

Gender Index na Warmii i Mazurach

Raport z ewaluacji projektu

Opracował:
Dr Bogdan Tchórz

Olsztyn 2010

I. Wprowadzenie

W ramach działania 8.1. Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie oraz poddziałania 8.1.3. Wzmocnienie lokalnego partnerstwa na rzecz adaptacyjności w okresie od 1 czerwca 2009 r. do 30 lipca 2010 r. realizowany był projekt pt.: „Gender Index na Warmii i Mazurach”. Celem głównym projektu było upowszechnienie wśród pracodawców, pracowników, instytucji samorządowych, organizacji pozarządowych i lokalnej społeczności Warmii i Mazur rozwiązań Programu Inicjatyw Wspólnotowych Equal (PIW Equal) dotyczących godzenia życia zawodowego i rodzinnego oraz zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. Inspiracją do podjęcia działań w tym zakresie była niekorzystna sytuacja kobiet na rynku pracy w województwie warmińsko-mazurskim poparta następującymi danymi statystycznymi:

- odnotowany, istotny spadek aktywności zawodowej kobiet, zwłaszcza po 45 roku życia,
- zatrudnianie częściej kobiet aniżeli mężczyzn w niepełnym wymiarze czasu pracy,
- zatrudnianie kobiet na niższych stanowiskach aniżeli mężczyzn przy tych samych kwalifikacjach,
- zatrudnianie kobiet za niższe wynagrodzenie aniżeli mężczyzn na równorzędnych stanowiskach.

Jak pokazują badania powyższa sytuacja wynika z konieczności łączenia, w większym zakresie obowiązków rodzinnych z pracą zawodową kobiet aniżeli mężczyzn oraz niewłaściwej polityki kadrowej prowadzonej przez pracodawców, która ogranicza kształcenie i rozwój kariery zawodowej kobiet.

Problem ten nie dotyczy tylko regionu warmińsko-mazurskiego, ale obserwowany jest w całej Unii Europejskiej. Efektem prowadzonych działań prowadzonych przez PIW Equal było wypracowanie modeli zarządzania różnorodnością oraz narzędzi, które służyłyby wyrównywaniu szans obu płci na rynku pracy. Jednak ze względu na ograniczony czas upowszechniania rezultatów tych działań nadal istnieje potrzeba prowadzenia akcji informacyjno-promocyjnej w tym zakresie.

Na tym stanowisku stoi również Komisja Europejska, która na posiedzeniu Rady Europejskiej wiosną 2009 r. złożyła sprawozdanie z postępów w dziedzinie równości płci w państwach członkowskich Unii Europejskiej. Wyzwania i priorytety dotyczące zachowania fundamentalnej zasady równości kobiet i mężczyzn zawarte zostały we

wnioskach Sprawozdania Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów¹.

W świetle roli jaką może odegrać równość płci dla trwałego wzrostu gospodarczego, zatrudnienia, konkurencyjności i spójności społecznej Komisja zwróciła się do Rady Europejskiej o nakłonienie państw członkowskich do bezzwłocznego ustosunkowania się do wyzwań przedstawionych w sprawozdaniu, a w szczególności do²:

- prowadzenia określonych działań na rzecz równości płci w ramach europejskiej strategii zatrudnienia,
- niwelowania zróżnicowania płacy ze względu na płeć za pomocą specjalnych strategii łączących wszystkie dostępne instrumenty,
- promowanie, że zróżnicowanie w zarządach spółek giełdowych będzie sprzyjało zrównoważonemu i długoterminowemu środowisku decyzyjnemu,
- poprawy środków pozwalających godzić życie zawodowe z prywatnym zarówno kobietom, jak i mężczyznom, w tym urlopów rodzinnych, usług opieki i elastycznych form zatrudnienia, oraz wspierania równowagi w podziale obowiązków prywatnych i rodzinnych, aby ułatwić zatrudnienie w pełnym wymiarze czasu pracy zarówno kobietom, jak i mężczyznom,
- intensyfikacji wysiłków, mających na celu zapobieganie przemocy ze względu na płeć oraz zwalczanie jej.

Mając na uwadze powyższe beneficjent sformułował cel główny projektu jak we wstępie.

Realizacja celu głównego projektu wymagała zrealizowania celów cząstkowych, na które składały się:

- przeprowadzenie w latach 2009-2010 na terenie Warmii i Mazur 4 Kampanii Społecznych promująco-informacyjnych z zakresu polityki Gender i roli kobiety w życiu społeczno-ekonomicznym z wykorzystaniem dobrych praktyk PIW Equal,
- przeprowadzenie w 2009 r. warsztatów dla 20 promotorów z Powiatowych Centrów CSR na temat polityki Gender, dobrych praktyk i sposobu ich upowszechniania na poziomie lokalnym,
- przeszkolenie w 2010 r. 40 osób reprezentujących pracodawców, pracowników i organizacji pozarządowych, z zakresu polityki Gender, zarządzania różnorodnością i prawa pracy w obszarze równych szans w miejscu pracy,

¹ Patrz: Sprawozdanie Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów; Równość kobiet i mężczyzn – rok 2010 KOM (2009)694 wersja ostateczna, Bruksela, dnia 18.12.2009.

² ibidem, s. 12

- popularyzowanie w latach 2009-2010 nowoczesnego modelu społeczeństwa opartego na godzeniu ról zawodowych i rodzinnych z wykorzystaniem regionalnych i lokalnych środków przekazu
- promowanie wśród społeczności Warmii i Mazur dobrych praktyk i modelowych rozwiązań w zakresie zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Za kluczowe działania mające zapewnić realizację celu głównego należy uznać 3 pierwsze spośród wymienionych powyżej. Mając na uwadze powyższe w procesie ewaluacji skupiono się przede wszystkim na tych działaniach.

