

# Specyfika projektów innowacyjnych testujących

w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (PO KL)

Warszawa, 25 marca 2010 r.



## Innowacyjność

### Innowacyjność to:

- tworzenie czegoś nowego, proces polegający na przekształcaniu istniejących możliwości w nowe idee i wprowadzaniu ich do praktycznego zastosowania;
- wdrożenie nowego albo znacznie ulepszanego produktu, nowych metod marketingu bądź metod organizacyjnych w działalności biznesowej, organizacji pracy lub też dotyczących relacji zewnętrznych.

# Innowacyjność w PO KL

## Innowacyjność w PO KL:

- promowanie i włączanie innowacyjnych przedsięwzięć do polityki krajowej poprzez wymianę informacji, doświadczeń, rezultatów i dobrych praktyk, a także rozwijanie komplementarnego podejścia oraz skoordynowanych lub wspólnych przedsięwzięć;
- związana z konkretnym miejscem i czasem, stąd niemożliwe jest podanie jej uniwersalnej definicji, nawet dla tak szerokiego obszaru jak obszar wsparcia EFS;
- wynika z charakteru i ze specyfiki Tematu projektu innowacyjnego (obszar poszukiwania innowacyjności);
- może wystąpić w projekcie w jednym z 3 wymiarów.

# Definicja projektu innowacyjnego

## Projekt innowacyjny:

- jego celem jest poszukiwanie nowych, lepszych, bardziej efektywnych sposobów rozwiązywania problemów mieszczących się w obszarach wsparcia EFS;
- nie tyle służy rozwiązywaniu problemów grup docelowych, co rozwiązywaniu **problemów wynikających z braku właściwych instrumentów**, które mogłyby zostać wykorzystane przy wspieraniu grup docelowych.

# Definicja projektu innowacyjnego testującego (PIT)

## Projekt innowacyjny testujący (PIT):

- jego celem jest wypracowanie, upowszechnienie i włączenie do głównego nurtu polityki nowych rozwiązań;
- nastawiony na badanie i rozwój oraz upowszechnianie i włączanie do praktyki **konkretnych produktów**, służących rozwiązaniu problemów grup docelowych, a nie wprost na rozwiązanie tych problemów.

# Wymiary innowacyjności w projekcie (1)

1. Wymiar uczestnika projektu.
2. Wymiar problemu.
3. Wymiar formy wsparcia.

Wymiary mogą:

- przenikać się wzajemnie;
- występować równocześnie;
- występować niezależnie od siebie.

Im bardziej oryginalny wymiar – w odniesieniu do działań dotychczas realizowanych w Polsce – tym lepiej.

## Wymiary innowacyjności w projekcie (2)

### Wymiar uczestnika projektu:

- projekt skierowany do nowych, nietypowych grup docelowych (osób lub instytucji), które do tej pory nie korzystały ze wsparcia bądź korzystały w ograniczonym zakresie;
- projekt skierowany do grup dobrze znanych i dotychczas szeroko i aktywnie wspieranych, oferuje jedynie modyfikację dotychczasowych form wsparcia ;
- projekt proponuje aktywne metody wsparcia skierowane do grup dotychczas wspieranych biernie.

## Wymiary innowacyjności w projekcie (3)

### Wymiar problemu:

- do tej pory nie został jeszcze rozpoznany (np. statystyka publiczna nie obejmuje danych z tej dziedziny, brak jest wyników badań, a także metodologii dostosowanej do badania przyczyn i natury problemu);
- znany ale uznawany za mało istotny w polityce państwa, pomijany, choćby ze względu na jego stosunkowo niewielkie rozmiary;
- znany, bez istniejących narzędzi interwencji;
- znany i zbadany, istnieją instrumenty, ale są one nieliczne i niewystarczające, nie obejmują całości zagadnień związanych z występującym problemem, narzędzia są nieefektywne i przez to niewystarczające.



