



STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO

TEMAT INNOWACYJNY:

„Nowe obszary działalności i formy aktywizowania osób pozostających bez zatrudnienia, w tym osób w trakcie ostatniego roku nauki, w ekonomii społecznej lub przedsiębiorczości”

TYTUŁ PROJEKTU:

„Nowe możliwości we wspieraniu przedsiębiorczości osób pozostających bez zatrudnienia, będących w trakcie ostatniego roku nauki”.

NAZWA PRODUKTU:

Modułowy program wsparcia doradczo – szkoleniowego w zakresie przedsiębiorczości młodych osób pn. „**Program Kierunek Biznes**”

REALIZATORZY PROJEKTU:

Lider:

Stowarzyszenie „Wolna Przedsiębiorczość”
Oddział Terenowy w Gdańsku



Partner krajowy:

Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza



Partner ponadnarodowy:

Centro Municipal de Empresas de Gijón



NUMER UMOWY:

POKL.06.01.01-22-179/10-00

Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Priorytet 6.1.1.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt *Nowe możliwości we wspieraniu przedsiębiorczości osób pozostających bez zatrudnienia, będących w trakcie ostatniego roku nauki* jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Realizatorzy Projektu:

Stowarzyszenie „Wolna Przedsiębiorczość”
Oddział Terenowy w Gdańsku
ul. Piekarnicza 12A,
80-126 Gdańsk
tel. +48 058 751 40 02 fax. +48 058 751 40 21
www.swp.gda.pl

Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza
ul. Dyrekcyjna 7, 80-852 Gdańsk
tel. +48 058 305 23 25 fax. +48 058 741 53 73
e-mail: biuro@rigp.pl

Centro Municipal de Empresas de Gijon
(Miejskie Centrum Przedsiębiorczości w Gijon) Hiszpania

Okres realizacji Projektu: 1.06.2011 – 30.04.2013

Gdańsk, 30 stycznia 2012 roku

SPIS TREŚCI

I.	Uzasadnienie	4
II.	Cel wprowadzenia innowacji	9
III.	Opis innowacji, w tym produktu finalnego	11
IV.	Plan działań w procesie testowania produktu finalnego.....	16
V.	Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa.....	20
VI.	Strategia upowszechniania	22
VII.	Strategia włączania do głównego nurtu polityki	25
VIII.	Kamienie milowe II etapu projektu.....	27
IX.	Analiza ryzyka.....	28
I.	Załącznik –wstępna wersja produktu finalnego	30

I. UZASADNIENIE

Innowacyjny produkt: **Modułowy program wsparcia doradczo – szkoleniowego w zakresie przedsiębiorczości młodych osób pn. „Program Kierunek Biznes”** jest odpowiedzią na zidentyfikowane i zweryfikowane w ramach badań diagnostycznych obszary problemowe związane z niezadawalającą skutecznością i racjonalnością istniejących i wykorzystywanych instrumentów rynku pracy w zakresie wspierania przedsiębiorczości osób młodych <26, co skutkuje ich niską aktywnością na rynku pracy w oparciu o uruchamianie działalności gospodarczej.

Działania projektowe koncentrują się na opracowaniu (z wykorzystaniem hiszpańskich doświadczeń), przetestowaniu, upowszechnieniu i włączeniu do polityki, nowatorskiego, **modułowego programu wspierającego instytucje rynku pracy we wzmacnianiu zachowań przedsiębiorczość młodych osób.**

Po przeprowadzeniu pierwszego etapu wdrażania Projektu oraz po badaniach własnych prowadzonych na potrzeby uzasadnienia planowanych działań zasadnicze kwestie wynikające z założeń projektu nie uległy zmianie. Pogłębiona diagnoza i analiza problemowa pozwoliła uszczegółowić stawiane cele, potwierdzić zasadność wyboru grup docelowych i zweryfikować strukturę produktu finalnego. W stosunku do zapisów wniosku o dofinansowanie nie uległy zmianie grupy docelowe projektu, w podziale na odbiorców i użytkowników oraz cel główny/ cele szczegółowe projektu.

Przeprowadzone przez realizatorów, w okresie od października do listopada 2011 roku na obszarze woj. Pomorskiego, badania diagnostyczne¹ potwierdzają istnienie kluczowych, wcześniej zidentyfikowanych problemów, które uzasadniają potrzebę wdrożenia nowych narzędzi wspierających działania PUP na rzecz przedsiębiorczości osób młodych.

Zastosowana metodologia badawcza obejmowała badania o charakterze ilościowym i jakościowym. Podmiotami badania były cztery grupy respondentów:

1. osoby prowadzące indywidualną działalność gospodarczą dłużej niż 2 lata, ale nie dłużej niż 5 lat – badanie CATI (50 respondentów) umożliwiło diagnozę postaw i opinii oraz ich uwarunkowań (retrospekcja) odnośnie zakładania własnej działalności gospodarczej, a także analizę barier występujących na etapie zakładania własnej działalności gospodarczej oraz proponowane metody ich ograniczenia. Badani młodzi stażem przedsiębiorcy z perspektywy czasu potwierdzali, że pomocne w prowadzeniu własnej firmy jest przede wszystkim wcześniejsze doświadczenie zawodowe, ale także staże, praktyki oraz szkolenia i doradztwo.
2. uczniowie i studenci pozostający bez zatrudnienia (tzn. zarejestrowani w PUP), będący w trakcie ostatniego roku nauki, w trybie wieczorowym lub zaocznym – badanie PAPI (77 respondentów) pozwoliło na diagnozę postaw i opinii oraz ich uwarunkowań odnośnie zakładania własnej działalności gospodarczej.
3. kierownicy PUP lub pracownicy Centrów Aktywizacji Zawodowej dysponujący wystarczającą wiedzą o przedmiocie badań – badanie IDI pozwoliło na zebranie opinii o uwarunkowaniach działań obejmujących wspieranie młodych bezrobotnych w aktywizacji zawodowej poprzez zakładanie własnej działalności gospodarczej.
4. pracodawcy – badanie FGI pozwoliło na zebranie opinii pracodawców na temat mocnych i słabych stron instrumentu wspierania aktywności zawodowej młodych bezrobotnych w postaci staży menadżerskich, diagnozę postaw i opinii oraz ich

¹ Raport z badania w ramach projektu „Nowe możliwości we wspieraniu przedsiębiorczości osób pozostających bez zatrudnienia, będących w trakcie ostatniego roku nauki”, PBS DGA, listopad 2011.

uwarunkowań odnośnie absolwentów wchodzących na rynek pracy, szczególnie względem zakładania przez nich własnej działalności gospodarczej.

Poniżej zaprezentowano najistotniejsze wnioski z badania diagnostycznego uzasadniające działania zaplanowane w ramach Projektu innowacyjnego testującego.

Pomimo, że stopa bezrobocia w Pomorskiem utrzymuje się w 2011 roku na poziomie średniej krajowej i oscyluje w granicach 11,5%, to niepokojące jest, że dotyczy ono w dużym stopniu ludzi młodych - największy wzrost bezrobocia notuje się w grupie absolwentów (o 81,4%), stosunkowo wysoka dynamika wzrostu bezrobocia notowana jest wśród osób bez doświadczenia zawodowego (o 7,9%) i do 25 r. życia (o 5,2%). Jak wynika z danych WUP Gdańsk na dzień 31.10.2011 spośród 100425 osób bezrobotnych w województwie pomorskim, aż 22,7% to osoby <26 – czyli ponad 22 tys. osób.

Wniosek: Osoby młode < 26, również w 2011 roku należą do licznej grupy wysokiego ryzyka, zagrożonej bezrobociem w województwie pomorskim, co uzasadnia konieczność aktywizowania działań wspierających na rzecz tej grupy i potwierdza zapotrzebowanie na zaplanowaną w ramach niniejszego Projektu interwencję.

Aby zmniejszyć ryzyko popadnięcia młodych osób w zjawisko długotrwałego bezrobocia, interwencja w ramach niniejszego projektu skierowana jest do zawężonej grupy odbiorców, osób młodych <26, pozostających bez pracy (zarejestrowanych w PUP) i równocześnie będących uczniami, studentami ostatniego roku nauki, zarówno na poziomie szkolnictwa zawodowego, jak i średniego czy wyższego, w wymiarze wieczorowym lub zaocznym i równocześnie zainteresowanych uruchomieniem działalności gospodarczej.

Tak precyzyjnie zdefiniowana grupa odbiorców w ramach projektu innowacyjnego testującego nie jest objęta dedykowanymi, skierowanymi stricte do tej grupy klientów, działaniami ze strony PUP (wsparcie oferowane przez PUP nie jest wyodrębnione dla tej grupy). Jak wskazują badania diagnostyczne, PUP nie przeprowadzają szczegółowej analizy danych statystycznych dotyczących tak zawężonej grupy klientów, nie udało się precyzyjnie ustalić, jaka jest liczebność tej grupy.

Równocześnie nie udało się dotrzeć realizatorom do żadnych wcześniejszych opracowań, czy raportów z badań, które odnosiłyby się do tak konkretnie zdefiniowanej grupy młodych osób, dlatego też przeprowadzone pilotażowe badania własne są unikatowe i warto je kontynuować. Jedyne, szerokie badanie² przeprowadzone w 2010 roku, dotyczące postaw przedsiębiorczych młodych osób, obejmuje wyłącznie studentów stacjonarnych studiów magisterskich i licencjackich. Badanie to przeprowadzono na reprezentatywnej próbie 5521 studentów ostatniego roku studiów większości szkół wyższych (23 szkoły wyższe, zarówno publiczne, jak i prywatne) w województwie pomorskim. Głównym celem badania było określenie potencjału do rozwoju przedsiębiorczości w regionie oraz badano postawy absolwentów szkół wyższych wobec wyzwań na rynku pracy i kształtowania możliwości własnego rozwoju zawodowego.

Wnioski: Z danych pozyskanych przez realizatorów w ramach badania wynika, że szacowana liczebność osób spełniających wszystkie założone w Projekcie kryteria dostępu dla odbiorców projektu z woj. Pomorskiego (wiek, status na rynku pracy, etap i forma edukacji, przedsiębiorczość) kształtuje się na poziomie od 500 do 1000 osób. Działania aktywizacji zawodowej prowadzone przez PUP wobec tej grupy winny mieć bardziej

² Raport dla Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego pn. „Potencjał do rozwoju przedsiębiorczości wśród studentów ostatnich lat studiów województwa pomorskiego. Studenci ostatniego roku szkół wyższych – pracodawcy, czy pracownicy?” PENTOR Research International Poznań Sp. o.o. Gdańsk 2010.

zindywidualizowany, kompleksowy i nakierowany na wzmacnianie zachowań o charakterze przedsiębiorczym.

W ostatnich latach w całej Polsce coraz powszechniejsze są postawy przedsiębiorcze. Coraz więcej osób pozostających bez pracy jest zainteresowanych otwarciem własnej działalności gospodarczej, zwłaszcza w kontekście dostępu (dzięki funduszom unijnym) do zwiększonej liczby dotacji. Wiąże się to jednak z koniecznością starannego przygotowania samych bezrobotnych oraz wyboru takich przedsięwzięć do wsparcia finansowego, które mają największe szanse na powodzenie na rynku, a przy okazji na stworzenie nowych miejsc pracy.

W oparciu o wcześniejsze badania w opinii pracodawców i dyrektorów PUP³ do najbardziej skutecznych narzędzi ograniczania bezrobocia na lokalnych rynkach pracy należy zwłaszcza pomoc finansowa na rozpoczęcie działalności gospodarczej. Jest to skuteczne narzędzie, które tworzy impulsy do aktywności osób poszukujących pracy, a jednocześnie pozytywnie wpływa na społeczno-gospodarczy rozwój.

Z badania przeprowadzonego w 2010 roku na zlecenie WUP w Gdańsku⁴ wynika, że po 3 latach od otrzymania dotacji na uruchomienie firmy nadal funkcjonuje ich ok. 50%. Średnio w każdej istniejącej nadal firmie, zatrudnionych jest 2 pracowników.

Pozytywna ocena skuteczności tej formy interwencji opiera się na założeniu, że skoro jednym z podstawowych źródeł bezrobocia jest deficyt miejsc pracy, to dla poprawy sytuacji należy je tworzyć promując jednocześnie edukację w zakresie przedsiębiorczości i pobudzając wzrost popytu na pracę. Doświadczenie w prowadzeniu własnej firmy, nawet jeśli zakończone niepowodzeniem, owocuje w przyszłości większą łatwością w znalezieniu pracy, postawami przedsiębiorczymi, umiejętnościami pozwalającymi na założenie kolejnej firmy i wzrostem wiary we własne możliwości i kompetencje.

