

**Ocena strategii
wdrażania projektu innowacyjnego**

**pt. „Im wcześniej tym skuteczniej”- innowacyjna metoda
programowego wdrożenia uczniów ostatnich klas szkół
ponadgimnazjalnych w zagadnienia ekonomii społecznej.”**

Wnioskodawca: POLSKA FUNDACJA OŚRODKÓW WSPOMAGANIA
ROZWOJU GOSPODARCZEGO „OIC POLAND” Z SIEDZIBĄ W LUBLINIE

Oceniający:

Barbara Matysik

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

NIE

*Prezentowana strategia zawiera ogólny opis badań wykonanych w I etapie
Nieprawidłowo przedstawiono wyniki diagnozy pogłębionej na podstawie badań własnych.*

2. Czy cel projektu jest taki sam, jak zadeklarowane przez beneficjenta w strategii brzmienie celu cytowanego z wniosku o dofinansowanie?

TAK

Cel główny projektu w Strategii wdrażania oraz cel główny we wniosku o dofinansowanie, są tożsame.

3. Czy wskaźniki są właściwie zdefiniowane?

NIE

- wskaźniki założono po wprowadzeniu innowacji,
- niepoprawnie określono wskaźniki realizacji w stosunku do wybranych celów szczegółowych,
- nie zdefiniowano prawidłowo wskaźników dla każdego z etapów wdrażania projektu (testowania, upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki),
- dobór wskaźników i narzędzi pomiaru nie jest w pełni adekwatny,
- uwzględniono obie grupy adresatów projektu tj. odbiorców (młodzież) i użytkowników (nauczycieli)

4. Czy wartości docelowe wskaźników celu i sposób ich pomiaru oraz źródła weryfikacji zostały określone prawidłowo (odpowiednio do celu)?

NIE

- wskazano narzędzia pomiaru i sposoby weryfikacji wskaźników,
- nie zróżnicowano wskaźników produktów i wskaźników rezultatu,
- nie określono czasu pomiaru wskaźników,
- brakuje wartości wyjściowych (początkowych) dla przyjętych, wszystkich wskaźników

5. Czy przedstawiona innowacja została opisana kompleksowo, z uwzględnieniem wszystkich wymaganych elementów, w tym czy wstępna wersja produktu finalnego jest innowacyjna w kontekście działań realizowanych/niezrealizowanych w Polsce?

NIE

- opis innowacji - ogólny,
- sposoby doboru grup docelowych użytkowników i odbiorców zarówno na etapie testowania i użytkowania – prawidłowy,
- wskazana liczebność ww. grup,
- wstępna wersja produktu finalnego i produktów cząstkowych przedstawiona prawidłowo,
- opis przewagi nowej metody nad dotychczasową praktyką w tym, w kontekście relacji nakład/rezultat jest pobieżny,
- ogólny, nieskwantyfikowany opis jakościowych efektów wdrożenia innowacji,
- wartość dodana: „uniwersalność i możliwość zastosowania (elementów tj. ćwiczenia czy film), podczas innych zajęć i w pracy uczniami np. w *praktyce nauczania nowego przedmiotu „Ekonomia w praktyce”*, WOS, czy też podczas dodatkowych zajęć i kół zainteresowań.
- przedstawiono ogólnie wymagane warunki, by innowacja działała właściwie

6. Czy przedstawiony sposób testowania gwarantuje rzetelność testu produktu finalnego i odpowiada specyfice projektów innowacyjnych w odniesieniu do liczebności grup docelowych?

NIE

Opis zaproponowanego sposobu testowania produktu finalnego i częściowych nie gwarantuje rzetelność i wiarygodności przeprowadzonego testu produktu finalnego. Wskazano narzędzia i materiały podlegające testowaniu, jednak nie wskazano terminów i miejsc testowania. Wielkość grupy docelowej określona prawidłowo.

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

NIE

Ogólnie wskazano działania w zakresie monitoringu przebiegu projektu ,ewaluacji wewnętrznej i ewaluacji zewnętrznej. Nie określono prawidłowo mierników monitoringu i ewaluacji (tj. narzędzi i technik badawczych prowadzonych badań, liczby respondentów, terminu badań, sposobu ich przeprowadzenia). Przedstawiono zadania w zakresie ewaluacji wewnętrznej . Nie wskazano rzeczowych zadań w zakresie ewaluacji zewnętrznej. Określono ogólnie kryteria wyboru ewaluatora zewnętrznego. Opisu sposobu przeprowadzenia ewaluacji zewnętrznej nie jest prawidłowy.

8. Czy właściwie zdefiniowano adresatów i działania w ramach strategii upowszechniania?

TAK

Adresaci upowszechniania Strategii zostali poprawnie wskazani i opisani w wymiarze docelowym oraz w wymiarze upowszechniania i włączania. Przedstawiono ich wewnętrzne i zewnętrzne znaczenie dla projektu. Wybór adresatów upowszechniania został uzasadniony. Przedstawiono instrumenty działań oraz ich rolę w upowszechnianiu produktów projektu.