## Wymiary innowacyjności w projekcie (4)

### Wymiar formy wsparcia:

- zastosowanie nowych, nieznanych do tej pory, instrumentów i sposobów działania (form wsparcia). W trakcie planowania projektu trzeba przewidzieć konstruowanie nowego instrumentu, i jego testowanie (na wybranej próbie grupy docelowej);
- zastosowanie instrumentów pochodzących z praktyki, tzn. mogą być znane i stosowane w odniesieniu do innych grup docelowych czy rodzajów problemów;
- doskonalenie istniejących, dotychczasowych metod, korygowanie ich w celu ponownego, efektywniejszego i pełniejszego zastosowania w odniesieniu do problemów tej samej grupy docelowej.

# Grupy docelowe projektów innowacyjnych (1)

## Grupy docelowe to:

- osoby, grupy, środowiska, które wymagają wypracowania nowych rozwiązań.

## Użytkownicy:

- podmioty, które wypracowane i przetestowane produkty innowacyjne będą wykorzystywać w praktyce;
- np. branżowe organizacje pozarządowe, powiatowe urzędy pracy, ośrodki pomocy społecznej;
- podmioty, które będą udzielać wsparcia.

## Odbiorcy:

- osoby i podmioty, którym ma być udzielane wsparcie z zastosowaniem produktu innowacyjnego, nowatorskie rozwiązania mają służyć poprawie ich sytuacji.

## Grupy docelowe projektów innowacyjnych (2)

Wymiary przedstawiania **użytkowników** w projekcie innowacyjnym:

### **Wymiar docelowy**

wszyscy członkowie grupy docelowej, którzy ostatecznie powinni otrzymać do stosowania nowe narzędzie.

### **Wymiar upowszechniania i włączania w ramach projektu**

liczba i charakterystyka przedstawicieli grupy docelowej, którym nowe narzędzie przekażemy w ramach działań upowszechniających i włączających do polityki zastosowanych w projekcie.

### **Wymiar testowania w ramach projektu**

liczba i charakterystyka przedstawicieli grupy docelowej, którzy uczestniczyć będą w testowaniu i ocenie produktu w ramach projektu.

## Grupy docelowe projektów innowacyjnych (3)

Wymiary przedstawiania grupy **odbiorców** w projekcie innowacyjnym:

### Wymiar docelowy

wszyscy ci, którzy potencjalnie będą mogli skorzystać ze wsparcia z zastosowaniem nowego narzędzia już po jego włączeniu do polityki.

### Wymiar testowania w ramach projektu

liczba i charakterystyka przedstawicieli grupy docelowej, którzy uczestniczyć będą w testowaniu i ocenie produktu w ramach projektu.

## Udział grup docelowych (empowerment)

- wymóg w PIT, dotyczy wszystkich etapów i faz projektu;
- udział bezpośredni w pracach projektowych i udział w zewnętrznych konsultacjach;
- udział w partnerstwie instytucji reprezentujących przyszłych użytkowników;
- udział ekspertów reprezentujących przyszłych użytkowników i reprezentujących przyszłych odbiorców usług, o ile to możliwe;
- udział ekspertów w roli recenzentów wszelkich wyników częściowych, przewidzianych w projekcie;
- udział ekspertów i przyszłych odbiorców w Komitecie Sterującym projektem (lub innej tego typu formie współdecydowania o przebiegu projektu).

## Produkt finalny projektu innowacyjnego testującego (PIT)

- model/narzędzie/instrument;
- nowe rozwiązanie problemów;
- nowe podejście do rozwiązania problemów;
- nowe metody postępowania;
- nowe formy i treści działania/nauczania;

Wypracowany produkt projektu może być innowacyjny w skali europejskiej, krajowej, regionalnej lub lokalnej .

Produkty: pośrednie lub/i kilka równoległych produktów finalnych w ramach jednego projektu.