Projekt był skierowany do osób i instytucji z terenu województwa warmińsko-mazurskiego, reprezentujących pracodawców, pracowników, organizacje pozarządowe oraz lokalne samorządy. O wyborze grup docelowych zdecydowały następujące przesłanki:

- niska świadomość pracodawców oraz osób zarządzających w zakresie występowania zjawisk dyskryminacyjnych w ich firmach,
- istotny wpływ właścicieli oraz kadry zarządzającej na kreowanie działań mających zapewnić równość szans w miejscu pracy,
- akceptująca postawa pracowników dla zjawisk noszących znamiona dyskryminacji płciowej w miejscu pracy,
- niewystarczająca wiedza (przedstawicieli grup docelowych) co do skali i rangi problemu równouprawnienia w miejscu pracy,
- brak standardów, które uwzględniałyby w kulturze organizacji potrzebę realizowania idei równych szans kobiet i mężczyzn w życiu społeczno-ekonomicznym oraz rodzinnym.

Beneficjentem projektu (projektodawcą) jest Region Warmińsko-Mazurski NSZZ Solidarność z siedzibą w Olsztynie przy ulicy Głowackiego 28. Dla zrealizowania celów beneficjent podjął w projekcie między innymi działania w zakresie ewaluacji projektu, które miały zapewnić monitorowanie zgodności zadań z celami projektu, ocenę wykonanych działań na podstawie ankiet wypełnianych przez uczestników warsztatów i konferencji.

W tym celu zawarto umowę z ewaluatorem, w której określono następujące zadania do zrealizowania oraz terminy:

- Zadanie 1 – termin realizacji: 01.08.2009 r. – 30.09.2009 r.
 - a) opracowanie metody ewaluacji oraz harmonogramu ewaluacji,
 - b) opracowanie narzędzi ewaluacji,
- Zadanie 2 – termin realizacji: 01.10.2009 r. – 31.05.2010 r.

- a) ewaluacja warsztatów dla promotorów z zakresu Gender Index,
 - b) ewaluacja Kampanii Społecznej – konferencji dobrych praktyk,
 - c) ewaluacja działań medialnych,
 - d) ewaluacja warsztatów dla pracodawców,
 - e) ewaluacja warsztatów dla pracowników,
 - f) monitorowanie zgodności działań z celami projektu,
- Zadanie 3 – termin realizacji: 01.06.2010 r. – 30.06.2010 r.
- a) analiza ilościowa i jakościowa zebranych materiałów ewaluacyjnych,
 - b) opracowanie końcowego raportu ewaluacyjnego.

Niniejsze opracowanie opisuje proces przygotowania ewaluacji z punktu widzenia celów ewaluacji, zakresu oraz metodologii gromadzenia, analizy i prezentacji danych. Opracowanie sporządzono w oparciu o „Przewodnik po autoewaluacji projektów realizowanych w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL”.

Proces ewaluacji został przygotowany przy następujących, uzgodnionych założeniach:

Przyjęta definicja ewaluacji³:

„Sprawdzanie, czy w wyniku podejmowanych w projekcie działań powstały spodziewane rezultaty oraz czy te rezultaty przełożyły się na realizację celów projektu lub przybliżyły osiągnięcie tych celów”.

Cel główny projektu⁴:

„Do końca 2010 roku upowszechnienie wśród pracodawców, pracowników, instytucji samorządowych, organizacji pozarządowych i lokalnej społeczności Warmii i Mazur, rozwiązań PWI EQUAL dotyczących godzenia życia zawodowego i rodzinnego oraz zarządzania różnorodnością w miejscu pracy”.

Cele cząstkowe⁵:

1. Przeprowadzenie w 2009 r. warsztatów dla 20 promotorów z Powiatowych Centrów CSR n.t. polityki gender, dobrych praktyk i sposobu ich upowszechniania na poziomie lokalnym.
2. Przeprowadzenie w latach 2009 – 2010 na terenie Warmii i Mazur 4 Kampanii Społecznych promująco-informacyjnych z zakresu polityki gender i roli kobiet w życiu społeczno-ekonomicznym z wykorzystaniem dobrych praktyk PIW EQUAL.

³ Podręcznik zarządzania projektami miękkimi w kontekście Europejskiego Funduszu Społecznego, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006 – wersja elektroniczna www.efs.gov.pl.

⁴ Wniosek o dofinansowanie projektu, s. 2

⁵ ibidem, s. 2.

3. Przeszkolenie w 2010 r. 40 osób reprezentujących pracodawców, pracowników, i organizacje pozarządowe z zakresu polityki gender index, zarządzania różnorodnością, prawa pracy w obszarze równych szans i niedyskryminacji.
4. Popularyzowanie w latach 2009 – 2010 nowoczesnego modelu społeczeństwa, umożliwiającego godzenie ról zawodowych i rodzinnych, z wykorzystaniem regionalnych i lokalnych środków przekazu.
5. Promowanie w latach 2009 – 2010 wśród społeczności Warmii i Mazur informacji o wyrównywaniu szans kobiet na rynku pracy, zawierających dobre praktyki i modelowe rozwiązania.

Cel ewaluacji⁶:

„Ocena stopnia osiągnięcia zamierzonych celów w kontekście sformułowanych w projekcie produktów i rezultatów”.

Produkt (outputs):

„Przedmioty materialne i usługi powstałe w trakcie realizacji projektu z zasobów przeznaczonych na dany projekt”.

