



Załącznik nr 26
„minimalny zakres opisu produktu finalnego grantu/innowacji społecznej”
opracowany przez Grantobiorcę
Załącznik nr 26c
„opis pomysłu”
opracowany przez Inkubator
w ramach projektu
CZAS NA STAŻ – granty dla innowatorów społecznych
oferujących nowe rozwiązania praktycznej nauki zawodu
w przejściu z edukacji do pracy

OPIS PRODUKTU FINALNEGO

Skrócony tytuł pomysłu – innowacji społecznej

Tytuł: **BONUS ZA LOS** – badanie losów absolwentów z zastosowaniem metod bonusowych

OPIS produktu finalnego

PROBLEM, na który odpowiada produkt finalny

Należy krótko opisać problem, który rozwiązuje produkt finalny:

Innowacją jest model badania losów absolwentów z zastosowaniem metod bonusowych rozwiązujący aktualne bariery w ocenie efektywności kształcenia zawodowego. Rozwiązanie odpowiada na podstawowy problem zachęty młodzieży do dzielenie się informacjami o swoich losach zawodowych po zakończeniu edukacji. Model zaoferuje sprawdzone instrumenty „opłacania” respondentów lub „motywowania” uczniów szkół zawodowych lub studentów do badania losów zawodowych absolwentów ich szkoły czy uczelni. Konieczne jest wypracowanie takiej metody badania losów absolwentów, która zapewni z jednej strony ciągłość badania (większe zaangażowanie respondentów) oraz większą reprezentatywność próby (zaangażowanie respondentów, którzy ze względu na swoją sytuację zawodową lub osobowość nie mają naturalnej, wewnętrznej motywacji do udziału w badaniu). Rozwiązaniem w obu przypadkach jest system bonusowy, dający wymierną, zewnętrzną motywację do udziału w badaniach (płatność za udział) oraz do angażowania kolejnych respondentów w ramach społecznej sieci wsparcia (bonus za pozyskanie kolejnych respondentów) na zasadach śnieżnej kuli. Testowane będą różne formy bonusów (bony zakupowe, vouchery, rabaty, karty podarunkowe, etc..) oraz różne zasady płatności (za ankietę, wytrwałość, jakość odpowiedzi czy za pozyskanie kolejnych respondentów). Rozwiązanie realizuje wprost potrzeby uczelni w zakresie uczciwej konkurencji z innymi uczelniami na etapie rekrutacji i oceny jakości kształcenia. Tylko rzetelne badanie losów absolwentów może zmienić obecną sytuację, gdyż da kandydatom do nauki oraz pracodawcom, wymierne narzędzia oceny jakości kształcenia, promujące rzetelne, lecz mniej okazałe uczelnie i szkoły.

ELEMENTY, z których składa się innowacja/produkt finalny

Należy wskazać elementy składowe produktu finalnego, części modelu, etapów rozwiązania, narzędzi:

Innowacja składa się z kilku kluczowych elementów odpowiadających etapom wsparcia:



1. Pozyskanie partnerów do tworzenia oferty e-sklepu z nagrodami dla respondentów, w szczególności stworzenie kilku kategorii nagród, bonusów w zależności do poziomu zaangażowania respondenta w badanie – na przykład prosta nagroda w formie bonu zakupowego za wypełnienie ankiety podstawowej, nagroda podwojona za wypełnienie ankiet szczegółowych, specjalna nagroda za udział w warsztatach jakościowych FGI oraz specjalne bonusy finansowe za zaangażowanie w modelu śnieżnej kuli
2. Pozyskanie szkół i uczniów do prowadzenia badań – w szczególności zaangażowanie szkół do wysłania uczniom zaproszenia do badań CAWI z funkcją e-sklepu oferującego bonusy za dane o swoich losach zawodowych i opiniach o jakości kształcenia w szkole
3. Zarządzanie ankietą CAWI i e-sklepem w trakcie prowadzenia badań
4. Przeprowadzenie badań jakościowych z respondentami deklarującymi udział w tej części badań
5. Dystrybucja nagród i bonusów.