## Wniosek o dofinansowanie PIT (1)

### Część 3.1 Uzasadnienie potrzeby realizacji i cel projektu

- Uzasadnij potrzebę realizacji projektu (wskaz problemy, do rozwiązania których przyczyni się realizacja projektu **oraz uzasadnij potrzebę zmiany dotychczasowego podejścia**).
- Scharakteryzuj grupy docelowe projektu (osoby i/lub instytucje/sektory, **które otrzymają produkt do stosowania** oraz osoby, które **będą skuteczniej wspierane dzięki nowemu produktowi**) i uzasadnij ich wybór.
- Wskaż cel ogólny i cele szczegółowe projektu.
- Uzasadnij zgodność celów projektu z celami szczegółowymi PO KL.
- **Uzasadnij zgodność proponowanego rozwiązania/podejścia z Tematem dla projektów innowacyjnych testujących.**

## Wniosek o dofinansowanie PIT (2)

### 3.2 Innowacyjność

- **Opisz i uzasadnij innowacyjność proponowanego podejścia na tle istniejącej praktyki – wskaż, czym ono różni się od obecnie stosowanych rozwiązań (również w kontekście relacji nakład/rezultat); określ wymiar innowacyjności produktu i scharakteryzuj go; wskaż wartość dodaną innowacji w stosunku do obecnej praktyki.**
- **Wskaż bariery niepozwalające na stosowanie obecnie proponowanego rozwiązania/podejścia.**
- **Określ i opisz produkt finalny projektu oraz wskaż co będzie przedmiotem upowszechniania i włączania do polityki.**



## Wniosek o dofinansowanie PIT (3)

### 3.3 Działania

- Opisz działania służące osiągnięciu celów projektu, **w tym strategię upowszechniania i włączania produktu finalnego do polityki.**
- **Opisz, w jaki sposób w przygotowanie i realizację projektu zostali/zostaną włączeni przedstawiciele grup docelowych.**

## Wniosek o dofinansowanie PIT (4)

### 3.4 Rezultaty

- Opisz rezultaty projektu w odniesieniu do planowanych działań.
- Opisz, w jaki sposób rezultaty przyczynią się do osiągnięcia celów projektu.
- **Określ, co będzie stanowiło o sukcesie działań upowszechniających i włączających w politykę.**
- **Określ potencjalne ryzyko i właściwe działania zapobiegawcze.**
- Opisz, w jaki sposób rezultaty będą monitorowane i **jak prowadzona będzie ewaluacja.**

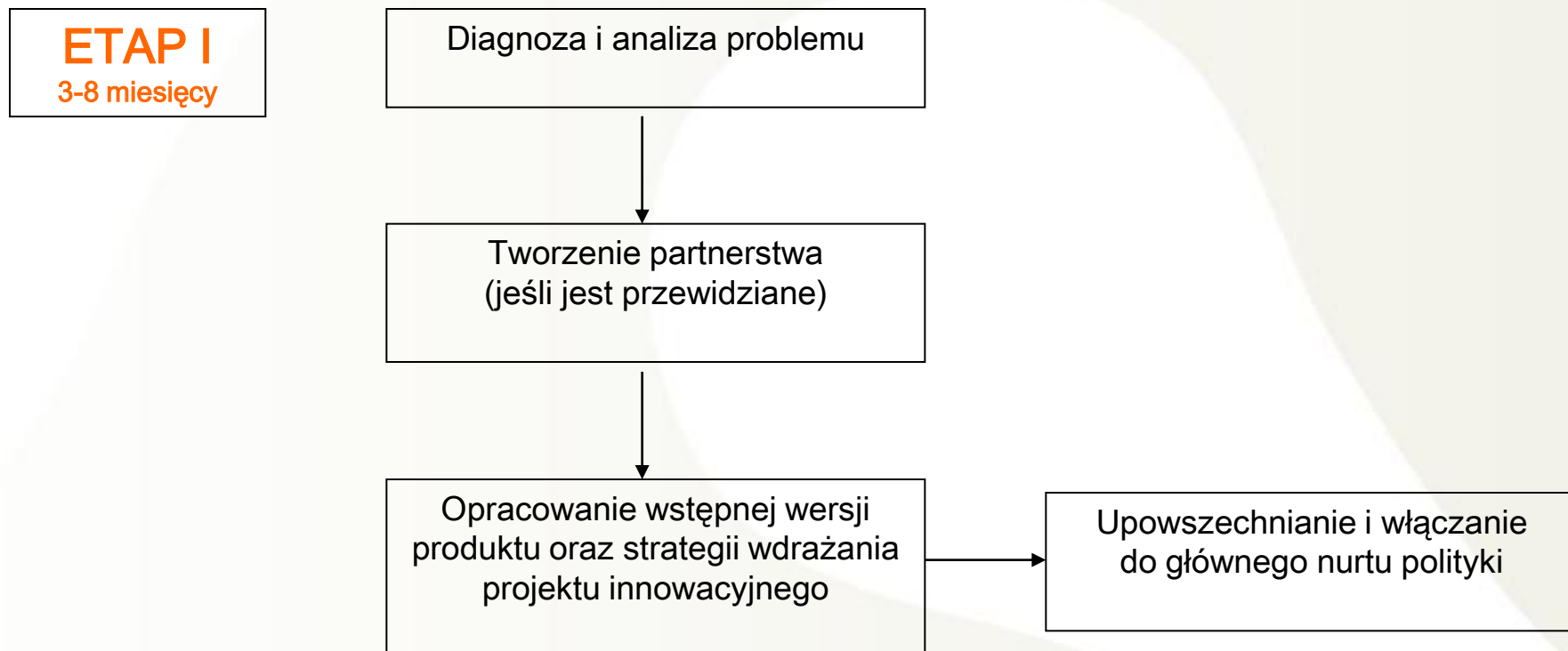
## Wniosek o dofinansowanie PIT (5)