Rezultaty (results)⁷:

„Bezpośrednie i natychmiastowe efekty zrealizowanego projektu, które dostarczają informacji o zmianach, jakie nastąpiły w wyniku wdrożenia projektu. Szczególne znaczenie w ewaluacji niniejszego projektu ma pomiar rezultatów miękkich”.

Odbiorcy ewaluacji:

„Odbiorcami ewaluacji są realizatorzy projektu”.

Przyjęte kryteria ewaluacji⁸:

- Trafność – pozwalające ocenić, w jakim stopniu przyjęte cele projektu odpowiadają zidentyfikowanym problemom,
- Skuteczność – pozwalające ocenić, w jakim stopniu zostały osiągnięte cele projektu zdefiniowane na etapie programowania,
- Efektywność – pozwalające ocenić poziom ekonomiczności programu, czyli stosunek nakładów do uzyskanych produktów.

Dla zapewnienia właściwej jakości działań ewaluatora proces ewaluacji był realizowany w kolejnych etapach. Realizacja poszczególnych etapów gwarantowała efektywne przeprowadzenie ewaluacji. Etapy ewaluacji były realizowane następująco.

⁶ Przewodnik po autoewaluacji projektów realizowanych w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL, Europejski Fundusz Społeczny, Warszawa 2005, s. 6.

⁷ ibidem, s. 7

⁸ ibidem, s. 11

Lp.	Etap ewaluacji	Zakres	Elementy do zrealizowania	Termin realizacji
1.	Planowanie ewaluacji	Analiza potrzeb w celu określenia zakresu ewaluacji.	<ul style="list-style-type: none"> - określenie celów, - określenie odbiorców, - opracowanie projektu ewaluacji 	Do 30 września 2009 r.
2.	Projektowanie ewaluacji	Sformułowanie koncepcji badań	<ul style="list-style-type: none"> - opis przedmiotu ewaluacji, - sformułowanie pytań kluczowych, - określenie kryteriów ewaluacji, - dobór metody i próby badawczej, - opracowanie harmonogramu, - określenie formy prezentacji wyników. 	Do 30 września 2009 r.
3.	Gromadzenie i analiza danych	Prowadzenie właściwych prac badawczych oraz analiza danych	<ul style="list-style-type: none"> - opracowanie kwestionariusza ankiet, - gromadzenie dokumentów do analizy, - projektowanie scenariuszy wywiadów, - opracowanie list kontrolnych obserwacji, - prowadzenie badań, 	Sukcesywnie, do 31 maja 2010 r.
4.	Raportowanie	Przedstawienie wyników ewaluacji w formie raportu oraz poddanie ich pod dyskusję i do ewentualnych konsultacji	<ul style="list-style-type: none"> - wybór formy raportu, - redukcja i redakcja danych, - analiza jakościowa i ilościowa danych, - sporządzenie raportów cząstkowych, - prezentacja raportów cząstkowych, - sporządzenie raportu końcowego 	Do 30 czerwca 2010 r.
5.	Wykorzystanie wyników ewaluacji	Podjęcie decyzji zmierzających do udoskonalenia ewaluowanego przedsięwzięcia na podstawie informacji przedstawionych w raporcie	<ul style="list-style-type: none"> - publikacja raportu końcowego, - dostarczenie raportu odbiorcom, - omówienie raportu końcowego 	Do 30 czerwca 2010 r.

Ewaluację prowadzono w odniesieniu do przedmiotów ewaluacji określonych w Zadaniu 2 opisanym we wstępie niniejszego opracowania. Metodyka prowadzenia ewaluacji w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów ewaluacji została przedstawiona w projektach ewaluacji stanowiących załączniki od 1 do 5. Działania ewaluacyjne były prowadzone w fazie obserwacji poszczególnych działań. Głównym celem fazy obserwacji było gromadzenie danych wtórnych, które były poddane szczegółowej analizie, a wyniki analizy były wykorzystywane w kolejnych działaniach w ramach projektu. Jako wiodącą metodę

badawcza wybrano badania ankietowe, a jako narzędzie pomiarowe kwestionariusz ankietowy kierowany do uczestników szkoleń, konferencji i targów. Ankieta miała charakter anonimowy. O wyborze tego narzędzia pomiarowego zdecydowały względy praktyczne takie jak:

- niewielka ingerencja instrumentu pomiarowego w mierzony problem, co dawało gwarancje zminimalizowania błędów pomiaru (anonimowe odpowiedzi są bliższe prawdy),
- łatwość przekazu informacji,
- łatwość obróbki informacji,
- łatwość dostosowania skali pomiaru do instrumentu pomiarowego.

Przyjęta metoda wymagała szczegółowego przygotowania standardowych kwestionariuszy, które składały się z precyzyjnych i jasno sformułowanych pytań ankietowych. W ankiecie posługiwano się głównie pytaniami zamkniętymi. Pytania otwarte wymagały od respondentów przedstawienia w formie opisu ich opinii na dany temat. Uczestnicy byli uprzedzani na początku każdego działania o konieczności wypełnienia i zwrotu ankiety, która była przygotowana w formie pisemnej. Dane uzyskane z pomiaru były poddane redukcji i redakcji. Redukcja danych miała na celu przygotowanie zebranego materiału pod względem formalnym i technicznym do ich redakcji, polegającej na klasyfikowaniu, zliczaniu, poddaniu tabulacji i agregacji w celu dokonania wstępnej prezentacji w postaci tabelarycznej i opisowej. Tak przygotowany materiał był poddawany analizie, a następnie omówieniu z beneficjentem projektu. Ankiety kierowane do poszczególnych grup respondentów stanowią załączniki od nr 6 do 10.