Obszar problemowy Nr 1 zdefiniowany w ramach niniejszego Projektu innowacyjnego:

Niska aktywność osób młodych < 26 w wykorzystywaniu skutecznych form zatrudnienia w oparciu o uruchamianie działalności gospodarczej.

Kluczowe przyczyny tego zjawiska leżące po stronie samych badanych to niewystarczające przygotowanie do zachowań przedsiębiorczych, brak pomysłów na własny biznes, niska wiedza biznesowa oraz małe doświadczenie i brak praktyki zawodowej. Osobom tym bardzo często brak podstawowego przygotowania do prowadzenia firmy, wzorców biznesowych, nie wspominając o predyspozycjach przedsiębiorczych.

W świetle wyników zrealizowanego badania diagnostycznego **założenie własnej działalności gospodarczej** rozważa obecnie co czwarty badany uczeń, bądź student. Co trzeci rozważał taki pomysł w przeszłości, a prawie połowa (44%) nigdy nie planowała założenia własnej firmy. Jedynie 3 respondentów na 77 badanych ma **gotowy pomysł** na swoją działalność gospodarczą. Uczniowie i studenci z terenu województwa pomorskiego nie są zbyt dobrze przygotowani do zakładania i prowadzenia własnych firm – ich opinie w większości aspektów poddanych badaniu znacząco różnią się z poglądami przedsiębiorców, którzy wcześniej zdecydowali się za założenie własnego biznesu. Także wiedza młodych ludzi na ten temat jest niewystarczająca. Co czwarta osoba badana nie ma żadnej wiedzy na temat **kroków, jakie należy podjąć, aby założyć własną firmę**. Blisko połowa badanych uczniów i

³ Raport z badania „Regionalne zróżnicowanie wykorzystania narzędzi rynku pracy a ograniczanie bezrobocia”. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur. Warszawa 2008

⁴ Raport z badania na zlecenie WUP w Gdańsku „Badanie podmiotów gospodarczych z terenu województwa pomorskiego założonych przez osoby bezrobotne, którym przyznano w latach 2005-2006 z funduszu pracy jednorazowo środki na podjęcie działalności gospodarczej”; InfoAudit Sp. z o.o. i Centrum Usług Profesja Sp. z o.o. Warszawa 2010

studentów **nie ma żadnego doświadczenia zawodowego** pomocnego w prowadzeniu własnej firmy.

Obszar problemowy Nr 2 zdefiniowany w ramach niniejszego Projektu innowacyjnego:

Niezadawalająca skuteczność i racjonalność istniejących i wykorzystywanych instrumentów rynku pracy w zakresie wspierania przedsiębiorczości osób młodych <26.

Kluczowe przyczyny tego zjawiska to przede wszystkim:

- **Niekompletna diagnoza i ocena predyspozycji biznesowych** osób <26 przez doradców zawodowych oraz braki narzędzi diagnozy predyspozycji przedsiębiorczych, braki w skutecznych metodach wsparcia psychologiczno-doradczego w zakresie motywowania i wspierania w podejmowaniu decyzji oraz generowaniu pomysłów na własny biznes.
- **Niedostateczne różnicowanie** przez instytucje rynku pracy **narzędzi wspierających przedsiębiorczość** osób <26 (PUP-y oferują swoim klientom głównie dotacje na uruchomienie firmy i poradnictwo zawodowe). Funkcjonuje standardowa, stała ścieżka udziału w tej formie wsparcia dla wszystkich beneficjentów, bez dostosowania wsparcia do specyficznych potrzeb, zasobów i deficytów wiedzy i doświadczenia młodych bezrobotnych. Nie ma możliwości zaplanowania niestandardowych, dedykowanych, alternatywnych działań dla młodych osób, które rozważają uruchomienie działalności. Standardowo wykorzystywane przez PUP instrumenty wspierania przedsiębiorczości nie są dostosowane do potrzeb i potencjału młodych osób. Programy kształcenia w zakresie przedsiębiorczości ze względu na specyfikę odbiorców powinny mieć konstrukcję modułową przystosowaną do wykorzystania w różnych konfiguracjach⁵.
- **Brak rzeczywistego wykorzystywania** przez instytucje rynku pracy **nowoczesnych technologii w kształceniu/ doskonaleniu zawodowym** i procesie wspierania zachowań przedsiębiorczych osób <26. Korzystanie z nowoczesnych technologii w procesie aktywizacji zawodowej opiera się wyłącznie o szkolenia w zakresie podstaw obsługi komputera, a nie np. szkolenia w zakresie praktycznego zarządzania firmą, czy technologii wykorzystywanych w nowoczesnych zawodach. Na rynku nie ma dedykowanych dla PUP narzędzi edukacyjnych, symulacyjnych, które wspierałyby pracę doradców zawodowych w zakresie rozwoju przedsiębiorczości bezrobotnych.
- **Niewystarczające kompetencje** pracowników instytucji rynku pracy w zakresie doradczo – szkoleniowym i biznesowym **dla wspierania przedsiębiorczości** młodych osób <26. W badaniu diagnostycznym pracownicy PUP przyznają, że ich specjalizacja w dziedzinie prowadzenia działalności gospodarczej jest niewystarczająca, dlatego muszą współpracować z instytucjami specjalizującymi się w doradztwie małym przedsiębiorcom.
- Niesystemowe, okazjonalne **włączanie się wąskiej grupy pracodawców** w działania na rzecz aktywizacji zawodowej i rozwoju przedsiębiorczości osób młodych. Mała popularność, niechęć, do włączania się pracodawców w proces kształcenia absolwentów w ramach staży, czy działań mentorskich. Jak wynika ze statystyk PUP urzędy pracy ponoszą znaczne wydatki na staże absolwenckie (w 2008 roku to aż 39 mln PLN, WUP Gdańsk), ale są to staże dla osób poszukujących pracy, a niezainteresowanych założeniem firmy. Odpowiedzią na brak wsparcia młodych osób w aktywizacji zawodowej ze strony doświadczonych przedsiębiorców mogłyby być w

⁵ Raport z badania „Przedsiębiorczość akademicka (rozwój firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi”. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Warszawa 2009

opinii respondentów badania diagnostycznego staże menedżerskie połączone z mentoringiem, w celu wymiany doświadczeń między młodą osobą planującą rozpoczęcie działalności a doświadczonymi biznesmenami z firm, które istnieją już od jakiegoś czasu na rynku. Studenci już podczas studiów podejmują pierwsze próby wejścia na rynek pracy. Należałoby wykorzystać potencjał uczniów/ studentów i umożliwić im podjęcie pracy podczas studiów poprzez rozwijanie współpracy z przedsiębiorcami z terenu województwa. Kontakt ze światem biznesu mógłby działać edukacyjnie oraz inspirująco na młode osoby i zachęcić ich do otwierania własnej działalności w przyszłości. Wzorem praktyki hiszpańskiej mogłyby powstawać wspólne partnerskie projekty biznesowe prowadzone przez doświadczonych przedsiębiorców z młodymi biznesmenami, poznanymi w ramach stażu/ mentoringu/ tutoringu na zasadzie wymiany usług lub podjęcia realizacji zupełnie nowych przedsięwzięć/ inicjatyw.

Ogólne wnioski z badań zastanych i własnych realizatorów potwierdzają konieczność wprowadzenia nowych rozwiązań, gdyż dotychczasowe działania prowadzone przez PUP są umiarkowanie skuteczne i wymagają modyfikacji/ uzupełnienia. Nowe podejście winno koncentrować się zwłaszcza na łączeniu praktyki gospodarczej z ogólnym przygotowaniem w zakresie postaw przedsiębiorczych i inicjatywy młodych ludzi oraz na zagadnieniach związanych ze znajomością rynku i ogólnego przygotowania potencjalnych kandydatów do prowadzenia działalności gospodarczej. Oznacza to, że warto wzbogacić ofertę PUP-ów o wyspecjalizowane formy wsparcia szkoleniowo-doradczego, gdyż wpływa to pozytywnie na trwałość uruchomionych firm (badania z 2010 roku potwierdzają, iż zdecydowana większość osób, które na etapie ubiegania się o wsparcie skorzystało z formy pomocy, jaką były szkolenia i doradztwo nadal po 3 latach prowadzi firmę).

Dlatego niniejszy projekt koncentruje się na opracowaniu, przetestowaniu, upowszechnieniu i włączeniu do polityki nowego modułowego programu wsparcia doradczo-szkoleniowego pn. *Program Kierunek Biznes* dla młodych osób zainteresowanych założeniem firmy, który może funkcjonować równolegle do stosowanych obecnie narzędzi (dotacji, poradnictwa zawodowego, staży) zwiększając szansę na wzrost liczby założonych firm.

Ponieważ realizatorzy nie zidentyfikowali w Polsce satysfakcjonujących rozwiązań wskazanego wyżej obszaru problemowego, dokonali poszukiwań dobrych i sprawdzonych praktyk w krajach i regionach o podobnej specyfice i problemach, dających się zastosować w naszych warunkach. Praktyki takie, na podstawie rekomendacji hiszpańskich instytucji rynku pracy, udało się zidentyfikować w północnej Hiszpanii, w regionie Gijon. Dobre praktyki partnera hiszpańskiego w zakresie wsparcia doradczo-szkoleniowego posłużyły do opracowania kluczowych produktów pośrednich nowatorskiego *Programu Kierunek Biznes*, zwłaszcza w odniesieniu do takich produktów pośrednich jak: *Warsztaty Inicjujące Pomysły Biznesowe*, *Symulacja Biznesowa* i *Staż Menadżerskie*.

II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

Cel główny Projektu to wzrost zdolności do uruchamiania działalności gospodarczej wśród młodych osób pozostających bez zatrudnienia, będących w ostatnim roku nauki.

Cel główny i cele szczegółowe są tożsame z celami Projektu zawartym we wniosku o dofinansowanie i zachowują swoją aktualność.

Cele zaprezentowane w poniższej tabeli opisują pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji. Dla zweryfikowania stopnia osiągnięcia zakładanych celów przyjęto **11 wskaźników pomiaru** oraz określono wartość docelową dla każdego z nich i sposoby ich pomiaru.

CELE PROJEKTU PRODUKT FINALNY „PROGRAM KIERUNEK BIZNES”

Cele Projektu (zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie)	Wskaźniki i ich wartości docelowe	Źródło weryfikacji – sposoby pomiaru
CEL GŁÓWNY: Wzrost zdolności do uruchamiania działalności gospodarczej wśród młodych osób pozostających bez zatrudnienia, będących w ostatnim roku nauki.	Wskaźnik 1: Liczba odbiorców w fazie testowania. Wartość docelowa: 40 osób w etapie wstępnym testowania; 20 osób (50% kobiet) w etapie zasadniczym testowania (Staże menadżerskie).	• Umowy o przystąpieniu do projektu, • Umowy o staż menadżerski, • Listy obecności, • Baza PEFS
	Wskaźnik 2: Wzrost poczucia własnej wartości zawodowej odbiorców zasadniczego etapu fazy testowania. Wartość docelowa: deklarowana w ramach samooceny zmiana postaw respondentów badania średnio o 3 pkt. w skali 10-pkt.	• Badanie ewaluacyjne arkuszem samooceny (pre i post)
	Wskaźnik 3: Nabycie przez odbiorców fazy testowania kompetencji przedsiębiorczych z jednoczesnym przygotowaniem do uruchomienia własnej firmy. Wartość docelowa: deklaracja na poziomie przynajmniej dobrym (na skali szkolnej od 1 do 6) u 80% respondentów na zakończenie udziału w fazie testowania.	• Badanie ankietowe wśród odbiorców oraz mentorów
	Wskaźnik 4: Liczba uruchomionych firm przez odbiorców. Wartość docelowa: 10 firm uruchomionych po okresie testowania.	• Wypis z CEIDG (Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej)
CEL SZCZEGÓŁOWY NR 1: Zwiększenie skuteczności usług rynku pracy poprzez wdrożenie nowatorskiego programu wsparcia przedsiębiorczości młodych osób pozostających bez zatrudnienia, będących w ostatnim roku nauki, w oparciu o doświadczenia partnera hiszpańskiego	Wskaźnik 5: Liczba PUP-ów, które uczestniczyły w testowaniu wszystkich 5 produktów pośrednich. Wartość docelowa: 4 Powiatowe Urzędy Pracy z woj. pomorskiego	• Umowy o współpracy • Wyniki ewaluacji zewnętrznej
	Wskaźnik 6: Liczba użytkowników fazy testowania, którzy zapoznają się z nowatorskim Programem Kierunek Biznes. Wartość docelowa: 8 przedstawicieli PUP-ów	• Umowa o przystąpieniu do projektu, • Listy obecności
	Wskaźnik 7: Liczba pozytywnie ocenionych, (pod kątem skuteczności i użyteczności) przez użytkowników fazy testowania 5 produktów	• Wyniki ewaluacji zewnętrznej