### 3.5 Potencjał projektodawcy i zarządzanie projektem

- Opisz doświadczenie w realizacji podobnych przedsięwzięć/projektów i **potencjał instytucjonalny wykonawców (lidera i partnerów)**.
- Opisz w jaki sposób projekt będzie zarządzany oraz jaka kadra będzie zaangażowana w realizację projektu (wskaż stanowiska w projekcie i kompetencje osób, które będą je zajmowały).
- Opisz rolę partnerów lub innych instytucji (**w tym podwykonawców**) zaangażowanych w projekt.
- Wpisz przychody, jakie osiągnął projektodawca/partnerzy za poprzedni rok obrotowy.

## Etapy realizacji PIT (1)

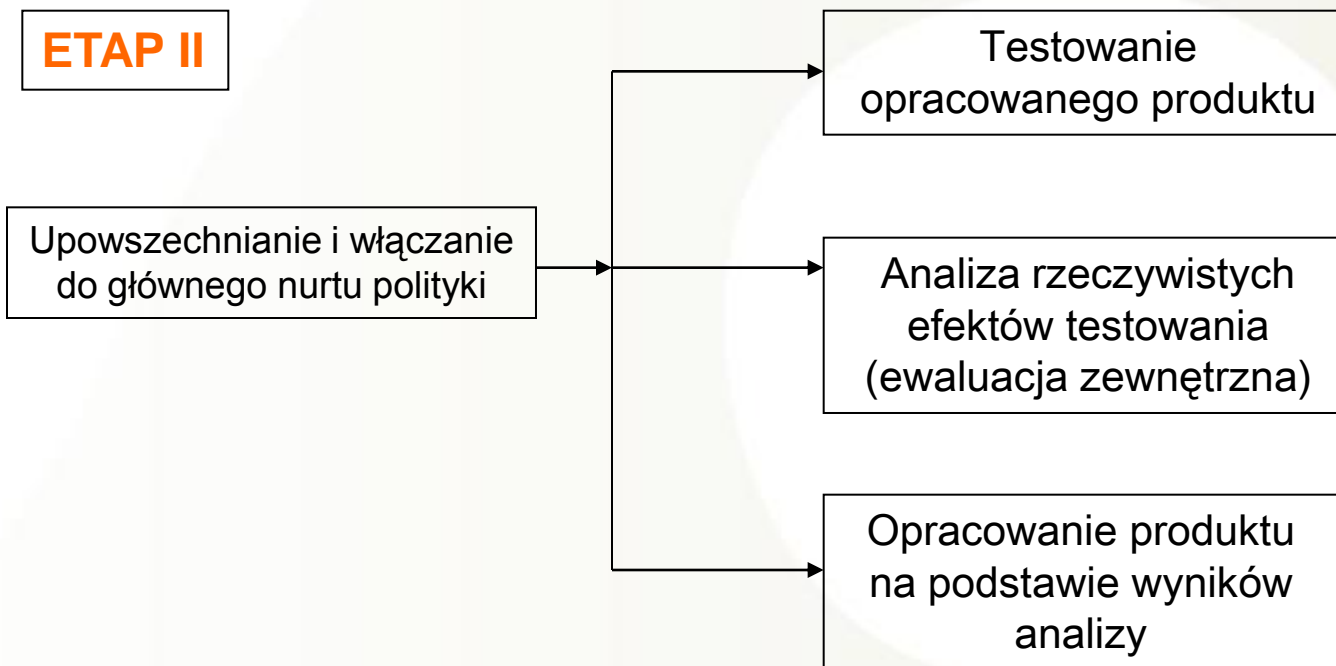
### I etap przygotowanie



## Etapy realizacji PIT (2)

### II etap wdrożenie

#### ETAP II



## I etap przygotowanie (od 3 do 8 miesięcy)

### Diagnoza i analiza problemu:

- wypracowanie produktu wymaga zidentyfikowania rzeczywistych potrzeb, problemów i ich przyczyn;
- przeanalizowanie istniejących danych – analiz statystycznych i opracowań wyników badań;
- jeśli pewne kwestie nie zostały dotychczas szczegółowo rozpoznane, wówczas niezbędne jest precyzyjne zidentyfikowanie deficytów wiedzy i na tej podstawie zaplanowanie własnych badań;
- udział grup docelowych – ich wiedza o przedmiocie badania może pomóc w jego zaplanowaniu.

## I etap przygotowanie (od 3 do 8 miesięcy)

### Tworzenie partnerstwa (jeśli dotyczy)

- powinno wynikać z autentycznej, udowodnionej potrzeby projektu (to dodatkowe korzyści, ale i dodatkowe koszty);
- podział zadań pomiędzy partnerami musi wskazywać na wspólną pracę nad produktami;
- jeśli projekt zajmuje się rozwiązaniami, którymi potencjalnie będą zainteresowane podmioty z różnych sektorów - partnerstwo wielosektorowe;
- jeśli rezultaty projektu będą przydatne w jednym sektorze - partnerstwo jednosektorowe;
- umowa partnerska musi być zgodna ze wzorem zawartym w dokumencie *Zakres realizacji projektów partnerskich określony przez Instytucję Zarządzającą PO KL.*

## I etap przygotowanie (od 3 do 8 miesięcy)

### Opracowanie wstępnej wersji produktu oraz strategii wdrażania projektu innowacyjnego

- ponowne przemyślenie podejścia do realizacji projektu, w tym do pomysłu na produkt finalny;
- wyniki analiz i badań mogą wykazać, że wiedza o problemie nie była pełna;
- ważna jest elastyczność, otwarcie na nowe informacje, napływające w wyniku badań, w trakcie działań upowszechniających i włączających do głównego nurtu polityki;
- ponowne opisanie produktu finalnego – praca całego zespołu zaangażowanego w realizację projektu;
- sporządzenie wykazu elementów produktu, a szczegółowa charakterystyka każdego z nich.



## I etap przygotowanie (od 3 do 8 miesięcy)

### Strategia wdrażania PIT

- dodatkowe narzędzie oceny projektu innowacyjnego testującego;
- kluczowe narzędzie do zarządzania PIT;
- doprecyzowanie i uszczegółowienie projektu,;
- może się różnić od pierwotnych założeń na tyle, na ile wynika to z przeprowadzonej diagnozy, dyskusji z partnerami oraz prac nad wstępną wersją produktu finalnego;
- koncentruje się na innowacji – produkcie projektu innowacyjnego;
- uporządkowany opis, w jaki sposób projektodawca zamierza sprawdzić, czy innowacja działa zgodnie z założeniami.

