie. W przypadku braku możliwości (**MINIMALIZOWANIE**) zaangażowania do testu przewidzianej liczby osób w gminie wskaźniki 4 grup bezrobotnych będą przesuwane do większych gmin (Kolno, Łomża) przy zachowaniu liczebności zespołów testujących w każdej z 5 gmin, celem zapewnienia rzetelności i reprezentatywności testu. Wysoki poziom wpływu przy średnim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż zagrożenie to jest **WYSOKIE** w projekcie:

wpływ 3 x szansa 2 = siła 6

NISKI KAPITAŁ SPOŁECZNY to największe zagrożenie dla powodzenia testu, gdyż plany zbiórki i odzysku (produkty finalne: 1, 2, 4) oparte zostały na współpracy JST z NGO oraz uruchomieniu kapitału społecznego uczniów szkół, pracowników instytucji publicznych. Udział tego kapitału, w dużej mierze na zasadzie wolontariatu jest warunkiem kreowania wyniku finansowego i przestrzeni do finansowania ZMP. Dlatego też (**ZAPOBIEGANIE**) w drodze wstępnej rekrutacji do udziału w teście wybrano gminy posiadające wysoki kapitał społeczny (ilość NGO, szkół, deklaracje liderów społecznych, sukcesy innych przedsięwzięć projektowych w obszarze działań Partnerstwa projektu). Dodatkowo w planie zbiórek przewidziano bonusy i nagrody dla osób, instytucji zaangażowanych z akcje (konkurs, tytuł, marka, godło – a efektywność tych środków motywowania będzie przedmiotem testu). W przypadku niskiej aktywności społecznej (brak udziału NGO, bariery mentalne i świadomościowe) podjęte zostaną dodatkowe działania (**MINIMALIZOWANIE SKUTKÓW**) związane z edukacją (staże zawodowe edukatorów przewidziane w planie zbiórki, seminaria, lekcje wychowawcze, kampanie prasowe). W sytuacjach skrajnych przewiduje się zaangażowanie organizacji i wolontariuszy spoza gminy (spośród 5 gmin testujących próbną zbiórkę) na zasadzie wzmocnienie zewnętrznego, co jest przewidziane w planie zbiórki zakładającej współpracę gmin. Najwyższy poziom wpływu przy średnim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż zagrożenie to jest **NAJWYŻSZE** w projekcie:

wpływ 4 x szansa 2 = siła 8

ZMIANY NA RYNKU odpadów, to zagrożenie (**NIEZALEŻNE OD REALIZATORA**) powodujące utrudnienia w realizacji próbnej zbiórki (zmiany systemu odbioru w Organizacjach Odzysku, zmiany cen skupu), co z kolei może wpływać na wynik analizy finansowej całego przedsięwzięcia. Dlatego też, przed rozpoczęciem testu (**ZAPOBIEGANIE**) zawiązane zostaną umowy (deklaracje odbioru) z Organizacjami Odzysku. Dodatkowo (**MINIMALIZOWANIE**) w modelu przewidziano aktywne narzędzia (kalkulatory) umożliwiające łatwą aktualizację danych (cen skupu). Kluczowym elementem zarządzania ryzykiem w tym zakresie jest uwzględnienie w modelu pozafinansowych czynników, argumentów tworzenia ZMP. Dlatego też w przypadku załamania biznesplanu w wyniku wahań na rynku skupu w teście przesunięte zostaną akcenty na kreowanie ZMP jako akceptowalnego kosztu społecznego gminy poprzez zwiększenie akcji edukacyjnych i promocyjnych walorów aktywizacyjnych grup zagrożonych wykluczeniem społecznym, co umożliwi dokończenie testu. Średni poziom wpływu przy wysokim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż zagrożenie to jest **WYSOKIE** w projekcie:

wpływ 2 x szansa 3 = siła 6

ZMIANY W PRZEPISACH to zagrożenie (**NIEZALEŻNE OD REALIZATORA**) powodujące utrudnienia w realizacji próbnej zbiórki przez gminy (zmiany w motywacji do działania, przesunięcia odpowiedzialności z gmin). Dlatego też przed rozpoczęciem testu (**ZAPOBIEGANIE**) przeanalizowano system prawny oraz dynamikę zmian przepisów a z analizy tej wynika, iż w czasie testu nie są przewidywane kluczowe rozstrzygnięcia legislacyjne (model uwzględnia najnowsze przepisy i reformy – na przykład najnowszą ustawę śmieciową). Dodatkowo (**MINIMALIZOWANIE**) w modelu przewidziano trójsektorowe



partnerstwo lokalne moderujące zbiórkę i w przypadku drastycznych zmian przepisów, barier prawnych rolę operatora może przejąć NGO lub MSP, posiadające większą swobodę działań. Średni poziom wpływu przy średnim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż zagrożenie to jest **ŚREDNIE** w projekcie:

$$\text{wpływ } 2 \times \text{szansa } 2 = \text{siła } 4$$

DZIAŁANIA KONKURENCJI to zagrożenie, na które realizatorzy projektu mają wpływ, uczestnicząc w konkurencyjnych działaniach rynkowych. Angażowanie do modelu JST organów prowadzących szkoły (**ZAPOBIEGANIE**) gwarantuje, iż w czasie testu w szkołach nie będą prowadzone konkurencyjne akcje. Dodatkowo przewidziano podpisanie terminowych umów z Organizacjami Odzysku działającymi na obszarze testu, co zapewni wycofanie działań konkurencyjnych w okresie i obszarze testu lub połączenie synergiczne prowadzonych akcji (**MINIMALIZOWANIE**) w przypadku realizowanych już działań. Narzędziem obniżania skutków zagrożenia jest system nagród (motywatorów) alternatywny w stosunku do istniejących na rynku. Wysoki poziom wpływu przy średnim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż zagrożenie to jest **WYSOKIE**:

$$\text{wpływ } 3 \times \text{szansa } 2 = \text{siła } 6$$

NISKI MAINSTREAMING to zagrożenie związane z trwałością rezultatów projektu, a działania podjęte przed rozpoczęciem projektu (**ZAPOBIEGANIE**) związane z doбором gmin (konsultacje, deklaracje włączenia) gwarantują realizację wskaźników włączenia i upowszechnienia. Dodatkowo (**MINIMALIZOWANIE**) przewidziano w strategii włączania realną liczbę 9 gmin spoza testu a w modelu przewidziano przygotowanie dokumentu strategicznego, który będzie mógł być finansowany w ramach projektów unijnych w nowym okresie programowania. W tym celu podjęte zostaną starania w ramach RST włączenia produktów finalnych projektu w kryteria strategiczne przyszłych konkursów i dotacji oraz 14 gminom złożona zostanie w ramach przyjętej strategii oferta przygotowania projektów na finansowanie modelu. Wysoki poziom wpływu przy niskim poziomie prawdopodobieństwa powoduje, iż zagrożenie to jest **NISKIE**:

$$\text{wpływ } 3 \times \text{szansa } 1 = \text{siła } 3$$

NIEPRZEWIDZIANE RYZYKA. Projekt przygotowany jest na wystąpienie niezidentyfikowanych zdarzeń poprzez system monitoringu i ewaluacji projektu, rozumiany jako Plan Zarządzania Ryzykiem z okresowym monitoringiem i ewaluacją bieżących działań pod kątem identyfikacji nowych barier i trudności, wraz ze wskazaniem dla każdej grupy zagrożeń osobnych narzędzi pomiaru i stałej kontroli. Spotkania z udziałem partnerów, odbiorców i użytkowników zapewnią szybki przepływ informacji i możliwość przeciwdziałania zagrożeniom, nieprzewidzianym w analizie ryzyka.