9. Czy właściwie zdefiniowano adresatów i działania w ramach strategii włączania do głównego nurtu?

NIE

Adresaci włączania Produktu do głównego nurtu polityki zostali zdefiniowani prawidłowo. Pominięto „lobbing” u kluczowych osób i instytucji na rzecz programowego i systemowego nauczania podstaw ekonomii społecznej w woj. lubelskim w szkołach ponadgimnazjalnych. Ogólnie opisano mainstreaming horyzontalny i wertykalny.

10. Czy proponowane działania i ich adresaci gwarantują skuteczność włączania do głównego nurtu polityki?

NIE

Zaproponowana lista adresatów i szczegółowy plan działań w zakresie wertykalnego i horyzontalnego mainstreaming'u nie gwarantuje pełnej skuteczności włączania do głównego nurtu polityki. Przedstawiony plan działań nie zapewnia szerokiego dotarcia produktu, lobbingu i promocję produktu finalnego w skali regionu i kraju.

11. Czy analiza ryzyka pozwala na określenie potencjalnych zagrożeń i zaplanowanie działań w celu zmniejszenia ich negatywnych skutków?

TAK

Analiza ryzyka jest ogólnie, lecz wystarczająco przeprowadzona .

12. Czy analiza ryzyka przewiduje właściwe sposoby ograniczania najważniejszych zagrożeń?

TAK

Z analizy ryzyka wynikają sposoby redukowania najistotniejszych zagrożeń. Działania zapobiegawcze lub/i strategie naprawcze polegają głównie na unikaniu ryzyka poprzez bieżącą korektę planowanych działań, łagodzenie skutków i unikanie w postaci reagowania na nieprawidłowości.

13. Czy wstępna wersja produktu finalnego jest adekwatna do założeń opisanych w strategii? (weryfikacja na podstawie załącznika – wstępnej wersji produktu finalnego)

NIE

Wstępna wersja produktu finalnego i produktów cząstkowych nie jest w pełni adekwatna do założeń opisanych w strategii. Produkty cząstkowe przedstawiono w formie utrudniającej ich praktyczną implementację. Produkt finalny przedstawiono w sposób kompletny, co jednak nie uprawnia do przejścia do kolejnego etapu wdrażania projektu innowacyjnego, czyli testowania. Opiniowana Strategia wymaga korekty , jak i produkty cząstkowe przeznaczone dla uczniów.

14. Czy wstępna wersja produktu finalnego może zostać poddana testowaniu? (weryfikacja na podstawie załącznika – wstępnej wersji produktu finalnego)

NIE

Wstępna wersja produktu finalnego nie powinna podlegać testowaniu z uwagi na szereg braków wskazanych w kolejnych pkt. listy sprawdzającej oraz wzajemnych niespójności. Ponadto Projektodawca wniósł do Strategii zmiany w stosunku do wniosku o dofinansowanie, a ich zakresu i powodu nie opisuje. Strategia oraz proponowane produkty, przed ich testowaniem i upowszechnianiem wymagają uwzględnienia i dokonania uzupełnień oraz wprowadzenia proponowanych zmian.

Rekomenduję

zatwierdzić warunkowo opiniowaną Strategię, pod warunkiem dokonania przez Projektodawcę :

Produkt finalny o przedstawionej w Strategii zawartości merytorycznej nie może podlegać testowaniu i upowszechnianiu bez stawiania dodatkowych warunków, co do korekt i uzupełnień. Treść wniosku i strategii wskazują na błędy i uchybienia przy ich opracowaniu. Mimo, iż projekt jest innowacyjny w kontekście grupy docelowej oraz proponowanych form wsparcia, to nie został przygotowany w oparciu o rzetelne pogłębione analizy ilościowo – jakościowe oraz zawiera niepełny opis testowania, monitoringu upowszechniania i włączania. Natomiast zaproponowany produkt może być implementowany z powodzeniem w skali regionu i kraju po warunkiem dokonania zmian. Ponadto celem systemowego i programowego nauczania młodzieży gimnazjalnej podstaw ekonomii społecznej w ramach przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości” pominięto konieczność działań na rzecz zmian legislacyjnych i ponoszenia nakładów finansowych.

Warunki zatwierdzenia Strategii :

- 1) Rzetelne uzasadnienie realizacji projektu i przedstawienia wyników własnych badań i analiz pogłębionych
- 2) Poprawne zdefiniowanie wskaźników,
- 3) Dokonania korekty przedstawionych wartości docelowych wskaźników, celu i sposobu ich pomiaru,
- 4) Doprecyzowania sposobu testowania,
- 5) Uszczegółowienia monitoringu.
- 6) Uszczegółowienie opisu działań w ramach mainstreamingu horyzontalnego i w ramach mainstreamingu wertykalnego,
- 7) uwzględnienie lobbyngu proponowanych produktów

Dziękuję Państwu za uwagę

Barbara Matysik