	pośrednich <i>Programu Kierunek Biznes</i> . Wartość docelowa: deklaracja na poziomie przynajmniej dobrym (na skali szkolnej od 1 do 6) u 100% respondentów na zakończenie udziału w fazie testowania.	
	Wskaźnik 8: Włączenie produktu finalnego do oferty instytucji. Wartość docelowa: 17 użytkowników instytucjonalnych - 17 PUP-ów w wymiarze docelowym.	• Protokoły zdawczo odbiorcze przekazania produktów pośrednich do stosowania do 17 PUP • Listy intencyjne wdrożenia produktu finalnego lub wybranych produktów pośrednich.
CEL SZCZEGÓŁOWY NR 2: Wzrost kompetencji zawodowych pracowników instytucji rynku pracy (PUP-ów) poprzez uczestnictwo w szkoleniach zaznajamiających z nowym programem wsparcia	Wskaźnik 9: Liczba użytkowników, którzy zapoznali się w trakcie wizyty studyjnej z dobrymi praktykami partnera ponadnarodowego. Wartość docelowa: 8 osób (8 przedstawicieli użytkowników z PUP-ów).	• Raport w formie artykułu • Lista dystrybucyjna materiałów z przykładami dobrych praktyk przekazane przez partnera ponadnarodowego.
	Wskaźnik 10: Wzrost kompetencji 60 pracowników PUP-ów w zakresie doradztwa i szkoleń dla wsparcia przedsiębiorczości młodych osób. Wartość docelowa: deklarowana przez respondentów badania na zakończenie 3 szkoleń w ramach samooceny zmiana wiedzy i umiejętności o średnio 5 pkt. w skali 10-pkt.	• Badanie ankietowe pre i post test
	Wskaźnik 11: Liczba użytkowników w wymiarze upowszechniania i włączania, którzy zapoznają się i pozytywnie oceniają <i>Program Kierunek Biznes</i> . Wartość docelowa: 4 seminaria łącznie dla 100 osób, 80% respondentów oceni, co najmniej dobrze na skali szkolnej od 1 do 6.	• Programy seminariów, • Listy obecności • Ankiety ewaluacyjne

III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

Innowacyjny produkt „*Program Kierunek Biznes*” opracowany został w oparciu o wieloletnie doświadczenia w wspieraniu przedsiębiorczości w Hiszpanii, którego liderem było Centrum Przedsiębiorczości w Gijon, uczestniczące w Projekcie, jako partner ponadnarodowy. Przyjęty model współpracy ponadnarodowej zakładał zapoznanie się rozwiązaniami hiszpańskimi, a następnie adaptację niektórych z nich do możliwości i warunków polskich, kreując nowość „zapożyczoną”. W konsekwencji tej współpracy realizatorzy, wspierani branżowymi ekspertami, opracowali nowatorski, modułowy program doradczo – szkoleniowy wspierający przedsiębiorczość młodych osób, który jest uzupełnieniem obecnie stosowanych przez urzędy pracy tradycyjnych instrumentów rynku pracy.

Innowacyjność produktu finalnego *Program Kierunek Biznes* przejawia się w trzech poniżej uzasadnionych wymiarach:

- **Innowacyjność w wymiarze grupy docelowej:** nowatorski Program nastawiony jest na wspieranie odbiorców, którzy do tej pory nie byli wspierani, nie otrzymywali dedykowanego wsparcia „szytego na miarę” przez instytucje rynku pracy. Interwencja w ramach niniejszego Projektu skierowana jest do wybranej grupy osób młodych <26 zarejestrowanych w PUP. Spełniają oni dodatkowe kryteria, gdyż są to jeszcze uczniowie/studenci ostatniego roku nauki (zatem nie absolwenci do których wsparcie PUP jest zwyczajowo kierowane), zarówno na poziomie szkolnictwa zawodowego, jak i średniego czy wyższego, w wymiarze wieczorowym lub zaocznym i równocześnie zainteresowanych uruchomieniem działalności gospodarczej.
- **Innowacyjność w wymiarze problemu:** dotychczas w polityce wspierania przedsiębiorczości problemy wynikające z niewielkiej wiedzy i umiejętności młodych, uczących się osób <26 do uruchamiania działalności gospodarczej nie był wystarczająco uwzględnione w działaniach instytucji rynku pracy, a zwłaszcza w urzędach pracy.
- **Innowacyjność w wymiarze form wsparcia:** stosowane dotychczas wobec tej grupy osób formy wspierania zachowań przedsiębiorczych są standardowo wykorzystywanymi przez PUP instrumentami, niedostosowanymi do potrzeb i potencjału młodego człowieka, który chciałby uruchomić działalność. Przykład: staże absolwenckie dostosowane są tylko dla potrzeb osób poszukujących pracy, a nie dla planujących własną działalność, pomysły biznesowe są oceniane w biznesplanach, które należy złożyć w PUP starając się o dotację, ale doradcy zawodowi nie mają narzędzi do oceny predyspozycji biznesowych, czy doradztwa inicjującego pomysły biznesowe oraz wykorzystujących nowoczesne technologie w edukacji przedsiębiorczości.

Na produkt finalny Projektu składa się następujących 5 produktów pośrednich:

1. Produkt pośredni Nr 1: Program i scenariusz ***Warsztatu Inicjującego Pomysły Biznesowe*** (oparty jest na rozwiązaniach i doświadczeniach partnera ponadnarodowego).
2. Produkt pośredni Nr 2: ***Metodologia Poradnictwa Zawodowego*** ukierunkowanego na wstępną konfrontację pomysłu biznesowego, badanie kompetencji i dobór miejsca stażu menadżerskiego.
3. Produkt pośredni Nr 3: ***Metodologia Stażu Menadżerskiego*** oparta o współpracę z mentorem, który w trakcie stażu wspiera stażystę w procesie uruchamiania własnej działalności (metodologia adaptuje częściowo doświadczenia partnera ponadnarodowego).

4. Produkt pośredni Nr 4: Program i scenariusz **Symulacji Biznesowej** – nowe narzędzie edukacyjne oparte o platformę internetową, służące przećwiczeniu decyzji związanych z prowadzeniem firmy w symulowanych warunkach biznesowych (konceptyjnie zbudowane na bazie doświadczeń hiszpańskich).
5. Produkt pośredni Nr 5: **Metodologia Doboru Szkoleń i Doradztwa** uzupełniających luki kompetencyjne wskazane w trakcie poradnictwa zawodowego, staży menadżerskich i potwierdzone wynikami Symulacji Biznesowej.

Dla zwiększenia skuteczności działań włączających (mainstreaming horyzontalny) realizatorzy opracowali instrukcję w formie **Podręcznika Wdrażania**, który pokazuje proces przygotowania, testowania i instruktaż wdrożenia produktu finalnego przez potencjalnych użytkowników i odbiorców w wymiarze docelowym.

Modułowy nowatorski **Program Kierunek Biznes** można uznać za unikatowy w skali kraju, gdyż do tej pory Powiatowe Urzędy Pracy nie posiadały scenariusza warsztatów inicjujących i konfrontujących pomysły biznesowe i tego typu szkoleń, uczących kreatywnych zachowań biznesowych, nie oferowały osobom <26 (produkt pośredni Nr 1).

Również PUP w Polsce nie dysponują specjalnie dla nich dedykowaną grą symulacyjną, pozwalającą przećwiczyć sytuacje biznesowe w oparciu o nowe technologie informacyjno - komunikacyjne, która może wzmacniać wsparcie szkoleniowo- doradcze dla przyszłych młodych przedsiębiorców (produkt pośredni Nr 4).

Proponowane w *Programie* podejście do staży stanowi modyfikację dotychczas stosowanej przez PUP-y metodologii wsparcia stażowego absolwentów, gdyż wprowadza program staży menadżerskich dla uczących się osób <26, pozwalając im nabyć wiedzę o prowadzeniu firmy oraz uzyskać wsparcie doświadczonego mentora (produkt pośredni Nr 3).

Realizatorzy modułowo skonstruowali Program Kierunek Biznes, aby jego użytkownicy mogli wdrażać do praktyki cały Program lub stosować wybiórczo jego produkty pośrednie w zależności od warunków i potrzeb danego PUP.

GRUPY DOCELOWA PROJEKTU TO:

Odbiorcy Projektu: osoby młode <26, zamieszkujące województwo pomorskie, pozostające bez pracy (zarejestrowane w PUP) i równocześnie będące uczniami, studentami ostatniego roku nauki, zarówno na poziomie szkolnictwa zawodowego, jak i średniego czy wyższego, w wymiarze wieczorowym lub zaocznym i równocześnie zainteresowane uruchomieniem działalności gospodarczej. Osoby pozostające bez zatrudnienia, które będąc zarejestrowane urządzie pracy, jednocześnie doksztalcają się, są bardziej zdeterminowane i zorientowane na osiągnięcie celu niż inne, a więc lepiej rokują, jako przyszli przedsiębiorcy. W wymiarze testowania będzie to na etapie wstępnym 40 osób, a na etapie zasadniczym 20 osób (50% kobiet). Liczebność odbiorców w wymiarze upowszechniania i włączania wynosić będzie około 500 osób, a w wymiarze docelowym po włączeniu do polityki z nowego narzędzia *Program Kierunek Biznes* korzystać będzie mogło 100% zarejestrowanych w urządzie pracy młodych osób zainteresowanych założeniem firmy, kończących naukę.

Użytkownicy Projektu to: powiatowe urzędy pracy województwa pomorskiego oraz inne instytucje rynku pracy zaangażowane i zainteresowane promocją szeroko pojętej przedsiębiorczości (organizacje samorządu gospodarczego, instytucje szkoleniowe, agencje poradnictwa zawodowego, uczelnie, szkoły). Użytkownikami będą pracownicy/ współpracownicy tych instytucji, zwłaszcza doradcy zawodowi, szkoleniowcy i inni specjaliści zaangażowani w aktywizację osób pozostających bez zatrudnienia w kierunku prowadzenia działalności gospodarczej. W wymiarze testowania będzie to 8 pracowników powiatowych urzędów pracy (nie więcej niż 2 osoby z instytucji), a w wymiarze docelowym 100% powiatowych urzędów pracy województwa pomorskiego (17 instytucji), z możliwym transferem wdrożeń przez powiatowe urzędy pracy z innych regionów oraz przez organizacje samorządu gospodarczego, instytucje szkoleniowe, agencje poradnictwa zawodowego,

uczelnie i szkoły. Liczebność użytkowników w wymiarze upowszechniania i włączania wynosić będzie około 100 osób.

EFEKTY ZASTOSOWANIA INNOWACJI

Rzeczywiste efekty zastosowania innowacyjnego narzędzia *Program Kierunek Biznes* dla jego odbiorców to nabycie w kontekście planowanej działalności gospodarczej samoświadomości o własnym potencjale, zasobach, zidentyfikowanie deficytów i luk kompetencyjnych (zarówno w odniesieniu do wiedzy biznesowej jak i umiejętności miękkich), zweryfikowanie pomysłu na biznes, nabycie wiedzy i minimum doświadczenia z zakresu zarządzania firmą zarówno w warunkach rzeczywistych (staże w firmie), jak i wirtualnych (gra symulacyjna). Z perspektywy użytkowników, czyli pracowników PUP mogą oni skuteczniej wspierać rozwój przedsiębiorczości i wpływać na poprawę zatrudnialności tej grupy bezrobotnych. Program zwiększa szanse na sukces uruchamianych firm i ich utrzymanie się na rynku.