$$\text{wpływ } ? \times \text{szansa } ? = \text{siła } ?$$

	1	2	3	4	5	6	7
analiza ryzyka	strategia walidacja	rekrutacja gmin. instytucji	niski kapitał społeczny	zmiany na rynku odpadów	zmiany w przepisach	działania konkurencji	niski mainstreaming
wpływ	4	3	4	2	2	3	3
szansa	1	2	2	3	2	2	1
siła	4	6	8	6	4	6	3

X. opis wstępnych wersji produktów

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

W ramach projektu opracowanych i przetestowanych zostanie **8 produktów finalnych** o charakterze planistycznym, finansowym i doradczym stanowiące narzędzia niezbędnych do kreowania trwałych ZMP przy okazji zbiorów baterii, ZSEE i biomasy w gminach współpracujących z JST i MSP:

- 🕒 **produkt 1**: Plan efektywnej zbiórki ZSEE i zużytych baterii na terenie gmin
- 🕒 **produkt 2**: Plan odbioru ZSEE i zużytych baterii z gmin
- 🕒 **produkt 3**: Analiza ekonomiczna gminy realizującej zbiórkę ZSEE i zużytych baterii
- 🕒 **produkt 4**: Wzór organizacji i finansowania ZMP w gminie
- 🕒 **produkt 5**: Przewodnik ABC Biomasy
- 🕒 **produkt 6**: Kalkulator do szacowania ilości ZSEE
- 🕒 **produkt 7**: Kalkulator do szacowania ilości baterii
- 🕒 **produkt 8**: Kalkulator do szacowania ilości biomasy

Produkty finalne na zasadzie synergii współtworzą modele interwencji, w tym **model zbiórki baterii i ZSEE**, gdzie wykorzystać można w jednym logicznym schemacie działania 6 produktów finalnych, ułatwiających tworzenie miejsc pracy w zawodzie ZMP: **SEGREGATOR**:



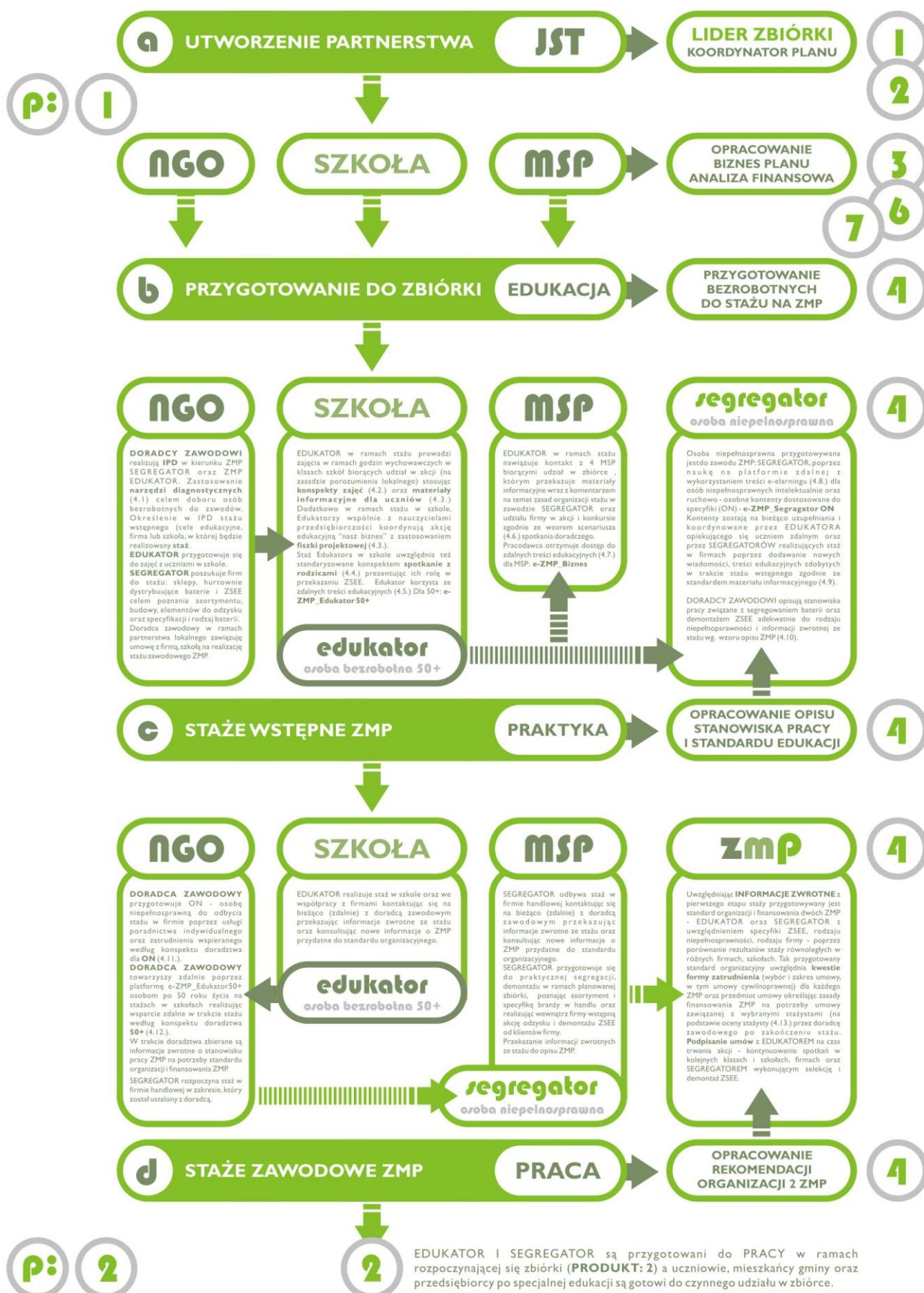
W podobny sposób 3 inne produkty finalne, jako narzędzia tworzą **model produkcji i dystrybucji biomasy** w gminach ułatwiający tworzenie miejsc pracy w zawodzie ZMP: **PRODUCENT**:



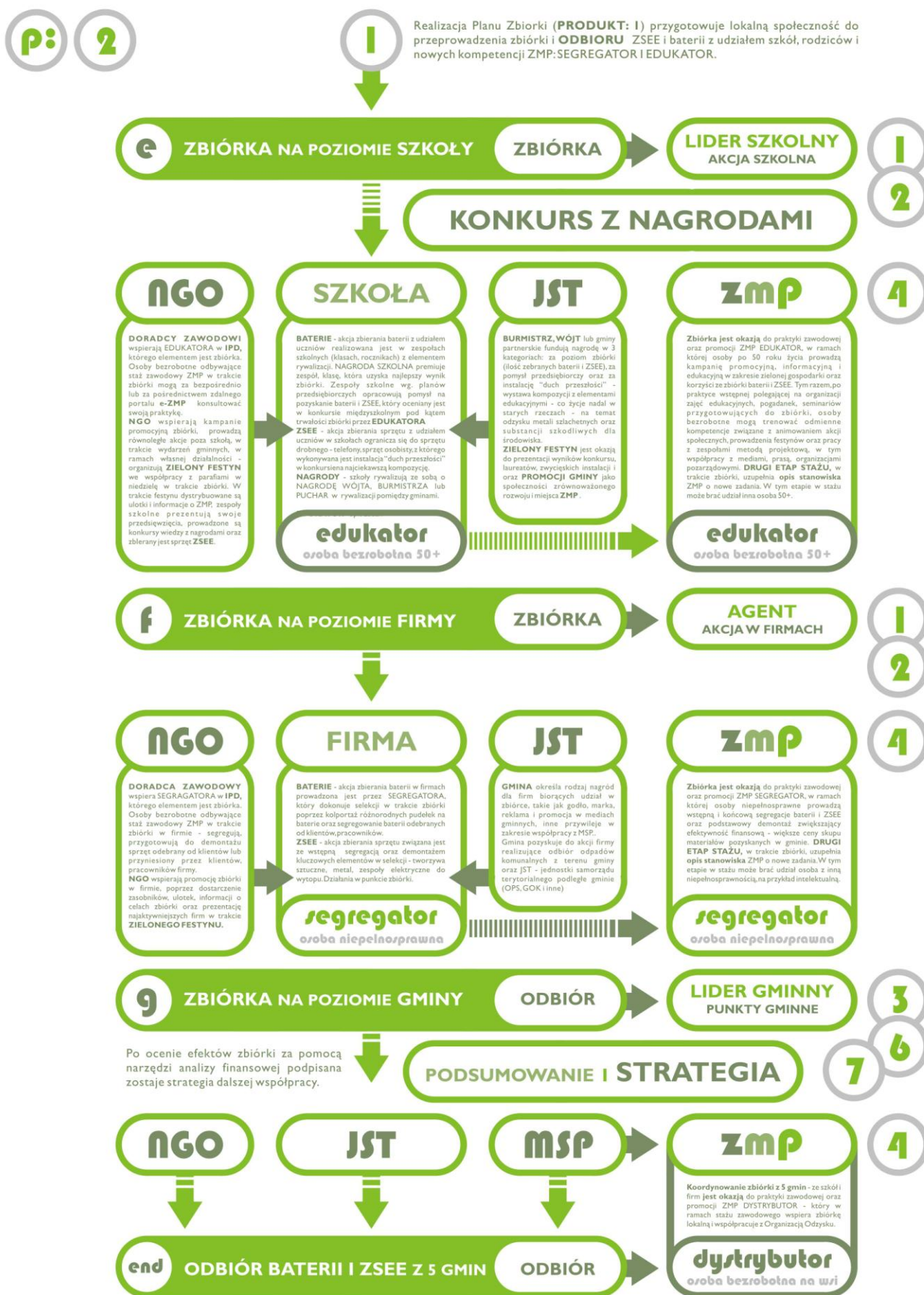
Klamrą łączącą jest **model partnerstwa lokalnego na rzecz ZMP**, gdzie wykorzystać można 8 produktów finalnych ułatwiających tworzenie dodatkowych miejsc pracy ZMP: **EDUKATOR** (wspierających model zbiórki baterii) oraz **ZMP: DYSTRYBUTOR** (wspierających model dystrybucji biomasy) w wymiarze lokalnym:



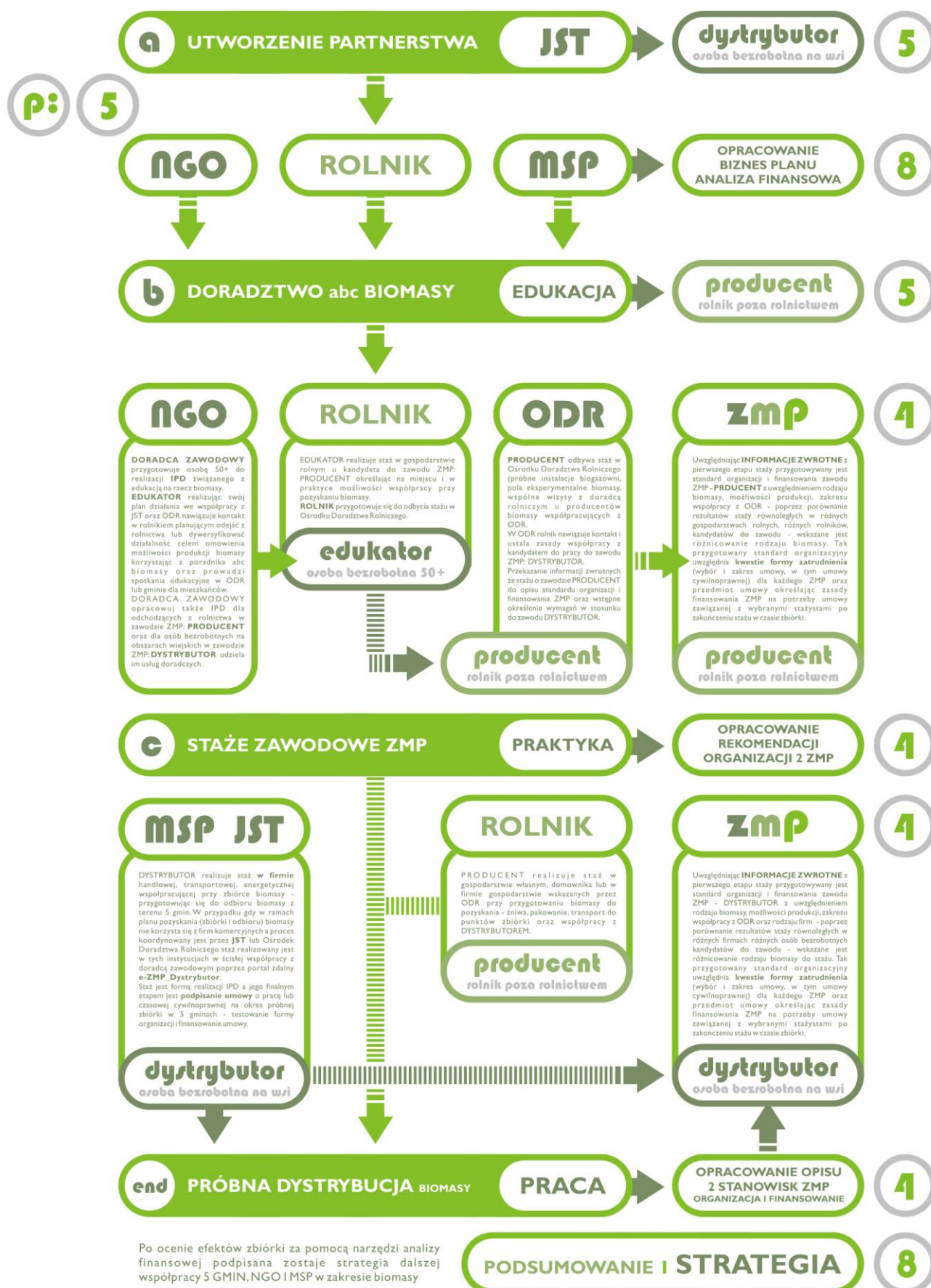
Trzy produkty finalne (1, 2 i 5) pełnią specjalną funkcję organizacyjną i planistyczną ukazując kontekst, moment i etap zastosowania 8 produktów finalnych w planie zbiórki i odbioru baterii i ZSEEP oraz biomasy,