Kolejną metodą wykorzystywaną w procesie ewaluacji była obserwacja uczestnicząca. Ewaluator dokonywał zbierania danych poprzez bezpośrednie uczestnictwo w działaniach podejmowanych w ramach projektu. Bezpośrednie zetknięcie ewaluatora z realizacją projektu pozwoliło ocenić w sposób bezpośredni realizację danego zagadnienia oraz dostrzec te zjawiska, które mogły umknąć uwadze bezpośrednich uczestników projektu. Spostrzeżenia były na bieżąco przekazywane osobom merytorycznie odpowiedzialnym za realizację projektu.

Przyjęte metody gromadzenia danych przez ewaluatora są zgodne z metodologią zawartą w przewodniku do ewaluacji projektów realizowanych w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL.

II. Wyniki działań ewaluacyjnych

Dokonując ewaluacji projektu dokonano oceny następujących działań:

- warsztatów dla promotorów z zakresu Gender Index realizowanych w Elku w dniach 23-29.09.2009 r.
- Kampanii Społecznej – konferencji dobrych praktyk realizowanej w: Ostródzie w dniach 23.-25.11.2009 r., Elku w dniach 19.-21.01.2010 r., Rynie w dniach 16.-18.02.2010 r., Mikołajkach w dniach 16.-18.03.2010 r.
- działań medialnych realizowanej w Giżycku w dniu 18.02.2010 r.
- warsztatów dla pracodawców, pracowników i przedstawicieli organizacji pozarządowych realizowanych w Pluskach w dniach 11.-13.05.2010 r.
- warsztatów dla pracodawców, pracowników i przedstawicieli organizacji pozarządowych realizowanych w Piszcu w dniach 18-20.05.2010 r.

Działania założone w projekcie zostały w całości zrealizowane.

Podczas konferencji i warsztatów prezentowano cele główne i cząstkowe projektu, planowane działania w ramach projektu i sposoby ich realizacji. Działania przebiegały zgodnie z udostępnionym uczestnikom programem. Działania prowadzone w formie warsztatów wymagały od ich uczestników dużego, aktywnego i osobistego zaangażowania.

Podstawą oceny działań ewaluacyjnych były:

- dokumentacja projektowa,
- projekt ewaluacji,
- materiały szkoleniowe i konferencyjne,
- kwestionariusze ankiet,
- obserwacje warsztatów i konferencji.

Dane podstawowe uczestników warsztatów, kampanii społecznych oraz działań medialnych

Struktura według płci (dane przybliżone uwzględniające osoby, które ankiet nie doręczyły):

Kobiety – 75%,

Mężczyźni – 25%.

Struktura wiekowa:

Do 30 lat – 17%,

31-50 lat – 59%,

pow. 51 lat – 24%.

Aktywność zawodowa

Pracujący – 78%,

Niepracujący – 22%.

Mając na uwadze cel jaki był do zrealizowania w ramach projektu należy uznać, że dobór osób, do których skierowany był projekt był adekwatny i zbieżny z przyjętymi założeniami.

Ocena respondentów dotycząca trafności podejmowanych działań (% odpowiedzi):

Ocena zasadności promowania idei Gender

- zdecydowane Tak i raczej Tak – 90%,
- raczej nie i zdecydowanie Nie – 3%.

Ocena społecznego zapotrzebowania na promowanie idei Gender

- zdecydowane Tak i raczej Tak – 74%,
- raczej nie i zdecydowanie Nie – 17%.

Ocena trwałości

- zdecydowane Tak i raczej Tak – 86%,
- raczej nie i zdecydowanie Nie – 9%.

Ocena skuteczności (średnia ocena punktowa w skali 1 – 5):

- ocena przydatności działań dla promowania idei Gender – 4,5
- ocena znaczenia działań dla promowania idei Gender – 4,4

Ocena efektywności (średnia ocena punktowa w skali 1 – 5)

- ogólna ocena działań w ramach projektu – 4,6

Mając na uwadze przedstawione wyniki należy uznać, że działania podejmowane w ramach projektu były zgodne z założeniami i przyczyniły się do osiągnięcia postawionych celów.

Otrzymane wyniki pozwalają wyciągnąć również następujące wnioski:

1. Istnieje potrzeba dalszego promowania idei Gender we wszystkich grupach społecznych, przy wykorzystaniu różnych dostępnych metod.
2. Istnieje potrzeba wypracowania narzędzi, które pozwoliłyby wyeksponować korzyści biznesowe płynące z zarządzania różnorodnością w firmie.

Przedstawione wnioski są efektem dyskusji panelowych jakie były prowadzone pomiędzy uczestnikami w obecności ewaluatora podczas warsztatów i konferencji.