Bezpośrednim efektem *Warsztatu Inicjującego Pomysły Biznesowe* jest pomoc odbiorcom w odkryciu ich potencjału, w oparciu o który mogą budować pomysły biznesowe. Poprzez zastosowanie innowacyjnego połączenia różnych metod skłonienie odbiorców do pogłębionej analizy własnych możliwości oraz pokazanie, w jakich wymiarach przejawia się przedsiębiorczość, co ją wyróżnia w odniesieniu do innych form aktywności zawodowej na rynku pracy. Pomoc w określeniu na ile planowany pomysł na biznes ma szanse powodzenia w zestawieniu z posiadanymi zasobami materialnymi i pozamaterialnymi. Pobudzenie do wykreowania pomysłu na biznes na miarę własnych możliwości i oczekiwań. Celem tego warsztatu jest zwiększenie poziomu samoświadomości uczestników w kontekście własnej osobowości, wartości, postaw i celów. Dla użytkowników *Warsztat Inicjujący Pomysły Biznesowe* może stanowić uzupełnienie programów proponowanych osobom planującym założenie własnej działalności gospodarczej. Może być narzędziem, które pomoże pracownikowi PUP w procesie oceny osób starających się o wsparcie finansowe na uruchomienie działalności gospodarczej.

Warsztaty Inicjujące Pomysły Biznesowe są pierwszym z etapów *Programu* przygotowującego uczestników do samozatrudnienia i jako takie stanowią integralną część całego procesu przewidzianego w Projekcie. Podczas warsztatów uczestnicy generują pomysły na biznes. Jednak dopiero spotkanie z doradcą, odbycie stażu i zmierzenie się z konkretnymi problemami podczas gry symulacyjnej, zarówno odbiorcy jak i użytkownikowi da wskazania, co do doboru instrumentów wsparcia dostępnych na rynku pracy dla osób planujących założenie własnej firmy. Luki kompetencyjne i plan niezbędnych dalszych działań doradczo – szkoleniowych zostanie przygotowany na zakończenie udziału odbiorcy w Programie, w trakcie spotkań doradczych, które będą podsumowaniem efektów wsparcia i wyznaczeniem dalszego planu działania.

Skorelowanie działań stażowych, mentoringu i pracy własnej uczestników Projektu powinno dać efekty w postaci przemyślanych i dopracowanych koncepcji utworzenia własnej firmy. Idea stażu menadżerskiego opiera się na połączeniu procesu nabywania kompetencji przedsiębiorczych, z jednoczesnym przygotowaniem do uruchomienia własnej firmy. Formuła stażu menadżerskiego w projekcie oparta jest o zasady coachingu i mentoringu. Stażysta w okresie 3 miesięcy odbywa 120 godzinną praktykę w firmie według zaproponowanej metodologii i harmonogramu merytorycznego staży menadżerskich, który zapewnia nabycie kompetencji menadżerskich niezbędnych aspektach funkcjonowania przedsiębiorstwa. W oparciu o pozyskaną wiedzę i nabyte umiejętności, w trakcie stażu i pracy z mentorem (8 indywidualnych spotkań) stażyści będą samodzielnie pracować nad przygotowaniem autorskiego projektu przedsięwzięcia gospodarczego. Istotne będzie

zapewnienie zgodności branży, w której funkcjonuje mentor z branżą/ dziedziną działalności, w której chce wystartować młody przedsiębiorca. Generalnie przyjmuje się zasadę, że im bardziej zaawansowany pomysł na biznes, w tym większym zakresie praca w ramach stażu dotyczyć będzie właśnie przyszłego przedsięwzięcia, im mniej zaawansowany, tym w większym zakresie praca w ramach stażu będzie dotyczyła analizy, oceny i ewentualnych propozycji zmian w przedsiębiorstwie mentora/tutora.

Symulacja Biznesowa (gra symulacyjna) stanowi nowe narzędzie szkoleniowe oparte o platformę internetową, umożliwiające sprawdzenie podejmowanych decyzji związanych z prowadzeniem firmy w symulowanych warunkach biznesowych. Gra umożliwia odbiorcom przećwiczenie podejmowania decyzji związanych z funkcjonowaniem firmy i umożliwienie graczowi doświadczenia charakteru i złożoności decyzji podejmowanych w toku prowadzonej działalności gospodarczej, a jednocześnie – do pewnego stopnia – zweryfikowanie decyzji na temat swojej przyszłości zawodowej w tym sektorze. Zakłada się, że gra będzie mogła być wykorzystywana w różnych formach szkoleniowo-edukacyjnych, zarówno w postaci rozgrywki prowadzonej indywidualnie przez graczy, np. w warunkach domowych i/lub w formie symulacji realizowanych w moderowanych warunkach warsztatów grupowych. Używanie tego narzędzia przez doradców zawodowych z PUP-ów powinno umożliwiać im na lepszą selekcję ewentualnych kandydatów na przedsiębiorców, którzy chcą uzyskać dotację z Funduszu Pracy, a także na określanie ich cech osobistych predysponujących ich do prowadzenia własnego biznesu.

Warunki, jakie muszą być spełnione, aby innowacja działała właściwie i była stosowana przez innych zależą z jednej strony od **czynników wewnętrznych, leżących po stronie jej twórców**, takich jak:

- Po uwzględnieniu wyników testowania, ewaluacji zewnętrznej i realizacji zasady empowerment, wypracowanie wysokiej jakości i innowacyjności kompleksowego produktu finalnego i jego elementów składowych – ostateczna wersja produktu finalnego musi być w pełni gotowa do wdrożeń.
- Osiągnięcie zakładanej skuteczności we wzroście zachowań przedsiębiorczych, a także wpływu na samo zatrudnialność odbiorców innowacji;
- Zweryfikowanie w trakcie testowania, jaki jest niezbędny w praktyce poziom nakładów finansowych, intelektualnych/ ludzkich i czasowych, aby adaptowanie było efektywne ekonomicznie i wykonalne w praktyce.
- Opracowanie adekwatnego do potrzeb i oczekiwań modułowego programu wsparcia szkoleniowego, doradczego, informacyjnego, instruktażowego dla potencjalnych odbiorców i użytkowników innowacji.
- Przeprowadzenie szerokich działań upowszechniających i włączających dostosowanych do kluczowych interesariuszy.

Dla skuteczności transferu wdrożeń istotne są także czynniki zewnętrzne leżące po stronie potencjalnych użytkowników i odbiorców innowacji. Tutaj głównym czynnikiem sprawczym będzie poziom zapotrzebowania na produkt finalny, poziom gotowości i zainteresowania pracowników urzędów pracy, a zwłaszcza doradców zawodowych, którzy to sami będą mieli wpływ na decyzję o ewentualnym wykorzystywaniu lub nie, w swojej pracy narzędzia *Program Kierunek Biznes*.

Realizatorzy Projektu wraz z ekspertami (wspierani sugestiami użytkowników i odbiorców) na etapie opracowywania koncepcji produktu finalnego podjęli wyzwanie, aby przy jego tworzeniu, priorytetowo uwzględniać kryterium uniwersalności, rozumiane jako podatność produktu finalnego na powielanie, kopiowanie, transfer wdrożeń w praktyce i łatwość w adoptowaniu go przez odbiorców docelowych, zwłaszcza w odniesieniu do specyfiki pracy doradców zawodowych w urzędach pracy. Dlatego też przyjęto taką strukturę produktu finalnego, że może on być wdrażany również modułowo (wybrane produkty pośrednie) w zależności od potrzeb i możliwości danego urzędu pracy. Każdy z produktów pośrednich

zawiera szereg wskazówek metodologicznych, programów, scenariuszy, przykładów ćwiczeń, formularzy do wykorzystania oraz instrukcje „krok po kroku”, jak można poszczególne elementy stosować. W praktyce oznacza to, że wdrożenie produktu finalnego lub wybranych produktów pośrednich nie wymaga wysokich nakładów finansowych, a jedynie poświęcenia czasu na zapoznanie się z Podręcznikiem Wdrażania i instrukcjami do założeń metodologicznych i programowych, np. gra symulacyjna została tak zbudowana, że każdy z użytkowników jest w stanie sam zapoznać się z jej zasadami i w zasadzie samodzielnie, bez kosztowo rozpocząć jej testowanie. Zastosowanie produktu finalnego w praktyce nie wymaga większych zmian organizacyjnych, ani prawnych, wdrożenie go nie jest skomplikowane i w dużym stopniu może zależeć od postawy samych użytkowników i gotowości do wdrażania zmian w dotychczasowym stylu i metodach pracy.

IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

DOBÓR I STRUKTURA GRUPY ODBIORCÓW I UŻYTKOWNIKÓW TESTOWANIA

Udział grupy odbiorców w fazie testowania będzie zapewniony poprzez **rekrutację o charakterze otwartym**, w oparciu o regulamin rekrutacji i uczestnictwa w projekcie. Wykorzystywane będą zarówno tradycyjne kanały informacji (ogłoszenia rekrutacyjne w prasie lokalnej i w radio, ulotki, plakaty), jak i wirtualne komunikatory strona Projektu oraz strony internetowe Realizatorów.

Równocześnie prowadzona będzie **rekrutacja o charakterze zamkniętym** wykorzystująca bazy danych z 4 PUP-ów uczestniczących w testowaniu Produktu. Pracownicy tych PUP-ów przeprowadzą kierunkową rekrutację wśród osób zarejestrowanych, jako bezrobotne. Ostatecznie wspólnie z realizatorami Projektu (ekspertami ds. rekrutacji) wytypują (w oparciu o regulamin rekrutacji) w trakcie indywidualnych rozmów konsultacyjnych na potrzeby wstępnej fazy testowania 40 młodych osób (<26, 50% kobiet) pozostających bez zatrudnienia, zamieszkałych w powiatach woj. Pomorskiego, które obsługują PUP-y uczestniczące w fazie testowania (powiat Miasto Gdańsk, powiat Miasto Gdynia, powiat słupski i Miasto Słupsk, powiat chojnicki). Odbiorcy w fazie testowania to osoby będące na ostatnim roku nauki (w wymiarze wieczorowym/zaocznym), które są zainteresowane założeniem firmy i odbyciem stażu menadżerskiego. Przewiduje się ustanowienie 5 osobowej grupy rezerwowej, z której to w razie rezygnacji odbiorcy we wstępnej fazie testowania, mogą być dodatkowo zapraszane osoby do udziału w Projekcie.

Spośród osób, które zakończą udział we wstępnej fazie testowania (uczestnictwo w testowaniu dwóch produktów pośrednich: *Poradnictwo Zawodowe i Warsztaty Inicjujące Pomysł Biznesowy*) zostanie wyłonionych do zasadniczej fazy testowania 20 odbiorców. Będą to osoby, które w opinii doradców zawodowych oraz realizatorów Projektu odpowiedzialnych za rekrutację są najbardziej zmotywowane do podjęcia własnej działalności, poprzedzonej stażem menadżerskim i testowaniem *Symulacji Biznesowej*. Selekcja nastąpi na podstawie wstępnej oceny pomysłów na przedsiębiorstwo wypracowanych podczas warsztatów inicjujących oraz rekomendacji doradcy zawodowego po dwóch sesjach doradztwa.

Na zasadniczym etapie testowania przewiduje się listę rezerwową spośród dotychczasowych odbiorców (przewiduje się dołączenie do testowania staży menadżerskich nie później niż do końca 1 miesiąca stażu). Realizatorzy przewidzieli w ramach Projektu wypłacanie stypendium stażowego w wys. 1200 zł brutto oraz zwrot kosztów dojazdu, co zapewni udział stażystów w całym procesie testowania.

Rekrutacja użytkowników w fazie testowania została wstępnie przeprowadzona w I etapie wdrażania Projektu. Wyłoniono 4 PUP-y obejmujące swoim zasięgiem 4 powiaty oraz 5 dużych aglomeracji miejskich. Przeprowadzone analizy przez realizatorów wskazują, iż działania testujące mogą być najskuteczniejsze w dużych ośrodkach miejskich regionu. 8 przedstawicieli z wybranych 4 PUP-ów uczestniczyło w wizycie studyjnej w Hiszpanii w ramach współpracy z partnerem ponadnarodowym, jako element empowermentu – zaangażowania uczestników Projektu w kreowanie produktu finalnego. Po pozytywnej akceptacji Strategii Wdrażania zostanie sformalizowana współpraca i uczestnictwo w projekcie z wytypowanymi 8 pracownikami tych instytucji. Zakłada się, że będą to przede wszystkim pracownicy/ doradcy zawodowi, którzy w ramach swoich obowiązków zajmują się udzielaniem dotacji na założenie działalności.