Podobnie jak Plan zbiórki (p: 1) przedstawiony powyżej, także Plan odbioru (p: 2) ukazuje kontekst zastosowania oraz schemat testowania 6 produktów finalnych związanych z bateriami i ZSEE:



Analogenicznie w zakresie biomasy w poradniku abc biomasy (P: 5) przedstawiono Plan pozyskania biomasy ukazujący zastosowanie oraz schemat testowania 3 produktów finalnych dla biomasy:





produkt I: Plan efektywnej zbiórki ZSEE i zużytych baterii na terenie gmin

Kontekst produktu innowacyjnego:

Plan efektywnej zbiórki ZSEE i zużytych baterii na terenie gminy pełni rolę nadrzędną w stosunku do pozostałych sześciu produktów związanych z ZSEE i bateriami. Produkt ten, spina klamra wszystkie produkty ukazując kontekst i moment ich zastosowania w procesie tworzenia ZMP. W praktyce społecznej gmin brak jest narzędzi o charakterze planistycznym gwarantujących przygotowanie i tworzenie trwałego ZMP w gminie. Większość praktyk w tej dziedzinie ogranicza się do incydentalnych, okazjonalnych akcji zbiórki, które koncentrują się na ostatecznej ilości zebranych materiałów a nie na trwałym efekcie społecznym całego przedsięwzięcia, czyli wpływu tej akcji na rzeczywistość społeczną gminy. Mając na uwadze wysoki potencjał gmin w zakresie kontynuowania tego typu akcji (opartych na uniwersalnych i rozpoznawalnych wartościach, akceptowanych przez większość mieszkańców gminy) narzędzie daje szansę wykorzystania akcji do przygotowania i utworzenia trwałego ZMP a przynajmniej do edukacji, praktyki zawodowej i standaryzacji ZMP, co stanowić będzie trwały efekt dla gminy, przygotowując grunt (kompetencje, wiedza praktyczna zdobyta w trakcie stażu i zbiórki) pod finansowanie ZMP, na ten czas, gdy okoliczności gospodarcze, realizowany projekt, czy przepisy prawa umożliwią finansowanie ZMP. W ten sposób produkt nabiera charakteru edukacyjnego i przygotowawczego w stosunku do pozostałych narzędzi tworzenia ZMP.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się schemat działania i instrukcje do poszczególnych etapów dla użytkowników produktu:

- ❶ **UTWORZENIE PARTNERSTWA** – instrukcje dla Lidera Zbiórki, Koordynatora Planu na temat tego w jaki sposób należy powołać partnerstwo trójsektorowe (JST – SZKOŁA, NGO i MSP) na potrzeby zbiórki, w szczególności scenariusz spotkania założycielskiego z zastosowaniem 3 narzędzi (produkt 3, 6 i 7) dotyczących analizy finansowej planowanego przedsięwzięcia. Instrukcje kierowane do optymalnego Lidera z ramienia JST,
- ❷ **PRZYGOTOWANIE DO ZBIÓRKI** – instrukcje dla doradcy zawodowego z ramienia NGO w zakresie przygotowania do praktyki EDUKATORA, który we współpracy ze SZKOŁĄ i firmami (członkami partnerstwa) realizuje plan edukacyjny przygotowujący uczniów szkoły, przedsiębiorców i mieszkańców gminy do zbiórki.
- ❸ **STAŻE WSTĘPNE ZMP** – instrukcje dla doradcy zawodowego, przedsiębiorców dotyczące prac EDUKATORA i nauki praktycznej w firmie SEGREGATORA, traktowanych jako pierwszy etap stażu w dwóch zawodach ZMP. W ramach tych prac stażysty przygotowują społeczności gminy do zbiórki.
- ❹ **STAŻE ZAWODOWE ZMP** – instrukcje dla EDUKATORA i SEGREGATORA oraz specjalistów wspierających dotyczące samej zbiórki (zakres, harmonogram działań poszczególnych osób). Jest to etap zbiórki właściwie trwającej w szkołach i w instytucjach, w których w realiach prawdziwej PRACY stażysty zdobywają kompetencje praktyczne ZMP.

Warunki testowania:

Narzędzie testowane jest w 5 gminach – zastosowanie narzędzia gwarantuje użycie w praktyce wszystkich 6 narzędzi związanych z ZSEE i bateriami. Narzędzie jest w zasadzie przepisem, scenariuszem testu w gminach, więc jego użycie oznacza zrealizowanie testu z udziałem osób bezrobotnych, JST, NGO i MSP. Efektem testu są praktyczne (na podstawie społecznego eksperymentu) rekomendacje do organizacji i finansowania 2 ZMP.

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez kolejne gminy, zgodnie z instrukcjami składającymi się na to narzędzie. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania – jedynym kosztem jest praca doradców zawodowych oraz stypendia stażystów, które można finansować z projektów UE, środków gminy czy PUP.



produkt 2: Plan odbioru ZSEE i zużytych baterii z gmin

Kontekst produktu innowacyjnego:

Plan odbioru ZSEE i zużytych baterii z gmin dotyczy odbioru zebranych materiałów z gmin (ze szkół, z instytucji, z terenu gminy) po zrealizowaniu zbiórki właściwej. W tym wymiarze produkt jest kontynuacją narzędzia pierwszego i dotyczy samej zbiórki. Narzędzie pierwsze ma charakter przygotowawczy i edukacyjny, gdy tymczasem narzędzie drugie ma charakter logistyczny i biznesowy. Zastosowanie narzędzia prowadzi do sprzedania zebranych materiałów, zliczenia efektów i opracowania oraz podpisania na podstawie przeprowadzonego eksperymentu strategii współpracy na kolejne lata w zakresie podobnych, modelowych przedsięwzięć finansujących ZMP. Podobnie, jak w przypadku pierwszego narzędzia (produkt 1) także to narzędzie ma charakter planistyczny i spinający pokazując kontekst i moment użycia wszystkich 6 narzędzi związanych z ZSEE i bateriami. Zważywszy na jego finalizujący aspekt w stosunku do narzędzia pierwszego, kolejne etapy w narzędziu są numerowane jako kontynuacja listy etapów z narzędzia pierwszego.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się schemat działania i instrukcje do poszczególnych etapów dla użytkowników produktu:

- ① **ZBIÓRKA NA POZIOMIE SZKOŁY** – instrukcje dla Lidera Szkolnego dotyczące prowadzenia zbiórki baterii i ZSEE w szkole, konkursów, motywatorów dla uczniów. Kolejne wytyczne dotyczące testowania ZMP: EDUKATOR
- ② **ZBIÓRKA NA POZIOMIE FIRMY** – instrukcje dla przedsiębiorców, firm handlowych i dystrybutorów, instytucji publicznych dotyczące prowadzenia zbiórki baterii i ZSEE w firmach i wytyczne dotyczące testowania ZMP: SEGREGATOR
- ③ **ZBIÓRKA NA POZIOMIE GMINY** – instrukcje dla Lidera Zbiórki lub JST dotyczące zbiórki (odbioru) ZSEE i baterii ze szkół oraz firm w ramach festynu gminnego, dni ekologicznych w gminie oraz wytyczne dotyczące testowania ZMP: DYSTRYBUTOR w zakresie ZSEE i baterii (zawód ten testowany jest także przy pozyskaniu biomasy).
- ④ **ODBIÓR BATERII I ZSEE z 5 GMIN** – instrukcje dla Lidera Zbiórki odbioru ZSEE i baterii z poszczególnych gmin – zbiórka lokalna na poziomie 5 gmin oraz dostawy materiałów do Organizacji Odzysku, w tym wytyczne dotyczące testowania ZMP: DYSTRYBUTOR
- ⑤ **STRATEGIA WSPÓŁPRACY na rzecz ZMP** – instrukcje dotyczące oceny efektywności zakończonego przedsięwzięcia z zastosowaniem produktów analizy finansowej (produkt 3, 6, 7) oraz przygotowania i podpisania w gminie wieloletniej strategii współpracy JST z NGO i MSP: *Strategia organizacji i tworzenia ZMP w gminach i miastach woj. podlaskiego.*

Warunki testowania:

Narzędzie podobnie jak w przypadku produktu 1 (i łącznie z nim) jest scenariuszem testu w 5 gminach a jego użycie oznacza zrealizowanie testu z udziałem osób bezrobotnych, JST, NGO i MSP. Efektem testu jest podpisanie strategii tworzenia i finansowania 3 ZMP w gminie

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez kolejne gminy, zgodnie z instrukcjami składającymi się na to narzędzie. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania – jedynym kosztem jest praca doradców zawodowych oraz stypendia stażystów, które można finansować z projektów UE, środków gminy czy PUP. Narzędzie wymaga jednak wcześniejszego zastosowania produktu 1 (Plan efektywnej zbiórki ZSEE i zużytych baterii na terenie gmin) zapewniającego przygotowanie społeczności gminnej do zbiórki, bez której odbiór baterii (niezależne zastosowanie produktu 2) byłby mniej efektywny, niż w przypadku zastosowania obu narzędzi łącznie. W drugim etapie (przy zastosowaniu produktu 2) akcent przesuwa się z NGO na JST.



produkt 3: Analiza ekonomiczna gminy realizującej zbiórkę ZSEE i zużytych baterii

Kontekst produktu innowacyjnego:

Analiza ekonomiczna gminy realizującej zbiórkę ZSEE i zużytych baterii, jest narzędziem ekonomicznym wspierającym dwa pierwsze narzędzia o charakterze logistycznym. Przeprowadzenie analizy ekonomicznej planowanego przedsięwzięcia, jest niezbędnym etapem planowania zbiórki, dlatego też w schemacie zbiórki zastosowanie tego narzędzia pojawia się w pierwszych etapach działań. Narzędzie to pozwala zidentyfikować w otoczeniu społeczno-gospodarczym potencjalnych partnerów przedsięwzięcia (wraz z ich kapitałem zwiększającym rentowność planu) jak też ewentualne czynniki obniżające rentowność planu, takie jak działania konkurencji czy alternatywy rynkowe. Narzędzie zastosowane w pierwszych etapach planu zbiórki pozwala podjąć strategiczne decyzje odnośnie współpracy lokalnej, angażowaniu takich i nie innych partnerów i instytucji, a w konsekwencji w zależności od wyboru partnerów ustalenia udziału kosztów finansowych i nie finansowych w całym przedsięwzięciu (wkład NGO i JST, wolontariat, społeczna odpowiedzialność biznesu, środki unijne i publiczne związane z polityką rynku pracy czy ochroną środowiska). Wstępna analiza ekonomiczna jest w tym przypadku podstawą do podjęcia decyzji o charakterze planu (akcja komercyjna, akcja społeczna, dofinansowane przedsięwzięcie projektowe) a co za tym idzie zakresie (ilości, trwałości) tworzonych miejsc pracy (ZMP). Ocena otoczenia i przygotowanie wstępnej analizy SWOT na podstawie tej oceny określa zakres (instytucjonalny) i zasięg (czasowy, terytorialny) planowanej akcji.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się metodologia i narzędzia analizy ekonomicznej gminy prowadzone w dwóch etapach:

- ④ **BADANIE OTOCZENIA** – instrukcje dotyczące sposobu analizy uczestników gry gospodarczej, jaką jest zbiórka, odbiór i sprzedaż poza gminę ZSEE i Baterii. Zestaw instrukcji, plan logiczny analizy ekonomicznej ma prowadzić użytkownika do rzetelnej, racjonalnej i opartej na rzeczywistych, aktualnych realiach gospodarczych i społecznych decyzji dotyczących możliwości tworzenia i finansowania ZMP przy okazji tego przedsięwzięcia.
- ④ **ANALIZA SWOT** – instrukcje dotyczące oceny mocnych i słabych stron gminy (społeczności, obszaru gospodarczego) w zakresie przyjętych celów planowanej zbiórki oraz dostosowania tych celów, działań i harmonogramu do zidentyfikowanych szans i zagrożeń na obszarze zbiórki (w gminie) oraz potencjału lokalnych partnerów i konkurentów.

Warunki testowania:

Narzędzie testowane jest w 5 gminach, jako etap strategicznych decyzji w planie zbiórki i odbioru ZSEE i baterii a więc łącznie z produktem 1 i 2. Analiza zostanie przeprowadzona w każdej gminie przez Koordynatora gminnego (JST) w ramach spotkania fokusowego z udziałem NGO i MSP o raz koordynatora szkolnego. Efektem testu (zastosowania) narzędzia są rekomendacje (wytyczne, warunki wynagrodzenia) do narzędzia 4, czyli zasad finansowania ZMP tworzonych przy realizacji planu zbiórki i odbioru ZSEE i baterii.

Warunki użytkowania:

Modelowym użytkownikiem narzędzia jest JST (Koordynator zbiórki), jednak analiza ekonomiczna nie ogranicza się tylko do finansów JST (budżetu jednostki samorządowej) a gmina traktowana jest w tym przypadku jako społeczność, obszar (prowadzenia zbiórki, analizy rynkowej), dlatego też użytkownikiem narzędzia może być inna jednostka organizacyjna JST (PUP, OPS) lub NGO czy MSP, w zależności od tego, kto jest inicjatorem i koordynatorem całego przedsięwzięcia w danej gminie. Rynkowy i społeczny (gospodarczy) kontekst narzędzia zwiększa możliwości jego zastosowania w praktyce po zakończeniu projektu.



produkt 4: Wzór organizacji i finansowania ZMP w gminie

Kontekst produktu innowacyjnego:

Wzór organizacji i finansowania ZMP w gminie to narzędzie kierowane do osób tworzących zielone miejsce pracy w gminie. Tworzenie (organizacja i finansowanie) ZMP rozpoczyna się na etapie analizy ekonomicznej (produkt 3), przy podejmowaniu decyzji odnośnie umiejscowienia ZMP w szerokim planie zbiórki (wybór z 4 ZMP: EDUKATOR, SEGREGATOR, PRODUCENT, DYSTRYBUTOR) oraz sposobu finansowania (umowa cywilnoprawna, o pracę, częściowy wolontariat, dofinansowanie ze środków publicznych) w zależności od wyników analizy otoczenia. Decyzja odnośnie rodzaju ZMP implikuje dalsze etapy organizacji ZMP związane z doradztwem zawodowym, szkoleniem praktycznym (staż, praktyka, szkolenie zawodowe) przygotowujących osobę bezrobotną do podjęcia pracy w ramach ZMP. Narzędzie służy doradcom zawodowym i trenerom. W dalszej części narzędzie służy pracodawcy, oferując szeroki katalog form organizacji pracy (elastyczne formy organizacji pracy w ramach umowy o pracę lub cywilnoprawnej) oraz źródeł finansowania (dofinansowania) utworzonego ZMP wraz z opisem czynności, zadań zawodowych (środowiska pracy) oraz profilu kompetencyjnego, wymagań w stosunku do pracownika, które będą podstawą prowadzenia rekrutacji (poszukiwania) pracownika na ZMP czy przygotowania zakresu obowiązków (zadań) do umowy na ZMP.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się pakiet narzędzi dla różnych grup użytkowników związanych z tworzeniem ZMP:

- NARZĘDZIA DIAGNOSTYCZNE I DORADCZE** – kierowane do doradców zawodowych z publicznych służ zatrudnienia (JST: PUP, WWUP) oraz instytucji szkoleniowych (w tym NGO), jako instytucji rynku pracy przygotowujących osoby bezrobotne (innych kandydatów) do pracy w ramach ZMP oparte na profilu kompetencyjnym oraz opisie środowiska pracy 4 zawodów ZMP, dopracowanych w efekcie eksperymentu projektowego (staże w ramach 4 ZMP).
- NARZĘDZIA EDUKACYJNE** – kierowane do trenerów, mistrzów zawodu, edukatorów i nauczycieli szkół zawodowych, praktycznej nauki zawodu przygotowujących kandydatów do podjęcia pracy w ramach ZMP oraz opiekunów praktyk i staży zawodowych w ramach 4 ZMP realizowanych w szkołach, firmach i gminie w ramach przygotowania i prowadzenia zbiórki ZSEE, baterii i biomasy, dopracowane w ramach eksperymentu projektowego (próbnej zbiórki).
- FORMY ORGANIZACJI PRACY W RAMACH ZMP** – instrukcje dla doradców zawodowych oraz pracodawców finansujących ZMP oferujące katalog elastycznych form pracy z analizą plusów i minusów różnych form organizacji pracy, wraz z rekomendacjami do poszczególnych 4 ZMP wypracowanych na podstawie testu.
- SPOSOBY I ŹRÓDŁA FINANSOWANIA ZMP** – instrukcje dla instytucji działających na rzecz ZMP w gminie oraz bezpośrednio dla pracodawców finansujących ZMP dotyczące alternatywnych, dodatkowych lub docelowych źródeł finansowania ZMP po zakończeniu projektu (zbiórki) w sytuacji zmiany gospodarczej, z wykorzystaniem środków UE.

Warunki testowania:

Narzędzie testowane jest w 5 gminach w ramach usług doradczych prowadzonych przez doradców zawodowych oraz usług edukacyjnych w ramach staży i praktyk zawodowych z udziałem 40 osób bezrobotnych po 10 osób z 4 grup osób defaworyzowanych na rynku pracy.

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez doradców zawodowych, trenerów czy pracodawców w kolejnych gminach, instytucjach regionalnych. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania – jedynym kosztem jest praca doradców zawodowych, stypendia stażystów czy wynagrodzenia trenerów, które można finansować z projektów UE, środków gminy czy PUP lub stosować na zasadzie bezpłatnego poradnika.



produkt 5: Przewodnik ABC Biomasy

Kontekst produktu innowacyjnego:

Przewodnik ABC Biomasy jest narzędziem kierowanym zarówno do rolników, potencjalnych producentów biomasy (MSP) jak też specjalistów publicznych instytucji rynku pracy (JST) czy organizacji pozarządowych (NGO) wspierających tworzenie ZMP w obszarze produkcji i dystrybucji różnorodnych form biomasy. Poradnik z jednej strony popularyzuje i poszerza wiedzę na temat różnorodnych form biomasy (atrakcyjnych w kontekście warunków województwa podlaskiego) wśród potencjalnych producentów, dostawców biomasy z drugiej zaś strony promuje ZMP związane z biomasą, jako obszar aktywizacji zawodowej mieszkańców obszarów wiejskich borykających się z problemem bezrobocia, w tym bezrobocia ukrytego w efekcie niskowydajnej pracy w gospodarstwach rodzinnych oraz osób planujących odejście z rolnictwa w obszar usług około rolniczych czy pozarolniczej działalności gospodarczej (w tym dywersyfikacji działalności rolnej). Poradnik zawiera schemat organizacji zbiórki biomasy w gminie uwzględniający procedurę tworzenia i testowania 2 ZMP związanych z biomasą (PRODUCENT, DYSTRYBUTOR) analogicznie do produktu 1 i produktu 2 w obszarze ZSEE i baterii. Tak skonstruowany przewodnik posiada wysoki stopień innowacyjności wypełniając niszę rynkową na styku doradztwa rolniczego i doradztwa zawodowego związanego z ZMP.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się informator dla producentów oraz schemat działania i instrukcje dla rynku pracy:

- PORADNIK DLA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW** – kierowany do potencjalnych producentów biomasy, czyli pracodawców ZMP związanych z produkcją biomasy (ZMP: PRODUCENT) oraz dystrybucją, i handlem produktami związanymi z biomasą (ZMP: DYSTRYBUTOR), zawierający informacje na temat biomasy, definicji, rodzajów w województwie podlaskim, produkcji biomasy pochodzenia rolnego (ze opisem 5 rodzajów upraw biomasy – upraw energetycznych, przetwarzania biomasy, ze szczególnym uwzględnieniem drzewa i jego paletowania i brykietowania oraz logistyki związanej z biomasą, w tym zasad transportu i magazynowania biomasy. W poradniku obok informacji z zakresu doradztwa rolniczego uwzględniono kwestie także ekonomiczne (doradztwo biznesowe) związane z opłacalnością produkcji i dystrybucji poszczególnych rodzajów biomasy z zastosowaniem kalkulatora (produkt 8).
- PORADNIK DLA INSTYTUCJI RYNKU PRACY** – kierowany do specjalistów wspierających, promujących ZMP w obszarze produkcji i dystrybucji biomasy, w tym do doradców zawodowych, trenerów, edukatorów, doradców rolniczych, samorządowców (gminy wiejskie) i organizacji pozarządowych, zawierający informacje na temat sposobów szacowania potencjału zielonych miejsc pracy w lokalnym sektorze biomasy z użyciem metod analizy otoczenia (społecznego, prawno-politycznego, ekonomicznego, technologicznego i konkurencyjnego) analogicznie do produktu 3 w ZSEE oraz informacje o sposobach stymulowania (doradztwo, edukacja, promocja, koordynacja) ZMP związanych z biomasą w gminie, ze szczególnym uwzględnieniem 2 ZMP: (PRODUCENT, DYSTRYBUTOR) w formie PLANU testowania i tworzenia ZMP

Warunki testowania:

Narzędzie testowane jest w 5 gminach w trakcie próbnej zbiórki biomasy w zakresie realizacji PLANU tworzenia i testowania 2 ZMP (schemat działań ukazujący powiązania z produktem 4 i produktem 8). Narzędzie jest scenariuszem testu w gminach, więc jego użycie oznacza zrealizowanie testu z udziałem osób bezrobotnych, JST, NGO i MSP. Efektem testu są rekomendacje do organizacji i finansowania 2 ZMP.