Załączniki

Załącznik nr 1

Cel ewaluacji	Ocena stopnia osiągnięcia zamierzonych celów w zakresie sformułowanych w projekcie produktów i rezultatów
Odbiorcy ewaluacji	Realizatorzy projektu, realizatorzy warsztatów
Przedmiot ewaluacji	Warsztaty dla promotorów z zakresu Gender Index
Pytania kluczowe	<ol style="list-style-type: none"> 3. W jakim stopniu wybór formy upowszechniania zagadnień z zakresu Gender spełnił oczekiwania uczestników warsztatów? 4. Jak jest ogólna ocena warsztatów? 5. Czy istnieje potrzeba upowszechniania idei projektu Gender Index? 6. Na ile udział w warsztatach przyczynił się do nabycia umiejętności w zakresie popularyzowania modelu zarządzania firmą uwzględniającą politykę równouprawnienia płci?
Kryteria ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trafność (ad.3) – zgodność celu realizacji warsztatów z potrzebą upowszechniania przez wyspecjalizowanych trenerów problemu braku świadomego wykorzystywania różnicowanego potencjału wszystkich pracowników w przedsiębiorstwie. 2. Skuteczność (ad.4) – ocena stopnia osiągnięcia celu warsztatów. 3. Efektywność (ad.1 i ad.2) – ocena adekwatności poniesionych nakładów w stosunku do uzyskanych produktów.
Metody badawcze oraz próba badawcza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza dokumentacji. 2. Badanie ankietowe przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety. 3. Obserwacja warsztatów, analiza list kontrolnych warsztatów. <p>Badaniami ankietowymi zostaną objęci wszyscy uczestnicy warsztatów.</p>
Harmonogram realizacji ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotowanie projektu ewaluacji – do 31.08.09. 2. Przygotowanie kwestionariuszy ankiety – do 15.09.09. 3. Gromadzenie danych – do 10.10.09. (badania ankietowe ostatniego dnia warsztatów). 4. Przygotowanie raportu częściowego – do 20.10.09. 5. Prezentacja wyników – do 30.10.09.
Forma raportu	Raport pisemny
Opracował: Bogdan Tchórz, dnia 31 sierpnia 2009 r.	

Cel ewaluacji	Ocena stopnia osiągnięcia zamierzonych celów w zakresie sformułowanych w projekcie produktów i rezultatów
Odbiorcy ewaluacji	Realizatorzy projektu, realizatorzy warsztatów
Przedmiot ewaluacji	Warsztaty dla pracodawców
Pytania kluczowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. W jakim stopniu wybór formy upowszechniania zagadnień z zakresu Gender spełnił oczekiwania uczestników warsztatów? 2. Jak jest ogólna ocena warsztatów? 3. Czy pracodawcy widzą korzyści dla przedsiębiorstwa w upowszechnianiu i aplikowaniu idei projektu Gender Index? 4. Na ile udział w warsztatach przyczynił się do zapewnienia skutecznego wdrażania strategii „Zarządzania Równych Szans w Firmie”?
Kryteria ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trafność (ad.3) – zgodność celu realizacji warsztatów z potrzebą upowszechniania wśród pracodawców problemu braku świadomego wykorzystywania zróżnicowanego potencjału wszystkich pracowników w przedsiębiorstwie. 2. Skuteczność (ad.4) – ocena stopnia osiągnięcia celu warsztatów. 3. Efektywność (ad.1 i ad.2) – ocena adekwatności poniesionych nakładów w stosunku do uzyskanych produktów.
Metody badawcze oraz próba badawcza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza dokumentacji. 2. Badanie ankietowe przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety. 3. Obserwacja warsztatów, analiza list kontrolnych warsztatów. <p>Badaniami ankietowymi zostaną objęci wszyscy pracodawcy uczestniczący w warsztatach.</p>
Harmonogram realizacji ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotowanie projektu ewaluacji – do 31.08.09. 2. Przygotowanie kwestionariuszy ankiety – do 10 dni przed warsztatami. 3. Gromadzenie danych – ostatniego dnia warsztatów. 4. Przygotowanie raportu częściowego – w ciągu 15 dni. 5. Prezentacja wyników – wg potrzeb.
Forma raportu	Raport pisemny
Opracował: Bogdan Tchórz, dnia 31 sierpnia 2009 r.	

Cel ewaluacji	Ocena stopnia osiągnięcia zamierzonych celów w zakresie sformułowanych w projekcie produktów i rezultatów
Odbiorcy ewaluacji	Realizatorzy projektu, realizatorzy konferencji
Przedmiot ewaluacji	Kampania społeczna
Pytania kluczowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. W jakim stopniu wybór formy upowszechniania zagadnień z zakresu Gender spełnił oczekiwania uczestników konferencji? 2. Jaka jest ogólna ocena konferencji? 3. Czy rezultaty konferencji mogą mieć trwały charakter w zakresie promowania idei Gender? 4. Na ile udział w konferencji przyczynił się do zapewnienia skutecznego wdrażania i promowania dobrych praktyk?
Kryteria ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trafność (ad.3) – zgodność celu realizacji konferencji z potrzebą upowszechniania poprzez prowadzenie kampanii społecznej na rzecz upowszechniania idei Gender. 2. Skuteczność (ad.4) – ocena stopnia osiągnięcia celu konferencji. 3. Efektywność (ad.1 i ad.2) – ocena adekwatności poniesionych nakładów w stosunku do uzyskanych produktów.
Metody badawcze oraz próba badawcza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza dokumentacji. 2. Badanie ankietowe przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety. 3. Obserwacja konferencji, analiza list kontrolnych konferencji. <p>Badaniami ankietowymi zostaną objęci wszyscy uczestnicy konferencji.</p>
Harmonogram realizacji ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotowanie projektu ewaluacji – do 31.08.09. 2. Przygotowanie kwestionariuszy ankiety – do 10 dni przed I konferencją. 3. Gromadzenie danych – ostatniego dnia konferencji. 4. Przygotowanie raportu cząstkowego – w ciągu 15 dni po zakończeniu ostatniej konferencji. 5. Prezentacja wyników – wg potrzeb.
Forma raportu	Raport pisemny
Opracował: Bogdan Tchórz, dnia 31 sierpnia 2009 r.	