OPIS PRZEBIEGU TESTOWANIA

Termin	Zadanie	Opis zadania
IV – X 2012		Monitorowanie przebiegu testowania – bezpośrednie spotkania kluczowych realizatorów Projektu, telekonferencje partnerów krajowych i ponadnarodowych i Grupy Sterującej. Zarządzanie postępem prac, identyfikowanie zagrożeń, monitoring rzeczowy i finansowy Projektu i procesu testowania, zarządzanie ryzykiem i jakością.
IV – VIII 2012	Zarządzanie Procesem Testowania	Wyłonienie wykonawcy filmu promocyjnego i nadzór nad nakręceniem filmu w trakcie testowania produktu finalnego – przebieg i doświadczenia z testowania w tym komentarze odbiorców, użytkowników, partnera ponadnarodowego.
IV – VIII 2012		Wyłonienie ewaluatora zewnętrznego produktu, nadzór nad wypracowaniem założeń raportu metodologicznego ewaluacji produktu i narzędzi ewaluacyjnych, współpraca z ewaluatorem zewnętrznym w trakcie procesu testowania i pozyskiwania danych, przyjęcie raportu ewaluacyjnego.
IV 2012	Rekrutacja Odbiorców i Użytkowników	Rekrutacja 40 odbiorców na potrzeby wstępnej fazy testowania wraz z 5 osobową listą rezerwową. Rekrutacja 20 odbiorców na etapie zasadniczej fazy testowania odbywać się będzie na zakończenie poradnictwa zawodowego testującego produkt pośredni Nr 2.
IV 2012		Rekrutacja użytkowników – po pozytywnej akceptacji Strategii Wdrażania zostanie sformalizowana współpraca i uczestnictwo w projekcie z wytypowanymi przez kierownictwo 8 pracownikami zaangażowanych do współpracy PUP-ów.
IV 2012 – VIII 2012	Testowanie Produktu Pośredniego NR 1	Szkolenia trenerskie ToT i konsultacje: Przygotowanie trenerskie 8 pracowników PUP do prowadzenia Warsztatów Inicjujących (1 dzień szkoleniowy – 6h + indywidualne konsultacje z twórcami Produktu NR1).
	Warsztaty Inicjujące Pomysły Biznesowe	Przeprowadzenie Warsztatów Inicjujących Pomysły Biznesowe dla 40 odbiorców: Warsztaty odbędą się w 4 lokalizacjach, gdzie testowany jest Produkt, w 4 grupach po 10 osób każda grupa z udziałem 2 trenerów prowadzących każdą sesję. Każdy z odbiorców odbędzie po 3 sesje w trakcie 3 dni (3h+3h+2h=8h).
IV 2012 – VIII 2012	Testowanie Produktu Pośredniego Nr 2 Metodologia Poradnictwa Zawodowego	Szkolenia metodologiczne dla użytkowników: Przygotowanie dydaktyczne 8 pracowników PUP do prowadzenia poradnictwa zawodowego (1 dzień szkoleniowy – 4h).
		Poradnictwo zawodowe ukierunkowane na przedsiębiorczość odbędzie się w 4 lokalizacjach, gdzie testowany jest Produkt. Każdy z 40 uczestników wstępnej fazy testowania skorzysta z 2 spotkań z doradcą zawodowym. Pierwsze spotkanie – wywiad pogłębiony przed rozpoczęciem Warsztatu Inicjującego z każdym z 40 uczestników.
		Drugie spotkanie „Mój potencjał i cel” odbędzie się po zakończeniu udziału w Warsztacie Inicjującym Pomysły Biznesowe. Będzie polegało na zbadaniu motywacji i weryfikacja celów biznesowych w ramach nowej metodologii i scenariusza.
		Wybór uczestników staży menadżerskich - doradcy zawodowi wraz z realizatorami Projektu spośród 40 odbiorców dokonają wyboru 20 odbiorców staży menadżerskich i mentorskiego wsparcia, którzy to będą kontynuowali udział w Projekcie.
IV 2012 – VIII 2012	Testowanie Produktu Pośredniego Nr 3 Staże Menadżerskie	Proces doboru firm i mentorów - rekrutacja firm i mentorów do staży menadżerskich dla 20 odbiorców zostanie przeprowadzona przez RIGP w oparciu o posiadane bazy danych i współpracę w ramach członkostwa w Izbie Gospodarczej, a także współpracę z innymi organizacjami przedsiębiorców.
		Proces doboru stażystów do firm – po wyłonieniu w ramach doradztwa zawodowego 20 odbiorców staży realizatorzy Projektu wspólnie z doradcą zawodowym, opiekunem stażu/mentorem oraz stażystą dokonają doboru stażysty do danej firmy. Zostanie podpisanych 20 umów o staż menadżerski i wsparcie mentoringowe.
		Przeprowadzenie staży menadżerskich - 3 miesięczny staż (w wymiarze 40h)

		miesięcznie) dla 20 odbiorców w oparciu o metodologię stażu menadżerskiego według harmonogramu merytorycznego. Przeprowadzenie spotkań mentoringowych - równolegle ze stażami odbiorca uczestniczy w procesie mentoringu świadczonym przez doświadczonych przedsiębiorców, którzy krok po kroku w trakcie 8 spotkań pomagają mu stworzyć strategię działania własnej firmy.
IV 2012 – VIII 2012	Testowanie Produktu pośredniego Nr 4 Symulacja Biznesowa	Spotkanie szkoleniowe (4h) dla 20 odbiorców – prezentacja zasad funkcjonowania Symulacji Biznesowej, instrukcja i wprowadzenie odbiorców do samodzielnego testowania gry symulacyjnej. Indywidualne testowanie Symulacji Biznesowej przez odbiorców – każdy z 20 odbiorców w okresie ok. 1 miesiąca indywidualnie testuje/ ćwiczy na platformie internetowej prowadzenie firmy w symulowanych warunkach biznesowych. Spotkanie szkoleniowe (4h) dla 8 użytkowników - prezentacja zasad funkcjonowania Symulacji Biznesowej, instrukcja i wprowadzenie pracowników PUP do samodzielnego testowania gry symulacyjnej. Indywidualne testowanie Symulacji Biznesowej przez użytkowników – każdy z 8 przedstawicieli PUP uczestniczących w testowaniu w okresie ok. 1 miesiąca indywidualnie testuje/ ćwiczy na platformie internetowej sposób funkcjonowania i założenia symulacji biznesowej. Spotkanie szkoleniowe (4h) dla 20 odbiorców i 8 użytkowników - analiza wyników indywidualnego testowania gry symulacyjnej
IV 2012 – VIII 2012	Testowanie Produktu pośredniego NR 5 Metodologia doboru szkoleń i doradztwa uzupełniające luki kompetencyjne odbiorców	Plan rozwoju odbiorców – 2 indywidualne spotkanie (do 3h, w tym 1,5h diagnozy w zakresie doboru szkoleń oraz 1,5h diagnozy w zakresie doboru doradztwa) każdego z 20 odbiorców z doradcą zawodowym, który bazując na innowacyjnej Metodologii Doboru Szkoleń i Doradztwa określi wspólnie planu rozwoju odbiorcy poprzez dokonanie analizy kompetencji pod kątem posiadanych zasobów i predyspozycji do prowadzenia własnego biznesu. Diagnoza luki kompetencyjnej - dobór szkoleń i doradztwa w zakresie uruchomienia własnego biznesu będzie uwzględniała opinie zarówno opiekuna stażu, jak i mentora.
IV 2012 – X 2012	Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu	Ewaluacja zewnętrzna testowanego Produktu - badanie 20 odbiorców oraz 20 osób z grupy kontrolnej (osoby, które zakończyły udział w Projekcie po wstępnej fazie testowania). Zebranie opinii w zakresie użyteczności produktu finalnego od dyrektorów, pracowników PUP i realizatorów Projektu w tym mentorów i opiekunów staży. Opracowanie raportu ewaluacyjnego i prezentacja wyników ekspertom i zespołowi realizującemu Projekt.
XI 2012 – XII 2012	Opracowanie ostatecznej wersji Produktu Finalnego	Wprowadzenie zmian do wszystkich produktów pośrednich oraz do Podręcznika. Przygotowanie opracowania ostatecznej wersji Produktu Finalnego do walidacji

CHARAKTERYSTYKA MATERIAŁÓW, JAKIE OTRZYMAJĄ UCZESTNICY:

Materiały dla użytkowników fazy testowania: wszyscy użytkownicy otrzymają konspekt Podręcznika oraz dokument opisujący wstępną wersję Produktu Finalnego wraz z programami, scenariuszami, materiałami warsztatowymi i doradczymi, a także niezbędnymi wzorami/ szablonami dokumentacji testowania. Otrzymają także dostęp do platformy internetowej z *Symulacją Biznesową* (login/hasło przez stronę www).

Materiały dla odbiorców w fazie testowania: odbiorcy otrzymają materiały szkoleniowe, Teczke Klienta z pełną dokumentacją jego udziału w kolejnych fazach Projektu i uzyskiwanego wsparcia, zaświadczenia o odbyciu szkolenia, poradnictwa oraz stażu menadżerskiego. Otrzymają także dostęp do platformy internetowej z *Symulacją Biznesową* (login/hasło przez stronę www).

MONITOROWANIE PRZEBIEGU TESTOWANIA

Na potrzeby testowania opracowany zostanie spójny system monitoringu, który umożliwi bieżącą kontrolę kolejnych etapów testowania, osiąganych wskaźników, identyfikację ewentualnych zagrożeń (weryfikacja rejestru ryzyk), czy korektę przyjętych założeń wdrażania. Będzie też wspierał ewaluację zewnętrzną Produktu i zarządzanie jakością zgodnie z normą ISO 9001:2009 wg, której certyfikowany jest system zarządzania jakością lidera.

Monitoring rzeczowy będzie skoncentrowany na zbieraniu i analizowaniu danych dotyczących postępów w realizacji zaplanowanych zadań, harmonogramu, systemu wskaźników określonych w Strategii Wdrażania, postępów odbiorców fazy testowania w podziale na płec i problemów użytkowników w trakcie testowania poszczególnych produktów pośrednich.

Monitoring finansowy obejmuje m.in. planowanie wydatków, salda wg kategorii budżetowych, rozliczenia między realizatorami i podwykonawcami.

Za monitoring bezpośrednio odpowiada Kierownik Projektu wspierany przez specjalistę ds. monitoringu, specjalistę ds. promocji, specjalistę ds. sprawozdawczości i rozliczeń oraz asystenta. Partnerzy, kluczowa kadra i użytkownicy zaangażowanymi w proces testowania będą uczestniczyć w spotkaniach monitorujących raz w miesiącu. Spotkania Komitetu Sterującego raz na kwartał mające na celu zwłaszcza rekomendowanie/akceptowanie działań korygujących.

Kluczowe narzędzia, które zostaną zastosowane do monitoringu testowania obejmują: rejestr PEFS, umowy z odbiorcami i użytkownikami dot. udziału w fazie testowania, protokoły zdawczo odbiorcze, protokoły ze spotkań/konsultacji, listy obecności, dzienniki szkoleń/warsztatów, karty pracy, raporty z przeprowadzonego poradnictwa,teczka klienta, raporty mentoringowe, kwestionariusze zawierające opinie użytkowników i odbiorców o testowanych produktach pośrednich, ankiety ewaluacyjne, arkusze samooceny, testy, statystyki z ankiet.

V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA

Realizatorzy zakładają, że wystarczającym uzasadnieniem dla zastosowania nowatorskiego *Programu Kierunek Biznes* będzie pozytywna opinia 100% użytkowników i odbiorców testowania o minimum trzech produktach pośrednich w odniesieniu do kryterium użyteczności (możliwość praktycznego zastosowanie) i skuteczności (osiąganie celów wsparcia, czyli wzrost zdolności do uruchamiania działalności gospodarczej wśród młodych osób pozostających bez zatrudnienia, będących w ostatnim roku nauki).

W celu zbadania rzeczywistych efektów testowanego nowatorskiego *Programu Kierunek Biznes* wykorzystane zostaną bieżące działania monitoringowe oraz ewaluacja zewnętrzna. Dla zachowania obiektywizmu w pierwszym miesiącu testowania zostanie wyłoniony – zgodnie z założeniami dla projektów innowacyjnych PO KL - zewnętrzny wykonawca ewaluacji (osoba prawna lub fizyczna/ podwykonawstwo) produktu finalnego. Wyłonienie ewaluatora nastąpi zgodnie z zachowaniem zasady konkurencyjności w drodze ogłoszonego naboru i porównania cenowego złożonych ofert.

