

## **Uzasadnienie**

Zgodnie z wytycznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie wdrażania projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej w ramach PO KL z dnia 24 sierpnia 2012 r. oraz *Koncepcją Funkcjonowania Sieci Tematycznych w okresie programowania 2007 – 2013 w ramach PO KL z maja 2012 r.* do zadań Sieci Tematycznych należy m. in. opiniowanie strategii wdrażania projektów innowacyjnych, realizowanych w komponencie regionalnym. Sieci Tematyczne zobowiązane są do rekomendowania instytucjom organizującym konkurs akceptację, warunkową akceptację lub odrzucenie danej strategii. Sieć tematyczna każdorazowo wskazuje uzasadnienie dla wydanej opinii.

W oparciu o przedłożoną w dniu 24 grudnia 2013 r. strategię wdrażania projektu innowacyjnego testującego pt. „**PI-Wirtualny Asystent Kariery 50+**” wraz z opisem wstępnej wersji produktu finalnego - projektu realizowanego przez **Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości**. Regionalna Sieć Tematyczna Województwa Lubelskiego rekomenduje warunkową akceptację przedmiotowej Strategii, przy założeniu uzupełnienia jej przez Beneficjenta zgodnie z uwagami Eksperta:

1. W opisach wyników I etapu - w analizie źródeł zastanych - należy nawiązać do zwalidowanych produktów finalnych innych projektów innowacyjnych testujących i upowszechniających w tym temacie. Uzupełnienia wymaga deklaracja Wnioskodawcy, że uzyskane wyniki przeprowadzonych badań potwierdziły lub poszerzyły o nowe elementy przyjęte we wniosku o dofinansowanie założenia- np. pozwoliły na doprecyzowanie ram projektu, umożliwiły na ich podstawie lepsze dopasowanie produktu innowacyjnego do potrzeb grupy docelowej i zaproponowanie rozszerzenia wstępnej wersji produktu finalnego
2. W opisie celów innowacji należy uzupełnić opis pożądanego stanu po wdrożeniu innowacji o rezultaty działań upowszechniających oraz wykazać większą liczbę wdrożeń replikujących produkt finalny w MMSP w woj. lubelskim
3. Należy ustanowić wskaźniki wykonania spełniające wymogi SMART, pozwalające ocenić efektywność merytoryczną projektu z jasnym uwzględnieniem każdej z faz wdrażania projektu (uzupełnić brakujący wskaźnik pomiaru działań upowszechniających) oraz z ich przypisaniem do kategorii odbiorców i/lub użytkowników .
4. Należy ustanowić wartości początkowe i wartości docelowe wskaźników wykonania umożliwiające pomiar efektywności merytorycznej projektu oraz określić adekwatne do charakteru wskaźników sposoby i źródła ich pomiaru.
5. Należy uzupełnić braki informacyjne w opisach innowacji - tj.:
  - a/ ujednolicić klasyfikację podkategorii docelowych odbiorców i użytkowników dla każdej z faz wdrażania projektu;
  - b/ ujednolicić nazewnictwo różnych podmiotów uczestniczących w testowaniu;

c/ należy rozważyć konieczność pozyskania partnera instytucjonalnego z woj. lubelskiego dla zwiększenia rozmiarów ilościowych realnej implementacji PF w MMSP w woj. lubelskim i zapewnienia trwałości rezultatów projektu.

6. W opisach sposobów testowania należy:

a/ przedstawić czytelny plan działań testujących z jednoznacznym określeniem zadań odbiorców, testerów i personelu projektu;

b/ szerzej opisać planowane szkolenia – ich strukturę programową oraz aspekty techniczno-organizacyjne;

c/ w doborze testerów zapewnić odpowiednią reprezentatywność pod względem wielkości i profilu firm adekwatnie do faktycznej struktury podmiotów gospodarczych w woj. lubelskim

7. Należy uzupełnić opis sposobów sprawdzania, czy innowacja działa o:

a/ zaplanowanie oddzielnej ewaluacji dla każdej z faz /procesów realizacji projektu;

b/ wprowadzenie w monitoringu każdej z faz wdrażania projektu pomiaru efektów rzeczowych zastosowania innowacji dla odbiorców i użytkowników;

c/ należy także rozważyć rezygnację z analizy benchmarking'owej

8. Należy określić sposoby pomiaru skuteczności działań upowszechniających i włączeniowych, sposoby pozyskania dla celów wdrożeniowych większej liczby przedsiębiorców (kadry zarządzającej i reprezentacji środowiska zorganizowanych pracodawców/przedsiębiorców) oraz jasno określić, co zostanie uznane za sukces strategii upowszechniania i włączania (oddzielnie dla każdej z tych 2 strategii) produktu finalnego do głównego nurtu polityki. Ponadto uściślenia wymagają:

a/ opisy kampanii lobbingowej

b/ opisy planowanych spotkań w ramach strategii upowszechniania i włączania – oddzielnie w każdej z nich;

c/ rozważenie konieczności zwiększenia liczby form kontaktów bezpośrednich z potencjalnymi interesariuszami – zwłaszcza z pracodawcami, jako osobami kluczowymi dla powodzenia działań upowszechniających i włączeniowych .

**Przewodniczący  
Regionalnej Sieci Tematycznej  
Województwa Lubelskiego**

**Iwona Nakielska**