Cel ewaluacji	Ocena stopnia osiągnięcia zamierzonych celów w zakresie sformułowanych w projekcie produktów i rezultatów
Odbiorcy ewaluacji	Realizatorzy projektu, realizatorzy warsztatów
Przedmiot ewaluacji	Warsztaty dla pracowników
Pytania kluczowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. W jakim stopniu wybór formy upowszechniania zagadnień z zakresu Gender spełnił oczekiwania uczestników warsztatów <p>Jak jest ogólna ocena warsztatów?</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Czy istnieje społeczna potrzeba upowszechniania idei projektu Gender Index? 4. Na ile udział w warsztatach przyczynił się do nabycia umiejętności w zakresie popularyzowania modelu zarządzania firmą uwzględniającą politykę równouprawnienia płci?
Kryteria ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trafność (ad.3) – zgodność celu realizacji warsztatów z potrzebą upowszechniania problemu braku świadomego wykorzystywania zróżnicowanego potencjału wszystkich pracowników w przedsiębiorstwie. 2. Skuteczność (ad.4) – ocena stopnia osiągnięcia celu warsztatów. 3. Efektywność (ad.1 i ad.2) – ocena adekwatności poniesionych nakładów w stosunku do uzyskanych produktów.
Metody badawcze oraz próba badawcza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza dokumentacji. 2. Badanie ankietowe przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety. 3. Obserwacja warsztatów, analiza list kontrolnych warsztatów. <p>Badaniami ankietowymi zostaną objęci wszyscy uczestnicy warsztatów.</p>
Harmonogram realizacji ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotowanie projektu ewaluacji – do 31.08.09. 2. Przygotowanie kwestionariuszy ankiety – do 15.09.09. 3. Gromadzenie danych – do 10.10.09. (badania ankietowe ostatniego dnia warsztatów). 4. Przygotowanie raportu cząstkowego – do 20.10.09. 5. Prezentacja wyników – do 30.10.09.
Forma raportu	Raport pisemny
Opracował: Bogdan Tchórz, dnia 31 sierpnia 2009 r.	

Cel ewaluacji	Ocena stopnia osiągnięcia zamierzonych celów w zakresie sformułowanych w projekcie produktów i rezultatów
Odbiorcy ewaluacji	Realizatorzy projektu
Przedmiot ewaluacji	Akcja medialna na rzecz Gender
Pytania kluczowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jak jest wiedza lokalnej społeczności na temat problemu równouprawnienia kobiet i mężczyzn w życiu zawodowym? 2. Czy kampania społeczna i akcja medialna przyczyniły się do upowszechniania idei Gender? 3. Jak często odwiedzane są strony internetowe poświęcone problematyce Gender?
Kryteria ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trafność (ad.1) – zgodność celu realizacji warsztatów z potrzebą upowszechniania wśród pracodawców problemu braku świadomego wykorzystywania zróżnicowanego potencjału wszystkich pracowników w przedsiębiorstwie. 2. Skuteczność (ad.2) – ocena stopnia osiągnięcia celu warsztatów. 3. Efektywność (ad.3) – ocena adekwatności poniesionych nakładów w stosunku do uzyskanych produktów.
Metody badawcze oraz próba badawcza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza dokumentacji. 2. Analiza raportu opracowanego przez instytucje medialne (TVO, radio), 3. Obserwacja akcji medialnej (programy TVO).
Harmonogram realizacji ewaluacji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotowanie projektu ewaluacji – do 31.08.09. 2. Obserwacja akcji medialnej – na bieżąco. 3. Gromadzenie danych – na bieżąco. 4. Przygotowanie raportu cząstkowego – w ciągu 15 dni po zakończeniu akcji medialnej. 5. Prezentacja wyników – do 30.06.2010 r.
Forma raportu	Raport pisemny
Opracował: Bogdan Tchórz, dnia 31 sierpnia 2009 r.	

Kwestionariusz ankiety

Ewaluacja warsztatów dla promotorów „Gender Index na Warmii i Mazurach”

Szanowni Państwo!

Zadaniem ankiety jest zebranie informacji na temat Państwa oceny realizacji projektu „Gender Index na Warmii i Mazurach”. Bardzo prosimy o wypełnienie ankiety. Ankieta jest anonimowa i ma służyć usprawnieniu funkcjonowania projektu oraz dostosowaniu jego realizacji do Państwa potrzeb. Bardzo dziękujemy za współpracę.

Metryczka (proszę zaznaczyć „x” właściwą odpowiedź):

Data	Miasto	Płeć		Wiek (lata)			Status*	
		K	M	do 30	31-50	pow. 51	B	P

B – bezrobotny, P - pracujący

Ocena ogólna warsztatów

Prosimy o dokonanie oceny poprzez zaznaczenie „x” właściwego pola, w skali od 1 – niezadowolające; do 5 – bardzo dobre, następujących elementów:

1. Treść warsztatów (czy była przydatna?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

2. Prezentacja (sposób prowadzenia warsztatów?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

3. Znaczenie (czy warsztat zaspokoił Państwa oczekiwania i potrzeby?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

4. Materiały szkoleniowe

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

5. Organizacja warsztatów

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6. Wybór formy szkolenia

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

7. Relacje pomiędzy prowadzącymi warsztaty, a uczestnikami

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

Ocena merytoryczna warsztatów (zaznacz „x” właściwą odpowiedź)

8. Czy w ocenie Państwa istnieje społeczne zapotrzebowanie na promowanie idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

9. Czy w ocenie Państwa udział w projekcie pracodawców, pracowników, instytucji samorządowych przyczyni się do zwiększenia aktywności uczestników w promowaniu idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

10. Czy w ocenie Państwa promowanie idei Gender przyczyni się do zwiększenia udziału kobiet w życiu gospodarczym i społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

11. Czy w ocenie Państwa zarządzanie różnorodnością może promować przedsiębiorstwa?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

12. Czy w ocenie Państwa upowszechniona idea Gender będzie miała trwały charakter?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

13. Jakie korzyści może mieć przedsiębiorca po wdrożeniu dobrych praktyk promowanych przez ideę Gender?

.....
.....
.....