Wykonawca ewaluacji powinien posiadać następujące kompetencje: wykształcenie wyższe (psychologia/ socjologia/ ekonomia) oraz studia podyplomowe z ewaluacji, minimum 5 letnie doświadczenie - przeprowadzenie w okresie ostatnich pięciu lat, co najmniej 10 ewaluacji projektów społecznych finansowanych z EFS, w tym ewaluacja min. 1 projektu innowacyjnego.

Ewaluacja produktu będzie miała charakter ewaluacji bieżącej (on- going), a ocena będzie towarzyszyć kolejnym etapom testowania 5 produktów pośrednich. Ewaluator zewnętrzny będzie współpracował w okresie testowania z personelem Projektu, zwłaszcza z kierownikiem projektu i specjalistą ds. monitoringu, którzy to bezpośrednio odpowiadają za działania monitoringowe w Projekcie.

Zakres zadań ewaluatora obejmuje opracowanie raportu metodologicznego ewaluacji produktu finalnego i narzędzi ewaluacyjnych, przeprowadzenie badań terenowych, zebranie i analiza danych pierwotnych i zastanych, opracowanie raportu ewaluacyjnego oraz jego prezentacja na spotkaniu z realizatorami i ekspertami, twórcami poszczególnych produktów pośrednich nowatorskiego *Programu Kierunek Biznes*.

Ewaluacja będzie miała na celu ocenę rzeczywistych efektów testowania wstępnej wersji produktu finalnego. Ewaluacja będzie miała charakter usprawniający i wskazujący kierunki ewentualnych zmian i modyfikacji produktu finalnego. Skupi się na ocenie produktu w kontekście osiągnięcia zakładanych celów i wypracowanych rezultatów dla grup docelowych Projektu. Ewaluacja produktu będzie prowadzona w odniesieniu do kryterium skuteczności, czyli oceny wpływu zastosowania produktu na niwelowanie problemów, użyteczności - identyfikację bezpośrednich korzyści dla grup docelowych, kryterium efektywności, weryfikującego skalę osiągniętych efektów w odniesieniu do zaangażowanych zasobów i poniesionych nakładów.

Pomiary ewaluacyjne oparte zostaną na zdefiniowanych we wniosku o dofinansowanie i niniejszej strategii wskaźnikach i wytycznych, a harmonogram pomiarów zostanie ściśle dopasowany do harmonogramu działań testujących w projekcie.

Rzetelność i wiarygodność uzyskanych wyników badań zapewni triangulacja, zakładająca weryfikowanie zbieranych informacji na kilku poziomach. W ewaluacji testowanego produktu można wyróżnić poziomy triangulacji, związane z: różnymi źródłami informacji – pozyskiwane będą informacje od użytkowników testowania (8 osób), odbiorców testowania

(20 osób), grupy kontrolnej (20 osób), opiekunów staży/ mentorów (20 osób), dyrektorów PUP (4 osoby), realizatorów projektu (5 osób) oraz z różnymi metodami badawczymi. Badanie będzie prowadzone w oparciu o podejście mix-mode, zakładające wykorzystanie zarówno ilościowych, jak i jakościowych metod badawczych, w oparciu o takie techniki badawcze, jak wywiady: indywidualne IDI, grupowe FGI, telefoniczne ITI, badania ankietowe: ankietę papierową PAPI, internetową CAWI, arkusze samooceny pre i post testów oraz analiza dokumentacji (desk research).

W celu zwiększenia szans na bardziej zobiektywizowane i rzetelne wyniki badania zdecydowano się na przeprowadzenie ewaluacji z wykorzystaniem m.in. analizy porównawczej z grupą kontrolną – z osobami o podobnym profilu jak odbiorcy, ale nie zaangażowani do końca fazy testowania. Zakłada się ustanowienie grupy kontrolnej na potrzeby ewaluacji testowanego produktu spośród pozostałych 20 odbiorców, którzy nie zostaną zakwalifikowani do zasadniczego etapu testowania, czyli do staży menadżerskich. Pozwoli to na przeprowadzenie analizy porównawczej grupy testującej z kontrolną i da podstawę do wychwycenia ewentualnych różnic w efektach stosowania tradycyjnego wsparcia do rezultatów, jakie zostaną osiągnięte po zastosowaniu nowatorskiego *Programu Kierunek Biznes*.

VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

Przedmiotem upowszechniania będzie produkt finalny „**Program Kierunek Biznes**”, który wspiera wzrost zdolności do uruchamiania działalności gospodarczej wśród młodych osób pozostających bez zatrudnienia, będących w ostatnim roku nauki, a składa się z 5 produktów pośrednich oraz Podręcznika Wdrażania. Należy zwrócić uwagę, że działania upowszechniające oraz działania włączające do głównego nurtu polityki (mainstreaming horyzontalny i wertykalny) wzajemnie się przenikają i niejednokrotnie trudno jednoznacznie określić ich charakter i rozdzielić zastosowane metody i ich efekty. Stąd też realizatorzy zdecydowali o opracowaniu jednej spójnej strategii upowszechniania oraz włączania do głównego nurtu polityki, zakładając, że wszystkie zastosowane metody i techniki przyczyniają się w sposób bezpośredni lub pośredni do osiągnięcia celów dla obu typów strategii.

CELE DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Celem działań upowszechniających jest zwiększenie dostępu potencjalnych odbiorców i użytkowników oraz szerokiego gremium interesariuszy do informacji i wiedzy na temat zalet nowatorskiego *Programu Kierunek Biznes*, tym samym zachęcenie ich do szerszego stosowania zwalidowanego produktu finalnego. Upowszechnianie będzie prowadzone z wykorzystaniem takich środków przekazu jak: materiały informacyjne i prasowe, strona internetowa Projektu i Realizatorów, udział w spotkaniach, opracowania, publikacje, mailing.

Celem szczegółowym upowszechniania jest popularyzacja idei przedsiębiorczości wśród grupy odbiorców Projektu, młodych osób, które uzyskają wiedzę o innowacyjnych formach pomocy, z których mogą skorzystać chcąc uruchomić działalność gospodarczą oraz upowszechnianie dobrych praktyk w zakresie nowatorskich usług szkoleniowo – doradczych możliwych do wykorzystania przez publiczne instytucje rynku pracy.

Działania w zakresie upowszechniania przewidziane są w całym okresie trwania Projektu i skierowane są do różnych grup odbiorców, przy założeniu konieczności różnicowania ich treści w zależności od adresatów. W związku z perspektywą regionalną upowszechniania, podstawowym celem szczegółowym strategii upowszechniania jest dotarcie do jak najszerszego kręgu potencjonalnych interesariuszy Projektu, szczegółowo scharakteryzowanych w poniższej tabeli.

Grupy docelowe upowszechniania- Interesariusze	Charakterystyka i uzasadnienie wyboru
Grupa docelowa - młode osoby <26 pozostające bez zatrudnienia, osoby uczące w systemie zaocznym/ wieczorowym na ostatnim roku nauki, absolwenci, zainteresowani uruchomieniem własnej działalności.	Grupa docelowa w wymiarze testowania (40 osób) oraz w wymiarze upowszechniania (ok. 100 osób.) Zastosowane środki przekazu: e-pocztą, media, materiały promocyjno–rekrutacyjne, newsletter, publikacje, film, spotkania informacyjne, targi przedsiębiorczości.
Przedstawiciele organizacji pozarządowych działających na rzecz przedsiębiorczości absolwentów, Studenckich Biura Karier, Inkubatorów Przedsiębiorczości, Parków Naukowo-Technologicznych, Fundacji Gospodarczej w Gdyni, Gdańskiej Fundacji Przedsiębiorczości, Słupskiego Stowarzyszenia Innowacji Gospodarczej i Przedsiębiorczości.	Organizacje pozarządowe aktywnie włączają się w podejmowanie działań na rzecz edukacji i promocji samozatrudnienia, tym samym będą zainteresowane nowatorskim <i>Programem Kierunek Biznes</i> , zwłaszcza w odniesieniu do produktów pośrednich dotyczących Staży Menadżerskich, Warsztatów Inicjujących Pomysły Biznesowe oraz Symulacji Biznesowej. Zastosowane środki przekazu: e-pocztą, newsletter, publikacje, materiały promocyjne, film, strony

	internetowe, media, spotkania seminaryjne, targi przedsiębiorczości. Liczebność w wymiarze upowszechniania: ok. 50 organizacji; w wymiarze włączania (spotkania seminaryjne) 5 osób.
Doradcy zawodowi, niepublicznych agencji zawodowego. szkoleniowcy poradnictwa	Grupa zawodowa zainteresowana pozyskaniem wiedzy i umiejętności doradczo – szkoleniowych z zakresu wspierania przedsiębiorczości młodych osób. Zastosowane środki przekazu: e-pocztą, newsletter, publikacje, materiały promocyjne, film, strony internetowe, media, spotkania seminaryjne, targi przedsiębiorczości. Liczebność w wymiarze upowszechniania: ok. 30 osób; w wymiarze włączania (spotkania informacyjne) ok. 5 osób
Instytucje otoczenia biznesu: Pomorska Izba Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Pomorscy Przedsiębiorcy, Punkty Konsultacyjne KSU, Lokalne Punkty Konsultacyjne Sieci Pomorskie w Unii (20), Regionalne towarzystwo Inwestycyjne, Fundusze Pożyczkowe i Poręczeniowe.	Instytucje otoczenia biznesu zainteresowane dystrybucją informacji o <i>Programie Kierunek Biznes</i> , zwłaszcza w odniesieniu do produktu pośredniego dotyczącego staży menadżerskich. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, publikacje, film, strony internetowe) ok. 30 organizacji; w wymiarze włączania (spotkania seminaryjne) ok. 5 osób
Pracodawcy, w tym firmy komercyjne i państwowe zainteresowane stosowaniem staży i mentoringu.	Pracodawcy, którzy są zainteresowani współpracą z PUP w ramach staży absolwenckich i wykorzystywania mentoringu, jako wydłużenia aktywności zawodowej kadry menadżerskiej. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, publikacje, film, strony internetowe, kontakty bezpośrednie) ok. 100 firm; w wymiarze włączania (spotkania seminaryjne) ok. 10 osób.
Przedstawiciele uczelni wyższych (20 uczelni) (w tym Politechnika Gdańska, Uniwersytet Gdański, Wyższa Szkoła Hanzeatycka, Wyższa Szkoła Bankowa). Przedstawiciele szkół średnich, w tym wieczorowych i zaocznych (10 szkół)	Kadra dydaktyczna uczelni wyższych, które to są zainteresowane kształceniem własnych studentów/ słuchaczy w zakresie przedsiębiorczości akademickiej. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, strony internetowe, publikacje, materiały promocyjne) ok. 20 uczelni i 10 szkół; w wymiarze włączania (spotkania seminaryjne) ok. 5 osób

PLAN DZIAŁAŃ I ICH CHARAKTERYSTYKA

Upowszechnianie jest realizowane od początku trwania Projektu poprzez włączenie (empowerment) użytkowników i odbiorców do przygotowania założeń produktu finalnego (wizyta studyjna, konsultacje w ramach spotkań roboczych oraz Komitetu Sterującego), m.in. w celu bieżącej weryfikacji i oceny użyteczności produktu.

Na potrzeby upowszechniania w I etapie realizacji Projektu uruchomiono stronę internetową projektu www.kierunek-biznes.pl opracowano materiały informacyjno – promocyjne (ulotki, broszurę), zamieszczono artykuły w prasie lokalnej (Gazeta Wyborcza i Dziennik Bałtycki), przeprowadzono wywiady w ramach audycji radiowej, rozesłano informacje i zaproszenia do udziału w Projekcie do wszystkich PUP w woj. Pomorskim. Promowano także idee Projektu na spotkaniach z pracodawcami, członkami RIGP oraz w trakcie udziału realizatorów projektu w zewnętrznych konferencjach/ seminariach i spotkaniach tematycznych/ wizytach zagranicznych (wizyty w Hiszpanii w różnych instytucjach, które zorganizował partner ponadnarodowy).

Upowszechnianie na tym etapie realizacji Projektu będzie obejmowało także prezentację założeń wstępnej wersji produktu finalnego i strategii wdrażania wśród członków Regionalnej Sieci Tematycznej oraz ekspertów uczestniczących w opiniowaniu tych dokumentów.