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez kolejne gminy, zgodnie z instrukcjami składającymi się na to narzędzie. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania – jedynym kosztem jest praca doradców zawodowych oraz stypendia stażystów, które można finansować z projektów UE, środków gminy czy PUP.



produkt 6: Kalkulator do szacowania ilości ZSEE

Kontekst produktu innowacyjnego:

Kalkulator do szacowania ilości ZSEE to narzędzie służące do szacowania rentowności zbiórki ZSEE w danej gminie w perspektywie akcji 5 letniej, uwzględniający specyfikę społeczną i gospodarczą gminy. Wskaźniki służące do wyliczenia szacowanej wartości ZSEE zebranej w perspektywie 5 lat (lub jednorazowej akcji) oparte zostały na wynikach badań prowadzonych w pierwszej fazie projektu, w ramach których określono w 5 gminach biorących udział w teście zróżnicowanych pod względem wielkości (mała, średnia, duża) i obszaru (wiejska, miejska) – dla każdego rodzaju gminy zastosowano odrębne wskaźniki wyliczenia ilości drobnego sprzętu RTW i AGD oraz PRALEK, MONITORÓW. Tak skonstruowane narzędzie umożliwia wybór rodzaju gminy i zwiększa możliwość zastosowania narzędzia w każdej gminie w województwie podlaskim.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się program (formularz) komputerowy (internetowy) wraz instrukcją użycia:

- ③ **PROGRAM KOMPUTEROWY/FORMULARZ LICZĄCY** – kierowany do osób zainteresowanych wynikiem finansowym zbiórki ZSEE w danej gminie, umożliwiający szybkie wyliczenie wartości ZSEE w cenach skupu z 5 letniej zbiórki w wybranej gminie (opisanej przez użytkownika) poprzez wybory odpowiednich kategorii i wpisanie danych dotyczących rodzaju, wielkości gminy, ilości aktywnych, współpracujących organizacji pozarządowych oraz wyboru rodzaju ZSEE. Kalkulator podaje kwotę skupu (przy transporcie zapewnionym przez organizację odzysku – zgodnie z aktualną ofertą rynkową i umową na czas testu) oraz ewentualnych kosztów dodatkowego transportu w przypadku innych organizacji odzysku (nie oferujących transportu) z określeniem ilości kilometrów (z gminy do punktu skupu) oraz stawki za kilometr,
- ③ **INSTRUKCJA UŻYCIA** – instrukcje określające krok po kroku użycie kalkulatora z komentarzem do wpisywanych (wybieranych) danych oraz sposobu szacowania wartości finansowej wyniku kalkulatora.

Warunki testowania:

Zważywszy na fakt, iż w trakcie badań przeprowadzonych w pierwszej fazie projektu, część danych dotyczących ilości oddawanego ZSEE (wymiana sprzętu RTV i AGD, sposoby pozbywania się ZSEE) pozyskano w drodze anonimowych odpowiedzi (dane deklaratywne o trafności zbliżonej do sondażu opinii publicznej wymagające empirycznej weryfikacji) w ramach testu narzędzia weryfikowane będą faktyczne wskaźniki dla 5 rodzajów gmin. W trakcie testu narzędzia zweryfikowany zostanie też przyjęty w kalkulatorze poziom wpływu na efektywność zbiórki kapitału społecznego mierzonego w ilości szkół i aktywnych NGO działających na terenie gminy w obszarze pozwalającym tworzyć partnerstwo lokalne związane ze zbiórką ZSEE. W drodze testu zweryfikowana zostanie także rola kalkulatora w analizie ekonomicznej gminy (produkt 3) oraz realizacji planu zbiórki i odbioru baterii z gminu (produkt 1 i produkt 2), w tym zasadności i etapu jego zastosowania.

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez kolejne gminy (JST), zgodnie z instrukcją zastosowania, łącznie z produktami (1, 2 i 3) lub przez organizacje pozarządowe (NGO) lub firmy (MSP) szacujące efektywność planowanych działań w tym obszarze, w szczególności w zakresie wyliczenia nadwyżki finansowej, która mogłaby sfinansować ZMP związane z ZSEE. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania i będzie możliwy do bezpłatnego użycia on-line lub poprzez uruchomienie off-line pozyskanego pliku z kalkulatorem. Użytkownik będzie mógł samodzielnie aktualizować stawki rynkowe skupu ZSEE, kosztów transportu i odległości od punktów skupu (siedziby organizacji odzysku) lub korzystać z wersji on-line aktualizowanej na bieżąco przez lidera projektu lub partnerów na stronie internetowej związanej z ZMP.



produkt 7: Kalkulator do szacowania ilości baterii

Kontekst produktu innowacyjnego:

Kalkulator do szacowania ilości baterii to narzędzie służące do szacowania rentowności zbiórki baterii w danej gminie w perspektywie akcji 5 letniej, uwzględniający specyfikę społeczną i gospodarczą gminy. Wskaźniki służące do wyliczenia szacowanej wartości baterii zebranej w perspektywie 5 lat (lub jednorazowej akcji) oparte zostały na wynikach badań prowadzonych w pierwszej fazie projektu, w ramach których określono w 5 gminach biorących udział w teście zróżnicowanych pod względem wielkości (mała, średnia, duża) i obszaru (wiejska, miejska) – dla każdego rodzaju gminy zastosowano odrębne wskaźniki wyliczenia ilości różnych rodzajów baterii ALKAICZNE, AKUMULATORY, BATERIE I OGNIWA SORTOWANE. Tak skonstruowane narzędzie umożliwia zastosowania narzędzia w każdej gminie w województwie podlaskim.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się program (formularz) komputerowy (internetowy) wraz instrukcją użycia:

- ③ **PROGRAM KOMPUTEROWY/FORMULARZ LICZĄCY** – kierowany do osób zainteresowanych wynikiem finansowym zbiórki BATERII w danej gminie, umożliwiający szybkie wyliczenie wartości baterii w cenach skupu ze zbiórki w wybranej gminie (opisanej przez użytkownika) poprzez wybory odpowiednich kategorii i wpisanie danych dotyczących rodzaju, wielkości gminy, ilości aktywnych, współpracujących organizacji pozarządowych oraz wyboru rodzaju baterii. Kalkulator podaje kwotę skupu (przy transporcie zapewnionym przez organizację odzysku – zgodnie z aktualną ofertą rynkową i umową na czas testu) oraz ewentualnych kosztów dodatkowego transportu w przypadku innych organizacji odzysku (nie oferujących transportu) z określeniem ilości kilometrów (z gminy do punktu skupu) oraz stawki za kilometr,
- ③ **INSTRUKCJA UŻYCIA** – instrukcje określające krok po kroku użycie kalkulatora z komentarzem do wpisywanych (wybieranych) danych oraz sposobu szacowania wartości finansowej wyniku kalkulatora.

Warunki testowania:

Zważywszy na fakt, iż w trakcie badań przeprowadzonych w pierwszej fazie projektu, część danych dotyczących ilości zużywanych BATERII (ilość zakupu, sposoby pozbywania się zużytych baterii) pozyskano w drodze anonimowych odpowiedzi (dane deklaratywne o trafności zbliżonej do sondażu opinii publicznej wymagające empirycznej weryfikacji) w ramach testu narzędzia weryfikowane będą faktyczne wskaźniki dla 5 rodzajów gmin. W trakcie testu narzędzia zweryfikowany zostanie też przyjęty w kalkulatorze poziom wpływu na efektywność zbiórki kapitału społecznego mierzonego w ilości szkół i aktywnych NGO, w szczególności SZKÓŁ działających na terenie gminy w obszarze pozwalającym tworzyć partnerstwo lokalne związane ze zbiórką baterii. Zweryfikowana zostanie także rola kalkulatora w analizie ekonomicznej gminy (produkt 3) oraz realizacji planu zbiórki i odbioru baterii z gminu (produkt 1 i 2), w tym zasadności i etapu jego zastosowania.

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez kolejne gminy (JST), zgodnie z instrukcją zastosowania, łącznie z produktami (1, 2 i 3) lub przez organizacje pozarządowe (NGO) lub firmy (MSP) szacujące efektywność planowanych działań w tym obszarze, w szczególności w zakresie wyliczenia nadwyżki finansowej, która mogłaby sfinansować ZMP związane z BATERIAMI. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania i będzie możliwy do bezpłatnego użycia on-line lub poprzez uruchomienie off-line pozyskanego pliku z kalkulatorem. Użytkownik będzie mógł samodzielnie aktualizować stawki rynkowe skupu baterii kosztów transportu i odległości od punktów skupu (siedziby organizacji odzysku) lub korzystać z wersji on-line aktualizowanej na bieżąco przez lidera projektu lub partnerów na stornie internetowej projektu.



produkt 8: Kalkulator do szacowania ilości biomasy

Kontekst produktu innowacyjnego:

Kalkulator do szacowania ilości biomasy to narzędzie służące do szacowania rentowności produkcji biomasy w danej gminie, uwzględniający specyfikę produkcyjną rolną gminy. Wskaźniki służące do wyliczenia szacowanej wartości, kaloryczności biomasy (dla różnych rodzajów biomasy) oparte zostały na wynikach badań prowadzonych w pierwszej fazie projektu, w ramach których określono w 5 gminach biorących udział w teście zróżnicowanych pod względem wielkości (mała, średnia, duża) i obszaru (wiejska, miejska) – dla każdego rodzaju gminy zastosowano odrębne wskaźniki dla SIANA, DREWNA Z LASU, DREWNA Z SADU, ROŚLIN WIELOLETNIICH, ROŚLIN JEDNOROCZNYCH oraz SŁOMY. Tak skonstruowane narzędzie umożliwia zastosowania narzędzia w każdej gminie w województwie podlaskim.

Elementy produktu innowacyjnego:

Na produkt składa się formularz kalkulacyjny (komputerowy) składający się z 4 arkuszy:

- POTENCJAŁ BIOMASY** - arkusz wynikowy, w którym pojawi się informacja o oszacowanym potencjale biomasy dla 6 rodzajów biomasy oraz związanych z uprawami między innymi takimi jak Pszenica ozima lub jara, Żyto, Jęczmień ozimy lub jary, Owies, Pszenżyto ozime lub jare, Mieszanek zbożowe ozime lub jare, Rzepak ozimy lub jary, Gryka, proso i inne zbożowe, Kukurydza na ziarno, Kukurydza na zielonkę, Strączkowe jadalne, Ziemniaki, Okopowe pastewne, Warzywa gruntowe, Truskawki, Buraki cukrowe, Wierzba wiciowa, Ślazier pensylwański, Topinambór, Miskant olbrzymi czy Sorgo;
- INSTRUKCJA OBSŁUGI** - arkusz, w którym są informacje na temat korzystania z kalkulatora szacowania potencjału biomasy, z instrukcjami dla poszczególnych etapów wyliczenia oraz rodzaju i formatu wpisywanych danych
- DANE WEJŚCIOWE** - arkusz, w którym należy wpisać dane niezbędne do oszacowania potencjału biomasy.
- ZAŁOŻENIA** - arkusz, w którym zamieszczone są współczynniki i normatywy niezbędne do szacowania potencjału biomasy, które mogą być modyfikowane przez użytkownika wraz z rozwojem rynku biomasy i zmianami prawnymi.

Warunki testowania:

W ramach testu narzędzia w 5 gminach weryfikowane będą przede wszystkim współczynniki i założenia wyliczenia dla poszczególnych rodzajów biomasy, poprzez zastosowanie narzędzia na etapie doradztwa rolniczego, edukacji i staży w ODR we współpracy ze specjalistami, doradcami rolniczymi – aktualizacja danych w stosunku do źródeł badań w pierwszej fazie projektu. Zweryfikowana zostanie także rola kalkulatora w planie zbiórki i dystrybucji biomasy (produkt 5 – przewodnik ABC Biomasy – Plan Zbiórki – schemat 3) oraz w planie analizy ekonomicznej otoczenia biomasy i przydatności tej analizy do szacowania efektywności w zakresie tworzenia ZMP związanych z produkcją i dystrybucją biomasy.

Warunki użytkowania:

Produkt jest narzędziem gotowym do użycia przez kolejne gminy (JST), zgodnie z instrukcją zastosowania, łącznie z produktami (4 i 5) lub przez organizacje pozarządowe (NGO) lub firmy (MSP) szacujące efektywność planowanych działań w tym obszarze, w szczególności w zakresie wyliczenia nadwyżki finansowej, która mogłaby sfinansować ZMP związane z BIOMASĄ. Produkt nie wymaga specjalnych nakładów i finansowania i będzie możliwy do bezpłatnego użycia on-line lub poprzez uruchomienie off-line pozyskanego pliku z kalkulatorem. Użytkownik będzie mógł samodzielnie aktualizować wskaźniki wyliczenia modyfikowalne w czwartej zakładce narzędzia lub korzystać z wersji on-line aktualizowanej na bieżąco przez lidera projektu lub partnerów na stronie internetowej projektu.

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

-  Temat innowacyjny: Działania sprzyjające podejmowaniu zatrudnienia w sektorze zielonej gospodarki (tzw. **green jobs** – zielone miejsca pracy)
-  Nazwa projektodawcy: Towarzystwo Amicus
-  Tytuł projektu: PIWP: Innowacyjne możliwości tworzenia zielonych miejsc pracy szansą dla województwa podlaskiego
-  Numer umowy: UDA-POKL.06.01.01-20-002/12

Podpisy przedstawicieli Partnerstwa Krajowego

-  Towarzystwo Amicus:

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

-  Stowarzyszenie Agencja Ekorozwoju Zielone Płuca Polski

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

-  Wyższa Szkoła Agrobiznesu w Łomży

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

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