NARZĘDZIA, przygotowane do wykorzystania przez przyszłych użytkowników innowacji

Należy krótko scharakteryzować narzędzia innowacji rekomendowane do przyszłych zastosowań:

Kluczowym narzędziem jest podręcznik użytkownika opisujący metodę prowadzenia badań absolwentów z modelem bonusów za losy. Do podręcznik dołączono narzędzia szczegółowe, takiej jak:

1. Opis modelu badania losów absolwentów z zastosowaniem internetowej ankiety CAWI z funkcjonalnością e-sklepu, czyli bonusów dla respondentów
2. Narzędzie CAWI do badania losów absolwentów składa się na pakiet 9 narzędzi badawczych, uwzględniających cele badania losów absolwentów
3. Listy do szkół i uczniów, jako propozycja zaproszeń kierowanych do szkół uczestniczących w badaniu oraz do absolwentów szkoły
4. Scenariusz FGI, jako propozycja warsztatu badawczego w trakcie spotkania absolwentów na spotkaniu po latach
5. Ankiety badawcze na spotkaniu jakościowych FGI, jako propozycja zastosowania kwestionariuszy psychologicznych do zastosowań na warsztacie FGI (przykładowe scenariusze – przedstawione w podręczniku należy zakupić w pracowni testów psychologicznych lub w Narodowych Forum Doradztwa Kariery)
6. Metoda śnieżnej kuli, wraz z instrukcjami dla nauczycieli szkoły zawodowej prowadzących spotkanie absolwentów po latach.

ZASTOSOWANIE produktu finalnego

UŻYTKOWNICY, którzy będą mogli wykorzystać produkt finalny

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych użytkowników produktu finalnego:

Akademickie Biura Karier poszukujące bardziej efektywnych form badania losów absolwentów niż tradycyjna wysyłka ankiet pod adresy absolwentów. Alternatywnie...



tywnym użytkownikiem są instytucje rynku pracy prowadzące badania losów absolwentów, szkoły średnie, w szczególności zawodowe monitorujące jakość i efektywność kształcenia.

ODBIORCY, do których kierowana jest innowacja:

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych odbiorców produktu finalnego:

Odbiorcą bezpośrednim jest użytkownik innowacji, prowadzący badania na własny użytek. Odbiorcami pośrednimi są studenci i uczniowie szkół zawodowych korzystający z monitorowanej jakości kształcenia oraz pracodawcy korzystający ze współpracy z uczelniami korygującymi swoją ofertę edukacyjną lub metody edukacyjne w wyniku przeprowadzonych badań.

DZIAŁANIA konieczne dla zastosowania/wdrożenia innowacji:

Należy wymienić etapami podstawowe działania użytkownika niezbędne do zastosowania produktu:

Rozwiązanie jest samoobsługowe i na poziomie ankietera nie wymaga specjalnego zastosowania narzędzia CAWI poza wsparciem respondentów w tworzeniu własnych profili. Najważniejszym wyzwaniem dla ankieterów jest dotarcie do respondentów z zakładanej próby badawczej (absolwenci konkretnej szkoły, konkretnych roczników, uczestników projektów - w zależności do potrzeb użytkownika modelu oraz zmotywowanie respondentów do skorzystania z oferty e-sklepu w modelu Bonus za Los. Rozwiązanie na poziomie administratora wymaga wdrożenia rozwiązania poprzez następujące etapy:

7. tworzenie profili instytucji partnerskich, sponsorów, oferentów e-sklepu;
8. rozliczanie ankieterów i dystrybucja nagród;
9. raportowanie okresowe i analiza danych na potrzeby własne lub na zamówienie klientów zewnętrznych takich jak uczelnie, samorządy, urzędy pracy.

KOSZT zastosowania innowacji:

Należy oszacować przybliżony koszt zastosowania innowacji w praktyce (poza projektem) w przeliczeniu na 1 uczestnika (odbiorcę) lub miesiąc funkcjonowania rozwiązania w działalności przyszłego użytkownika:

Podstawowym kosztem zastosowania innowacji jest koszt udzielenie bonusów i nagród. W tym przypadku podstawowym wyzwaniem jest pozyskanie partnerów lub sponsorów strategicznych, którym zależy na wynikach badania losów absolwentów (na przykład w celach rekrutacji personelu) lub chcących promować wśród absolwentów swoje produkty lub usługi. W rozwiązaniu takim bonusy finansowe, na przykład bony zakupowe mogą być zastępowane nagrodami rzeczowymi przekazywanymi przez sponsorów. Organizator badania może też zaoferować swoje, niefinansowe bonusy – na przykład udział w realizowanych zajęciach, imprezach, koncertach, szkoleniach, co zmniejszy koszty badania związane z oferowaną pulą nagród i bonusów za zaangażowanie respondentów. Także tradycyjny list na adres absolwenta z zaproszeniem do skorzystania z CAWI i zaproszeniem na fokus badawczy wraz z propozycją bonusów (kodem QR, linkiem do e-sklepu i CAWI) może być zastąpiony korespondencją mailową pod warunkiem, że badania nie są zbyt odroczone, co na ogół wiąże się z deaktualizacją adresów mailowych podanych przez studentów lub uczniów w trakcie nauki.



MODYFIKACJE produktu finalnego

ZAKRES MOŻLIWYCH ZMIAN produktu finalnego:

Należy wskazać zakres możliwych zmian w produkcji, narzędziach (z zachowaniem efektywności rozwiązania):

Kluczowym obszarem modyfikacji są pytania badawcze, czyli zakres ankietyzacji. W badaniu CAWI można też pominąć kwestionariusze lub dołączyć inne kwestionariusze stosowane przez użytkownika, tak by osiągnąć efekt badań longitudinalnych. Należy podkreślić, iż innowacją jest pomysł na prowadzenie badań losów absolwentów z pakietem bonusów w e-sklepie zintegrowanym z dowolnym narzędziem CAWI, dlatego też narzędzie CAWI może być dowolnie modyfikowane tak jak sama oferta e-sklepu. Możliwe jest też zastąpienie e-sklepu prostym regulaminem z cennikiem zaangażowania, określającym co oferowane jest respondentom za różny zakres zaangażowania oraz sposób odebrania bonusów, który nie musi korzystać z formy e-sklepu. Możliwe jest też ograniczenie nagród tylko do respondentów angażujących się na poziomie liderów metody śnieżnej kuli, czyli wynagradzanie za osoby pozyskane do badań, wtedy konieczne jest uwzględnienie w ankiecie danych lub ustalonego kodu osoby polecającej, która gromadzić będzie punkty za ankiety wypełnione przez kolegów i koleżanki, czyli pozyskanych rówieśników z czasów nauki.

ROZWÓJ produktu finalnego i REKOMENDACJE do dalszych prac:

Należy wskazać obszary dalszego rozwoju rozwiązania lub dostosowania do innych problemów lub odbiorców:

Rozwiązanie można zastosować na skalę kraju, przy jednym administratorze krajowym lub wdrażać na poziomie regionów lub miast, które prowadzą odrębne działania rozwoju lokalnego zorientowane na lokalną gospodarkę (konkurowanie o absolwentów). Dodatkowo rozwiązanie może być stosowane na poziomie konkretnych uczelni (biur karier) jako narzędzie marketingu i PR wskazujące na zainteresowanie uczelni jakością kształcenia, losami absolwentów wraz z ofertą bonusów po ukończeniu nauki na uczelni. Dodatkowo rozwiązanie po niewielkich modyfikacjach może być zastosowane na poziomie regionów, miast, organów prowadzący a nawet pojedynczych szkół zawodowych i technicznych, których absolwenci wchodzi na rynek pracy lub kontynuują edukację zawodową. Rozwiązanie w takim przypadku byłoby zastosowane na niższym poziomie tranzykcji z edukacji do pracy. Powyższe świadczy o wysokiej uniwersalności rozwiązania w kontekście szerokiego spektrum interesariuszy i użytkowników modelu. Rozwiązanie dla klienta (ankietera tworzącego sieć wsparcia lub kulę śnieżną) będzie w zasadzie samoobsługowe – poprzez wybranie odpowiedniego profilu na platformie CAWI (respondent i/lub ankieter) a następnie samodzielne gromadzenie punktów z ankietyzacją własną (w zależności do zaawansowani ankiet) lub ankietyzacją powiązaną w ramach zainicjowanej sieci. Jedynym zadaniem zapewniającym funkcjonowanie modelu są działania administrowania e-sklepem w zakresie tworzenia i finansowania katalogu nagród (wraz z ich dystrybucją i pozyskanie sponsorów) oraz z zakresie obsługi merytorycznej Platformy CAWI (opracowanie danych, tworzeni raportów własnych i na zamówienie) i obsługi wsparcia doradczego i szkoleniowego w ramach tematów szkoleń zintegrowanych z badaniami FGI (poprzez zapewnienie personelu, sal lub telekonferencji).



OPIS INNOWACJI

POMYSŁ

Skrócony OPIS:

Innowacyjny model badania losów absolwentów z zastosowaniem metod bonusowych rozwiązujący aktualne bariery w ocenie efektywności kształcenia zawodowego szkół zawodowych i uczelni. Rozwiązanie odpowiada na podstawowy problem zachęty młodzieży do dzielenia się informacjami o swoich losach zawodowych po zakończeniu edukacji. Model oferuje internetowe lub finansowe instrumenty opłacania respondentów lub motywowania uczniów szkół zawodowych i studentów do badania losów zawodowych absolwentów ich szkoły czy uczelni.

Dla Kogo?

Dla biur karier poszukujących nowych form badania losów absolwentów w oparciu o współpracę z absolwentami.

Kontakt i wsparcie użytkowników:

Pomysł i realizacja testu: Wyższa Szkoła Ubezpieczeń, Biuro Karier.

Inkubator: Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, fundacja@bfkk.pl, +48 85 653 77 00, www.bfkk.pl, www.czasnastaz.edu.pl, Koordynator: Michał Skarzyński