Upowszechnianie na etapie testowania będzie dotyczyło promocji testowanej wersji produktu finalnego i będzie skoncentrowane na zaangażowaniu grup docelowych w proces

testowania. Prowadzone będą szerokie działania informacyjno - rekrutacyjne wśród odbiorców projektu (osób zainteresowanych uruchomieniem działalności) oraz użytkowników (przedstawicieli PUP) i pracodawców zainteresowanych stażami, a także wśród doświadczonych biznesmenów gotowych do wzięcia udziału w testowaniu produktu finalnego, jako mentorzy. Realizatorzy poprzez cykliczne działania monitoringowe i ewaluacyjne zadbać o pozyskiwanie i analizę informacji zwrotnej od odbiorców i użytkowników testujących produkt finalny, co ma w konsekwencji przyczynić się do ulepszenia ostatecznej wersji produktu finalnego. W trakcie testowania nagrywany będzie film, który ma pełnić docelowo funkcję informacyjno- promocyjną o produkcie finalnym oraz procesie jego testowania i będzie wykorzystywany, jako narzędzie upowszechniania i włączania w ostatnim etapie wdrażania Projektu. Równocześnie prowadzone będą działania informacyjne w oparciu o stronę internetową projektu, e-pocztą, oraz cykliczne artykuły w prasie, mediach lokalnych i wystąpienia w trakcie udziału realizatorów w zewnętrznych konferencjach/ seminariach/ spotkaniach tematycznych środowiska instytucji rynku pracy i biznesu. Upowszechnianie na tym etapie realizacji Projektu będzie obejmowało także prezentację założeń ostatecznej wersji produktu finalnego wśród członków Regionalnej Sieci Tematycznej oraz ekspertów uczestniczących w jego walidacji.

Działania na etapie upowszechniania ostatecznej wersji produktu finalnego - w przypadku pozytywnej walidacji rozpocznie się zasadniczy etap upowszechniania, który będzie obejmował takie zadania jak:

Dystrybucja publikacji powstałych w ramach Projektu:

- **Broszura** (500 szt.) promującej projekt i produkt finalny wśród użytkowników oraz instytucji odpowiedzialnych za działania na rzecz rynku pracy i przedsiębiorczości;
- **Raport z badania diagnostycznego** – upowszechniane poprzez stronę internetową projektu;
- **Raport ewaluacyjny** - upowszechniane poprzez stronę internetową projektu;
- **Podręcznik Wdrażania Programu Kierunek Biznes** – wydruk i dystrybucja do użytkowników 300 egz.

Dystrybucja Filmu - proces realizacji Projektu udokumentowany zostanie w postaci filmu, który w wersji elektronicznej (300 szt.) będzie dystrybuowany wraz z Podręcznikiem Wdrażania. Zostanie on także umieszczony na stronie internetowej Projektu, a także będzie prezentowany w trakcie 4 spotkań seminaryjnych i 3 szkoleń dla użytkowników. Będzie też przekazany w formie CD wszystkim odbiorcom i użytkownikom fazy testowania produktu finalnego.

Wykorzystanie Internetu - sukcesywnie wraz z postępami realizacji Projektu informacje o wypracowanych rezultatach upowszechniane będą zarówno na stronie Projektu www.kierunek-biznes.pl jak i stronie realizatora i partnera krajowego, a także na portalach i serwisach tematycznych np. www.ngo.pl www.bezrobocie.pl. www.parp.gov.pl <http://przedsiębiorczosc-akademicka.eu> www.samozatrudnieni.pl. Wykorzystując rozbudowane bazy danych interesariuszy Projektu, będące w zasobach wiedzy lidera i partnera zostaną przesłane drogą elektroniczną do grup docelowych newslettery oraz informacje z linkiem do strony Projektu.

Popularyzacja Produktu Finalnego poprzez kontakty z mediami: promocja Projektu w prasie lokalnej, regionalnej i branżowej – przewiduje się opublikowanie łącznie 16 artykułów oraz udział w audycjach radiowych.

Targi Przedsiębiorczości: - jako cykliczne imprezy organizowane przez samorząd lokalny i PUP dają szansę zaprezentowania szerokiemu audytorium, w tym odbiorcom produktu

finalnego. W trakcie udziału w targach zostaną przekazane informacje o *Programie Kierunek Biznes* poprzez prezentacje multimedialne, film, dystrybucję materiałów informacyjno-upowszechniających.

Zewnętrzne konferencje/seminaria/ spotkania tematyczne: Realizatorzy będą uczestniczyć w min. 10 konferencjach/ seminariach/ spotkaniach organizowanych przez środowiska instytucji rynku pracy i biznesu, na których to będą prezentować i upowszechniać informację o innowacyjnym *Programie Kierunek Biznes*.

O sukcesie działań upowszechniających świadczyć będzie skala zainteresowania produktem finalnym wśród użytkowników docelowych, mierzona liczbą uczestników szkoleń, spotkań i seminariów (nie mniej niż 160 osób).

VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

CELE DZIAŁAŃ WŁĄCZAJĄCYCH

Celem głównym działań włączających do głównego nurtu polityki jest zwiększenie gotowości do replikowania i stosowania w praktyce nowatorskiego narzędzia *Program Kierunek Biznes* poprzez transfer wiedzy i umiejętności do podmiotów zainteresowanych jego wykorzystaniem oraz wpływ na ewentualne zmiany w stosowanych dotychczas rozwiązaniach wspierających przedsiębiorczość, które umożliwią szeroki transfer wdrożeń w publicznych i niepublicznych instytucjach rynku pracy.

ODBIORCY DZIAŁAŃ WŁĄCZAJĄCYCH

Grupy docelowe – Interesariusze działań włączających	Charakterystyka i uzasadnienie wyboru
Wojewódzki Urząd Pracy w Gdańsku	WUP jest zainteresowany zwiększeniem wskaźnika zatrudnienia/samozatrudnienia osób w wieku <26 w regionie. WUP odpowiada za wdrażanie polityki regionalnej i krajowej oraz realizuje Krajową Strategię Zatrudnienia. Jest odpowiedzialny za ogłaszanie konkursów na realizację projektów innowacyjnych i standardowych w obszarze rynku pracy, opracowywanie Regionalnych Planów Działania na rzecz Zatrudnienia oraz Rocznych Planów Działania wdrażania EFS, tym samym ma wpływ na decyzje strategiczne dotyczące ewentualnych zmian prawnych oraz wdrażania do praktyki nowych instrumentów rynku pracy (mainstreaming wertykalny i horyzontalny). Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, strony internetowe, publikacje, film, materiały promocyjne, media) 1 instytucja; w wymiarze włączania (2 spotkania seminaryjne) 2 osoby.
Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego (Dyrektorzy UMWP oraz kadra kierownicza DEFS i Departamentu Wdrażania RPO WP, Agencja Rozwoju Pomorza)	DEFS realizuje Program Operacyjny Kapitał Ludzki na poziomie Regionu, przygotowuje Roczne Plany Działania wdrażania EFS. Będzie odpowiedzialny za ogłaszanie konkursów na realizację projektów innowacyjnych upowszechniających dobre praktyki innowacyjne, więc ma realny wpływ na wzmocnienie działań w ramach mainstreamingu horyzontalnego z zakresu promocji przedsiębiorczości i zwiększenia samozatrudnienia absolwentów, co jest przedmiotem niniejszego Projektu. Departament Wdrażania RPO WP jest odpowiedzialny za kształtowanie i wspieranie rozwoju przedsiębiorczości i uruchamianie konkursów na prowadzenie działalności gospodarczej. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, strony internetowe, media, publikacje, materiały promocyjne, film, konferencje/ spotkania zewnętrzne) 1 instytucja; w wymiarze włączania (2 spotkania seminaryjne) 3 osoby.

Przedstawiciele samorządów gminnych i powiatowych oraz samorządu regionalnego.	Grupy te (decydenci samorządowi, polityczni) mają wpływ na działania wspierające rozwój przedsiębiorczości lokalnej. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, strony internetowe, media, publikacje, film) 20 instytucji; w wymiarze włączania (4 spotkania seminaryjne) 10 osób.
Powiatowe Urzędy – 17 PUP-ów woj. Pomorskiego (dyrektorzy PUP)	PUP realizują zadania wynikające z powiatowych strategii rozwiązywania problemów społecznych i bezpośrednio wpływają na sytuację lokalną na rynku pracy oraz są zainteresowane zwiększeniem i utrzymaniem aktywności zawodowej, w tym przedsiębiorczości mieszkańców powiatów. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, strony internetowe, media, film, publikacje) 17 instytucji; w wymiarze włączania (2 spotkania seminaryjne) 13 osób.
Pracownicy PUP, doradcy zawodowi z 17 PUP-ów woj. Pomorskiego.	Grupa specjalistów zainteresowana pozyskaniem wiedzy i nowoczesnych narzędzi badania predyspozycji przedsiębiorczych oraz wspierania kompetencji osób, które chcą uruchomić własną działalność, a także pozyskać na ten cel dotację z PUP. Liczebność w wymiarze upowszechniania (e-pocztą, newsletter, publikacje, film, strony internetowe, media, targi przedsiębiorczości, konferencje zewnętrzne) 17 instytucji; w wymiarze włączania (szkolenia/spotkania seminaryjne) 60 osób.
Konwent Dyrektorów Powiatowych Urzędów Pracy województwa pomorskiego	Jest to forum wymiany doświadczeń w zakresie polityki rynku pracy. Liczebność w wymiarze włączania (e-pocztą, newsletter, strony internetowe, media, film, publikacje) 17 instytucji.
Pomorska Wojewódzka Rada Zatrudnienia (24 członków) - Organ opinio-doradczy Marszałka Województwa Pomorskiego w sprawach polityki rynku pracy.	Pomorska WRZ wspiera przedsięwzięcia mające na celu m.in. zwiększenia aktywności zawodowej na terenie województwa, opiniuje Plany Działania na kolejne lata, wydaje opinie w sprawach dot. kierunków kształcenia, szkolenia oraz zatrudnienia w województwie. Liczebność w wymiarze włączania: 4 osoby zapoznają się z prezentacją o <i>Programie Kierunek Biznes</i> w trakcie projektowych spotkań/ seminariów.
Powiatowe Rady Zatrudnienia	Organ opiniodawczo-doradczy Starosty w sprawach polityki rynku pracy. Liczebność w wymiarze włączania: ok.5 osób uczestnicy projektowych spotkań seminaryjnych
Pomorska Rada Przedsiębiorczości - Organ doradczy Marszałka Województwa Pomorskiego, w zakresie realizacji Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego.	Organ doradczy Marszałka Województwa Pomorskiego, w zakresie realizacji Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego. PRP przekazuje opinie dot. polityki rynku pracy oraz rozwoju gospodarczego. Liczebność w wymiarze włączania: ok.3 osoby uczestnicy projektowych spotkań informacyjnych/ seminaryjnych
Regionalna Sieć Tematyczna Województwa Pomorskiego	Forum dialogu pomiędzy beneficjentami a ekspertami w projektach realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Promowanie dobrych praktyk w celu przeniesienia doświadczeń wypracowanych w ramach projektów z poziomu regionalnego na poziom krajowy. Liczebność w wymiarze upowszechniania i włączania (e-pocztą, newsletter, prezentacja w trakcie oceny strategii i walidacji) ok. 20

PLAN DZIAŁAŃ I ICH CHARAKTERYSTYKA

Upowszechnianie i włączanie będzie prowadzone równolegle w czasie z poszczególnymi etapami wdrażania Projektu, jednak zasadnicze działania włączające do głównego nurtu polityki zostaną rozpoczęte po ukończeniu procesu testowania i walidacji produktu finalnego. Planuje się realizację działań szkoleniowo - doradczych zachęcających do wykorzystania produktu w praktyce, skierowanych zarówno do potencjalnych odbiorców i użytkowników, jak i instytucji decydujących o kształcie polityki regionalnej w odniesieniu do rynku pracy i rozwoju gospodarczego regionu oraz konstruowania strategii rozwoju w kolejnym okresie programowania funduszy Unii Europejskiej.

Szkolenia dla użytkowników: w ramach działań mainstreamingu horyzontalnego – włączania do praktyki PUP z woj. Pomorskiego innowacyjnego *Programu Kierunek Biznes* - przewiduje się przeprowadzenie 3 szkoleń dwudniowych dla łącznie dla 60 osób, doradców zawodowych, pracowników z publicznych instytucji rynku pracy oraz niepublicznych agencji poradnictwa zawodowego. Jest to grupa użytkowników, której zostanie przekazany produkt finalny z Podręcznikiem wdrażania. Udział w szkoleniach umożliwi wsparcie procesu replikowania produktu finalnego przez potencjalnych użytkowników.