14. Czy dostrzegacie Państwo bariery w promowaniu idei Gender?

.....
.....
.....

15. O jakie zagadnienia w ocenie Państwa powinny być poszerzone przyszłe szkolenia aby poprawić skuteczność promowania idei Gender?

.....
.....

Kwestionariusz ankiety

Ewaluacja kampanii społecznej „Gender Index na Warmii i Mazurach”

Szanowni Państwo!

Zadaniem ankiety jest zebranie informacji na temat Państwa oceny realizacji projektu „Gender Index na Warmii i Mazurach”. Bardzo prosimy o wypełnienie ankiety. Ankieta jest anonimowa i ma służyć usprawnieniu funkcjonowania projektu oraz dostosowaniu jego realizacji do Państwa potrzeb.

Bardzo dziękujemy za współpracę.

Metryczka (proszę zaznaczyć „x” właściwą odpowiedź):

Data	Miasto	Płeć		Wiek (lata)			Status*	
17.02.2010	Ryn	K	M	do 30	31-50	pow. 51	B	P

B – bezrobotny, P - pracujący

Ocena ogólna konferencji

Prosimy o dokonanie oceny poprzez zaznaczenie „x” właściwego pola, w skali od: 1 – niezadowolające; do 5 – bardzo dobre, następujących elementów:

1. Treść konferencji (czy była przydatna?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

2. Prezentacja (sposób prowadzenia konferencji?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

3. Znaczenie (czy konferencja zaspokoiła Państwa oczekiwania i potrzeby?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

4. Materiały konferencyjne

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

5. Organizacja konferencji

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6. Wybór formy realizacji kampanii społecznej

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

7. Relacje pomiędzy prowadzącymi konferencję, a uczestnikami

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

Ocena merytoryczna konferencji (zaznacz „x” właściwą odpowiedź)

8. Czy w ocenie Państwa przyznanie równych praw kobietom i mężczyznom w miejscu pracy jest ideą słuszną?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,

- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

9. Czy w ocenie Państwa istnieje w Polsce problem związany z równym traktowaniem płci w szeroko rozumianym życiu społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

10. Czy w ocenie Państwa istnieje w Polsce problem związany z równym traktowaniem płci w miejscu pracy?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

11. Czy w ocenie Państwa istnieją narzędzia, które umożliwiają zapobieganie dyskryminacji płci w miejscu pracy?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

12. Czy w ocenie Państwa można zwiększyć efektywność firmy poprzez optymalne wykorzystanie potencjału tkwiącego w różnorodności płciowej osób w niej pracujących?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

13. Czy w ocenie Państwa istnieje społeczne zapotrzebowanie na promowanie polityki równości w miejscu pracy (Idei Gender)?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

14. Czy w ocenie Państwa promowanie idei Gender przyczyni się do zwiększenia udziału kobiet w życiu gospodarczym i społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

15. Czy w ocenie Państwa upowszechniona idea Gender będzie miała trwały charakter?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,

- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

16. Czy dostrzegacie Państwo bariery w promowaniu idei Gender - jakie?

.....
.....
.....
.....

17. O jakie zagadnienia w ocenie Państwa powinny być poszerzone przyszłe kampanie społeczne aby zapewnić trwałość promowania idei Gender?

.....
.....
.....
.....

Kwestionariusz ankiety

Ewaluacja akcji medialnej „Gender Index na Warmii i Mazurach”

Szanowni Państwo!

Zadaniem ankiety jest zebranie informacji na temat Państwa oceny realizacji projektu „Gender Index na Warmii i Mazurach”. Bardzo prosimy o wypełnienie ankiety. Ankieta jest anonimowa i ma służyć usprawnieniu funkcjonowania projektu oraz dostosowaniu jego realizacji do Państwa potrzeb. Bardzo dziękujemy za współpracę.

Metryczka (proszę zaznaczyć „x” właściwą odpowiedź):

Data	Miasto	Płeć		
18.02.2010	Ryn	K	M	

Ocena ogólna Targów Dobrych Praktyk IW Equal

Prosimy o dokonanie oceny poprzez zaznaczenie „x” właściwego pola, w skali od: 1 – niezadowolające; do 5 – bardzo dobre, następujących elementów:

3. Treść Targów (czy była przydatna?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

4. Prezentacja (czy sposób prezentowania zagadnienia jest skuteczny?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

3. Znaczenie (czy Targi zaspokoili Państwa oczekiwania i potrzeby?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

4. Materiały (czy były przydatne?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

5. Organizacja Targów (czy czas i miejsce były dostosowane do Państwa możliwości?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6. Wybór formy realizacji (czy Targi są właściwą formą promowania idei równości płci?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

Ocena merytoryczna Targów (zaznacz „x” właściwą odpowiedź)

7. Czy w ocenie Państwa istnieje w Polsce problem nierównego traktowania płci w życiu społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

8. Czy w ocenie Państwa istnieje w Polsce potrzeba prowadzenia akcji medialnych mających na celu promowanie polityki równości płci (idei Gender?)

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

9. Czy w ocenie Państwa promowanie idei Gender przyczyni się do zwiększenia udziału kobiet w życiu gospodarczym i społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

10. W jaki sposób dowiedzieliście się Państwo o Targach?

.....
.....
.....

Kwestionariusz ankiety

Ewaluacja warsztatów dla przedsiębiorców „Gender Index na Warmii i Mazurach”

Szanowni Państwo!

Zadaniem ankiety jest zebranie informacji na temat Państwa oceny realizacji projektu „Gender Index na Warmii i Mazurach”. Bardzo prosimy o wypełnienie ankiety. Ankieta jest anonimowa i ma służyć usprawnieniu funkcjonowania projektu oraz dostosowaniu jego realizacji do Państwa potrzeb. Bardzo dziękujemy za współpracę.

Metryczka (proszę zaznaczyć „x” właściwą odpowiedź):

Data	Miasto	Płeć		Wiek (lata)			Zatrudnienie pracowników			
13.05.		K	M	do 30	31-50	pow.51	do 10	11-50	51-250	

Ocena ogólna warsztatów

Prosimy o dokonanie oceny poprzez zaznaczenie „x” właściwego pola, w skali od 1 – niezadowolające; do 5 – bardzo dobre, następujących elementów:

5. Treść warsztatów (czy była przydatna?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6. Prezentacja (sposób prowadzenia warsztatów?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

3. Znaczenie (czy warsztaty zaspokoily Państwa oczekiwania i potrzeby?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

4. Materiały szkoleniowe (czy były przydatne?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

5. Organizacja warsztatów (czy miejsce i czas były dostosowane do Państwa możliwości?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6. Wybór formy realizacji (czy forma jest właściwa dla promowania idei?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

7. Relacje pomiędzy prowadzącymi warsztaty, a uczestnikami

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

Ocena merytoryczna warsztatów

(zaznacz „x” właściwą odpowiedź)

8. Czy w ocenie Państwa istnieje społeczne zapotrzebowanie na promowanie idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

9. Czy w ocenie Państwa wiedza i umiejętności nabyte podczas warsztatów przyczynią się do zwiększenia skuteczności promowania idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

10. Czy w ocenie Państwa promowanie idei Gender przyczyni się do zwiększenia udziału kobiet w życiu gospodarczym i społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

11. Czy w ocenie Państwa upowszechniona idea Gender będzie miała trwały charakter?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

12. Czy widzicie Państwo korzyści dla Waszego przedsiębiorstwa w aplikowaniu idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

13. Jakie korzyści może mieć przedsiębiorca po wdrożeniu dobrych praktyk promowanych przez ideę Gender?

.....
.....

14. Czy dostrzegacie Państwo bariery w promowaniu idei Gender? (jakie?)

.....
.....

15. O jakie zagadnienia w ocenie Państwa powinny być poszerzone przyszłe warsztaty aby poprawić skuteczność promowania idei Gender?

.....

Kwestionariusz ankiety

Ewaluacja warsztatów dla przedsiębiorców „Gender Index na Warmii i Mazurach”

Szanowni Państwo!

Zadaniem ankiety jest zebranie informacji na temat Państwa oceny realizacji projektu „Gender Index na Warmii i Mazurach”. Bardzo prosimy o wypełnienie ankiety. Ankieta jest anonimowa i ma służyć usprawnieniu funkcjonowania projektu oraz dostosowaniu jego realizacji do Państwa potrzeb. Bardzo dziękujemy za współpracę.

Metryczka (proszę zaznaczyć „x” właściwą odpowiedź):

Data	Miasto	Płeć		Wiek (lata)			Status		
13.05.		K	M	do 30	31-50	pow.51	B	P	

Ocena ogólna warsztatów

Prosimy o dokonanie oceny poprzez zaznaczenie „x” właściwego pola, w skali od 1 – niezadowolające; do 5 – bardzo dobre, następujących elementów:

1. Treść warsztatów (czy była przydatna?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

2. Prezentacja (sposób prowadzenia warsztatów?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

3. Znaczenie (czy warsztaty zaspokoily Państwa oczekiwania i potrzeby?)

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

4. Materiały szkoleniowe

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

5. Organizacja warsztatów

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

6. Wybór formy szkolenia

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

7. Relacje pomiędzy prowadzącymi warsztaty, a uczestnikami

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

Ocena merytoryczna warsztatów (zaznacz „x” właściwą odpowiedź)

8. Czy w ocenie Państwa istnieje społeczne zapotrzebowanie na promowanie idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,

- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

9. Czy w ocenie Państwa udział w projekcie pracodawców, pracowników, instytucji samorządowych przyczyni się do zwiększenia aktywności uczestników w promowaniu idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

10. Czy w ocenie Państwa promowanie idei Gender przyczyni się do zwiększenia udziału kobiet w życiu gospodarczym i społecznym?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

11. Czy w ocenie Państwa zarządzanie różnorodnością może promować przedsiębiorstwa?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

12. Czy w ocenie Państwa upowszechniona idea Gender będzie miała trwały charakter?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

13. Czy w ocenie Państwa umiejętności nabyte podczas warsztatów przyczynią się do skutecznego promowania idei Gender?

- a) Zdecydowanie „tak”,
- b) Raczej „tak”,
- c) Raczej „nie”,
- d) Zdecydowanie „nie”,
- e) Nie wiem.

14. Jakie korzyści może mieć przedsiębiorca po wdrożeniu dobrych praktyk promowanych przez ideę Gender?

.....

.....
15. Czy dostrzegacie Państwo bariery w promowaniu idei Gender? (jakie?)

.....
.....
.....

16. O jakie zagadnienia w ocenie Państwa powinny być poszerzone przyszłe warsztaty aby poprawić skuteczność promowania idei Gender?

.....
.....
.....