## I etap przygotowanie (od 3 do 8 miesięcy)

### Strategia wdrażania PIT

- przekazywana do akceptacji na zakończenie realizacji Etapu I;
- opracowywana według wzoru, załącznikiem do niej jest wstępna wersja produktu finalnego;
- opiniowana przez Krajową Sieć Tematyczną w obszarze Dobre rządzenie;
- czas oceny i uzgadniania strategii należy przewidzieć w harmonogramie w ramach etapu II, ok. 2 miesięcy;
- nie należy zakładać realizacji zasadniczych działań projektu;
- w budżecie projektu - jedynie utrzymanie podstawowego składu zespołu projektowego i biura projektu;
- nie złożenie lub brak akceptacji dla strategii skutkuje rozwiązaniem umowy.

## II etap wdrożenie (1)

### Testowanie opracowanego produktu

- poddawanie produktu działaniu w sytuacji rzeczywistej;
- zapewnienie udziału przedstawicieli grup docelowych – użytkowników i odbiorców produktu;
- testowanie musi być przez cały czas monitorowane, zaplanowanie procesu oceny;
- zaplanowanie cyklicznych spotkań uczestników testowania z ekspertami zespołu, dyskusje nad pojawiającymi się problemami;
- działania upowszechniające i włączające są mniej intensywne na tym etapie.

## II etap wdrożenie (2)

### **Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu**

- zgromadzenie wszystkich danych z fazy testowania i ich ocena.

### Obowiązkowa ewaluacja zewnętrzna:

- ustalenie, czy zostały osiągnięte zamierzone cele;
- poprawa istniejącego stanu rzeczy, usprawnienie działania/produktu;
- czy wypracowany produkt faktycznie jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny niż stosowane dotychczas;
- czy proponowane podejście jest atrakcyjną alternatywą dla metod stosowanych wcześniej;
- działania upowszechniające i włączające do głównego nurtu polityki powinny być w tym czasie bardziej intensywne.

## II etap wdrożenie (3)

### Opracowanie produktu finalnego

- szczegółowe opracowanie materiałów składających się na produkt (raporty, programy szkoleń, podręczniki itp. – w zależności od rodzaju produktu);
- oczekuje się, że w każdym przypadku powstanie „instrukcja stosowania produktu”, której kształt i charakter będą wynikać z jego specyfiki;
- harmonogram projektu musi zawierać czas na ewentualne dokonanie poprawek w produkcie finalnym.

# Walidacja produktu finalnego

- ocena zgodności produktu z jego założeniami, a także jego trafności i użyteczności;
- przekazanie wszystkich dokumentów/opracowań składających się na produkt finalny;
- dokonywana przez Krajową Sieć Tematyczną w obszarze Dobre rządzenie;
- nie przekazanie produktu do walidacji lub negatywny wynik walidacji skutkuje rozwiązaniem umowy o dofinansowanie projektu lub zmniejszeniem jej wartości przez IOK;
- czas przeznaczony na walidację musi zostać uwzględniony w harmonogramie projektu jako okres ograniczonego działania przez projektodawcę (2 miesiące).

## II etap wdrożenie (4)

### Upowszechnienie i włączenie do głównego nurtu polityki

- działania realizowane już od etapu tworzenia wstępnej wersji produktu finalnego;
- osobne działanie po przejściu procesu walidacji;
- **upowszechnianie** – szerokie poinformowanie o produkcie wszystkich potencjalnie zainteresowanych, np. konferencje, szkolenia, wydawane i rozpowszechniane publikacje oraz informacje o produkcie;
- **włączanie** – służy zapewnieniu, że produkt będzie w przyszłości szerzej stosowany, np. kameralne seminarium dla decydentów, cykl spotkań z kluczowymi użytkownikami;
- oba działania wymagają zastosowania odmiennych form;
- precyzyjne określenie, logiczne uzasadnienie, kto i w jakiej liczbie będzie odbiorcą poszczególnych instrumentów.

## Dokumenty

Wszystkie dokumenty związane z PO KL, w tym w szczególności:

- Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013. Wytyczne w zakresie wdrażania projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej w ramach PO KL;
- Zasady dokonywania wyboru projektów w ramach PO KL;
- Podręcznik przygotowania wniosków o dofinansowanie projektów w ramach PO KL;
- Projekty innowacyjne. Poradnik dla projektodawców PO KL.



**Dziękuję Państwu za uwagę**