Dwa spotkania informacyjne połączone z sesją „okrągłego stołu” w rejonie Gdańska i Słupska, przeznaczone dla 2 ekspertów hiszpańskich, kierownictwa i innych przedstawicieli PUP-ów, na których to między innymi odbiorcy uczestniczący w fazie testowania zwłaszcza, którzy uruchomili działalność gospodarczą, zaprezentują swoje pomysły na biznes i podzielą się refleksjami z udziału w Projekcie. Przewiduje się, że w każdym spotkaniu weźmie udział ok. 30 osób.

Dwa seminaria dla decydentów z udziałem pracodawców i mentorów, przedstawicieli użytkowników i decydentów Urzędu Marszałkowskiego, WUP w Gdańsku i JST. Spotkania będą umożliwiały podjęcie dialogu, wymianę doświadczeń między pracodawcami, który prowadzili w ramach testowania program staży menadżerskich oraz mentorami i przedstawicielami instytucji rynku pracy. Przewiduje się, że w każdym spotkaniu weźmie udział ok. 20 osób.

Indywidualne konsultacje – udzielanie różnego typu doradztwa od okazjonalnego do długofalowego procesu wsparcia w odpowiedzi na zgłaszane potrzeby użytkowników, utrzymywanie stałego kontaktu: bezpośredniego i pośredniego (drogą telefoniczną, mailową, bezpośrednie spotkania). Konsultacje, doradztwo umożliwi bieżące wsparcie procesu replikowania produktu finalnego przez innych użytkowników.

O sukcesie działań upowszechniających i włączających będzie stanowiła skala praktycznego zastosowania, wdrożenia *Programu Kierunek Biznes* przez wszystkie 17 PUP w województwie pomorskim i wykorzystaniem poszczególnych produktów pośrednich w codziennej pracy doradców zawodowych i innych pracowników zaangażowanych w wspieranie działań szkoleniowo – doradczych skierowanych do młodych osób chcących uruchomić działalność gospodarczą.

VIII. KAMIEŃ MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU

Należy wskazać kilka kluczowych dla przebiegu II etapu terminów (np. rozpoczęcie i zakończenie testowania, zakończenie ewaluacji itp.). Terminy te stanowią będą wskazówkę dla instytucji weryfikującej projekt systemowy/IOK do określenia terminów dokonywania wspólnie z projektodawcą okresowych przeglądów postępów prac w projekcie.(1/2 strony)

1. Rekrutacja Odbiorców i Użytkowników – zakończenie do 30 kwietnia 2012
2. Zakończenie procesu testowania obejmującego: Testowanie Produktu Pośredniego NR 1 Warsztaty Inicjujące Pomysły Biznesowe, Testowanie Produktu Pośredniego Nr 2 Metodologia Poradnictwa Zawodowego, Testowanie Produktu Pośredniego Nr 3 Staże Menadżerskie, Testowanie Produktu pośredniego nr 4 Symulacja Biznesowa, Testowanie Produktu pośredniego nr 5 Metodologia doboru szkoleń i doradztwa uzupełniające luki kompetencyjne odbiorców – zakończenie do 31 sierpnia 2012
3. Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu – zakończenie do 31 października 2012
4. Opracowanie ostatecznej wersji Produktu Finalnego – zakończenie do 31 grudnia 2012

IX. ANALIZA RYZYKA

Opis zagrożenia	A. Praw dopod obień stwo wystą pienia (1-3)	B. Wpły w na realiz ację proje ktu (1-3)	C. Pozio m zagro żeń (A x B = C)	Sposób ograniczenia najważniejszych zagrożeń
Zagrożenia w obszarze zarządzania projektem				
Zmiany w interpretacji zapisów systemu realizacji PO KL, wdrażania projektów innowacyjnych, czy zasad kwalifikowalności kosztów	2	1	2	Realizatorzy mają duże doświadczenie we wdrażaniu projektów EFS oraz w pracy metodą projektową i zarządzaniu zmianą, co gwarantuje dużą skuteczność i elastyczność w sytuacji zmieniających się zewnętrznych warunków wdrażania.
Opóźnienia w wypłacie transz przyznanego dofinansowania – zagrażające utratą płynności finansowej	1	2	2	Realizator, jako duża organizacja, obracająca dużymi środkami finansowymi, w przypadku opóźnień w przekazywaniu transz wyłoży własne fundusze zapewniające zrealizowanie przewidzianych zadań.
Przekroczenie planowanych terminów wdrażania i/ lub planowanych kosztów	1	2	2	Na potrzeby wdrażania i testowania wykorzystywany będzie system monitoringu rzeczowego (kontrola działań, harmonogramu) oraz monitoringu finansowego, który stosowany przez Kierownika Projektu wspieranego przez członków Komitetu Sterującego powinien skutecznie ograniczać to ryzyko. Miesięczne raporty monitoringowe pozwolą na szybkie wychwycenie ewentualnych odchyleń i podjęcie działań korekcyjnych lub dokonanie zmian za zgodą opiekuna projektu.
Przedłużające się procedury wyboru podwykonawców lub konieczność ich ponowienia	1	2	2	Realizatorzy będą wyłaniali podwykonawców zgodnie z procedurami, które wielokrotnie już w swoich działaniach stosowali, mają, zatem wypracowane skuteczne mechanizmy reagowania na tego typu sytuacje.
Nadmierne obciążenie zadaniami personelu partnera krajowego, ze względu na nieuwzględnienie tych zasobów kadrowych we wniosku i budżecie Projektu	3	1	3	Partner krajowy dokonał stosownych przesunięć w swoich zasobach kadrowych, które powinny zabezpieczać poprawność wykonania zadań leżących w jego gestii na etapie testowania, jednakże procedury obsługi staży menadżerskich (m.in. stypendia stażowe i zwrot kosztów, procedura mentoringu) mogą wymagać zaangażowania dodatkowego pracownika.
Zagrożenia w obszarze rekrutacji grup docelowych				
Niewystarczająca liczba zgłoszeń odbiorców w fazie testowania produktu finalnego - za mało chętnych	1	3	3	Rekrutacja odbiorców będzie miała również charakter zamknięty oparty o bazy danych PUP, co ułatwia dostęp do potencjalnych odbiorców i umożliwia bezpośrednie motywowanie przez pracownika PUP i zachęcanie do udziału. Istnieje także możliwość wydłużenie czasu trwania rekrutacji.
Niewystarczająca liczba zgłoszeń odbiorców w fazie testowania produktu finalnego - za dużo chętnych	2	1	2	Realizatorzy do selekcji uczestników wykorzystywać będą zapisy regulaminu rekrutacji i udziału w projekcie, gdzie szczegółowo zostaną doprecyzowane kryteria wyboru i selekcji odbiorców. Ostatecznej selekcji dokona powołana dla każdego z 4 PUP-ów komisja rekrutacyjna.

Nietrafiony dobór odbiorców testowania w fazie rekrutacji – odbiorcy o niskiej motywacji/potencjale do uruchomienia działalności	2	2	4	Na etapie rekrutacji realizatorzy będą ściśle współpracować zarówno z pracownikami PUP/ekspertami, którzy dołożą staranności w wyborze osób o wysokim poziomie motywacji i sprecyzowanych pomysłach na uruchomienie działalności.
Zagrożenia związane z etapem testowania				
Ograniczone możliwości partycypacji użytkowników (pracowników PUP) w procesie testowania np. ograniczenia czasowe, nakładanie się obowiązków, zmiany kadrowe	2	2	4	W momencie przystąpienia do testowania z każdym z 4 PUP podpisane zostaną formalne porozumienia o współpracy, w których szczegółowo opisane zostaną wzajemne zobowiązania, skala zaangażowania wytypowanych pracowników (oddelegowanie 2 osób), długoterminowy harmonogram działań. Zakłada się możliwość zastępstwa. Projekt przewiduje także zwrot kosztów podróży i innych wydatków.
Rezygnacja uczestników w trakcie testowania innowacji w tym utrata przez nich motywacji do uruchomienia działalności.	2	2	4	Przygotowana zostanie lista rezerwowa dla grupy docelowej. Podpisane będą z każdym kandydatem do projektu umowy określające zobowiązania w projekcie. Podkreślona będzie rola wsparcia finansowego, jakie mogą uzyskać w trakcie staży menadżerskich oraz ewentualnego wsparcia przy staraniu się o uzyskanie dotacji na rozpoczęcie działalności.
Trudności w pozyskaniu pracodawców do staży menadżerskich, w pozyskaniu odpowiedniej liczby mentorów. Trudności w odpowiednim połączeniu mentora ze stażystą ze względu na profile cech osobowościowych.	2	3	6	Realizatorzy mają świadomość, że jest to jedno z najwyższych zagrożeń testowania, co potwierdziły też wywiady w trakcie badań diagnostycznych. Dlatego też partnerem w projekcie jest RIGP, który to podmiot ma szerokie kontakty i intensywnie współpracuje z pracodawcami również przy organizacji staży w ramach wcześniejszych projektów. Wypracowano już trwałe mechanizmy współpracy przy organizowaniu staży absolwenckich. Planuje się staż w firmach na tyle dużych, aby dysponowały osobą, która mogłaby zostać opiekunem stażysty/ mentorem. Zaproponowany zostanie także dodatkowy katalog korzyści wynikający z działalności statutowej RIGP (np. pomoc przy projektach, współpracy międzynarodowej, PR, CSI). Podkreślona zostanie ranga projektu innowacyjnego dla pracodawców w budowaniu ich podejścia do społecznego zaangażowania biznesu (CSI).
Tradycyjne i ograniczone wewnętrznymi regulacjami podejście PUP do wspierania młodych osób w przedsiębiorczości może generować problemy z testowaniem nowatorskich produktów pośrednich.	2	2	4	Realizatorzy mają świadomość, że każda zmiana wzbudza opory. W ramach testowania produktu pracownicy PUP będą zmuszeni do reorganizacji procesów wykonywania bieżących zadań tak, aby w niekonwencjonalny sposób prowadzić usługi doradcze i edukacyjne wykorzystując nowe narzędzia testowania. Z badania diagnostycznego wynika, że PUP są gotowe do stosowania nowych narzędzi, pracownicy z dużą nadzieją oczekują na ich wdrażanie, a realizatorzy będą ich wspierać na każdym etapie testowania.
Nie osiągnięcie wskaźnika celu dotyczącego uruchomienia 10 firm po etapie testowania	3	2	6	Realizatorzy mają świadomość, że osiągnięcie zakładanej wielkości tego wskaźnika w dużym stopniu zależy od zewnętrznych czynników niezależnych od realizatorów, takich jak: motywacja i gotowość do działania odbiorców, czy dostępność na rynku dotacji/ pożyczek w PUP lub z innych źródeł w 2012 roku.

Walidacja				
Negatywny wynik walidacji modelu	1	3	3	Zagrożenie, na które realizatorzy nie mają bezpośredniego wpływu
Upowszechnianie i włączanie				
Małe zainteresowanie kluczowych interesariuszy projektu udziałem w spotkaniach i seminariach	1	2	2	W przypadku małej frekwencji na listach zgłoszeniowych Realizatorzy zwiększą działania promocyjne, uruchamiając dodatkowe kanały przekazu i bezpośrednie, osobiste kontakty.
Małe zainteresowania włączaniem produktu finalnego do praktyki funkcjonowania PUP	1	3	3	Z przeprowadzonych badań diagnostycznych wynika, że PUP są zainteresowane rozszerzeniem stosowanych dotychczas narzędzi interwencji w zakresie wspierania przedsiębiorczości, dlatego też wydaje się, że spośród 5 produktów pośrednich, które składają się na nowatorski produkt niektóre z nich mają duże szanse na stosowanie w praktyce (zwłaszcza Warsztaty Inicjujące Pomysły Biznesowe, Symulacja Biznesowa, Staże Menadżerskie). Realizatorzy świadomie modułowo skonstruowali <i>Program Kierunek Biznes</i> , aby jego użytkownicy mogli stosować wybiórczo jego produkty pośrednie w zależności od warunków i potrzeb danego PUP.

I. ZAŁĄCZNIK –WSTĘPNA WERSJA PRODUKTU FINALNEGO

NAZWA PRODUKTU:

Modułowy program wsparcia doradczo – szkoleniowego w zakresie przedsiębiorczości młodych osób pn. „**Program Kierunek Biznes**”.

.....

Imię, nazwisko,

funkcja i podpis osoby/-ób składającej/-ych strategię

Lider: Stowarzyszenie „Wolna Przedsiębiorczość”

Oddział Terenowy w Gdańsku

.....

Imię, nazwisko,

funkcja i podpis osoby/-ób składającej/-ych strategię

Partner: Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza