



ПОКАНА ЗА УЧАСТИЕ

ЛАБОРАТОРИЯ ЗА СОЦИАЛНИ ИНОВАЦИИ

В домашната грижа

През месец март на 2021 год. Федерацията на социалните сдружения в България (ФССБ) започва набирането на кандидатури за участие в **Лабораторията за социални иновации (ЛабСИ)**.

Темата на пилотния цикъл е **Иновации в домашната грижа във времена на пандемия**. Особено в условията на Ковид-19, безспорна е необходимостта от усилия за стимулиране на иновациите с цел усъвършенстване и модернизиране на услугите и продуктите за домашна грижа – показател, по който България е на едно от последните места в Европа. **ЛабСИ** е част от партньорска мрежа на 26 организации от 9 европейски държави, обединени в Транснационална лаборатория в рамките на проект **D-Care Labs**, финансиран по Програмата за транснационално сътрудничество «Дунав 2014-2020». Партньор по проекта в България е Агенцията за социално подпомагане (АСП), а БНР е медиен партньор.

ЦЕЛ

Целта е повишаване на качеството на социалните услуги и намирането на устойчиви, модерни и персонализирани решения за хората в нужда от домашни грижи. Лабораторията се стреми да предоставя подкрепа и да работи за разгръщане на иновативния потенциал на българските социални организации, предприемачи и граждани за разработването и пазарната реализация на иновативни решения със значимо социално въздействие.

МЕЖДУНАРОДНО ПАРТНЬОРСТВО

Концепцията за Лабораторията се основава на научни разработки на Центъра за социални иновации към Университета в Хайделберг, Германия, като за българския модел са заимствани различни елементи от съществуващия опит в България, както и практическо ноу-хау, привнесено от развити лаборатории за иновации в Германия, Австрия, Хърватска, Босна и Херцеговина и такива в процес на развитие от Сърбия, Унгария, Молдова и Румъния.

ПОДХОД

ЛабСИ ще предоставя ноу-хау, менторска подкрепа, консултации със специалисти от различни области, възможности за експериментиране и създаване на модели и прототипи, както и достъп до ресурси и международна мрежа от социални предприемачи, инвеститори и професионалисти с дългогодишен опит в социалната сфера.

Екипът на ЛабСИ ще се ангажира лично с Вашата идея, така че Вашият екип да достигне до ниво, с което да заинтригувате потенциални социални инвеститори като ще Ви подкрепяме и отвъд рамките на формалния край на работата в ЛабСИ. Вярваме, че за да има успешен край това пътуване ще имате нуждата от компетентни, ангажирани и добросъвестни спътници в наше лице, които с години работим за социалната промяна в България.

ЗА КОГО Е ЛАБОРАТОРИЯТА?

За всеки с добра идея и желание за работа в сферата на домашните грижи. Участници могат да бъдат (но не само):

- екипи и отделни личности, работещи в организации предоставящи социални услуги на възрастни хора и хора с увреждания; в т.ч. ръководители и служители на общински и частни социални услуги (неправителствени организации и частни фирми), които имат желание да въведат иновативна практика в организацията и/или да повишат качеството на вече предоставяна услуга;
- хора, потребители на домашни грижи и техни близки, които притежават ценна информация за "скритите" и "непосрещнатите" нужди и имат мотивация да работят за въвеждането на иновативни решения в домашната грижа;
- екипи и отделни личности професионалисти в различни области (ИТ, медицина, рехабилитация, спорт, хранене, дизайн и др.), които имат идеи за иновативно решение в сферата на домашните грижи;
- екипи и личности, които имат желание да създадат стартапи в сферата на домашната грижа, за да повишат качеството на живот на възрастните хора и за да реализират успешен бизнес модел;
- предприемачи с опит в разработването на иновативни решения и създаването бизнес модели, които обаче не познават спецификите на социалната сфера, но имат желание да разработят продукт или услуга за потребителите на домашни грижи;
- екипи и отделни служители от структурите на Агенцията за социално подпомагане и Агенцията по качество, които имат желание да работят за непрекъснатия цикъл за повишаване на качеството на социални услуги и имат идеи за оптимизиране на процесите на различните нива;
- изобретатели, новатори и социално ангажирани мечтатели, които искат да вложат своя труд, време и енергия, за да направят живота на възрастните хора и хората с увреждания достоен и качествен.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ПРОГРАМАТА

Участниците преминават през шестте модула на програмата в рамките на 9 месеца (септември 2021 - май 2022). Модулите се провеждат в дигитална среда (платформата Зуум). Всеки от модулите е с продължителност един или два дни с целодневна ангажираност. За период от 9 месеца участниците използват ресурсите на Лабораторията, и работят (самостоятелно и с подкрепата на ментори, експерти и колеги) върху иновативно решение, което дава отговор на съществен, социално значим проблем в сферата на домашната грижа.

Участниците ще бъдат подкрепяни във всяка една фаза от процеса: от идентифицирането на нуждата и вникването в дълбочина в проблематиката, през фазата на креативното откриване на решения, в последствие при разработването на работен модел (прототип) и тестването му в ограничена (лабораторна) среда, до фазата на усъвършенстване на модела и подготовката му за реална пазарна реализация. В края на програмата, идеите ще бъдат разработени до степен на готов за приложение бизнес модел. На участниците ще бъдат предоставени възможности да изградят мрежа от партньори и поддръжници, които да направят възможна реализацията на иновативното решение. Ще бъдат привлечени и социални инвеститори, които да дадат устойчивост на решенията и възможности за по-широко приложение.

Акцент в работата на Лаба ще бъдат срещите он-лайн и на живо с вдъхновяващи личности от света на бизнеса, науката, дизайна и технологиите, както и непосредствения контакт и вълнуващите разговори с възрастните хора - потребители на домашните грижи.

Вижте предварителния график на програмата по-долу.

МОДУЛИ

Съдържателните модули са организирани по следните теми:

- (1) Идентифициране на конкретните нужди в сферата на домашната грижа. Проучване – събиране на информация за потребностите от нови продукти и услуги. Съпреживяване с потребителската група.
- (2) Анализ и постигане на разбиране на основните причини за идентифицираните нужди. Начало на процеса за генериране на идеи за нови решения.
- (3) Групиране и "пресяване" на идеите. Фокус върху органичен брой възможни решения. Начало на работата по създаването на прототипи.
- (4) Тестване на прототипите и процес по тяхното подобряване и видоизменяне.
- (5) Разработване на бизнес модел за прототипните решения.
- (6) Представяне на готовите бизнес модели пред партньори и социални инвеститори и подготовка за пазарна реализация.

МЕТОДИ

Използваните методи в работата на ЛабСИ са: Дизайн-мислене, Lean старт-ъп, Бизнес модел канава и методът AGILE. Повече за методите на лабораторията можете да прочетете в края на поканата.

ЗАЯВКА ЗА УЧАСТИЕ

Всички желаещи да участват, моля да попълнят и изпратят онлайн формуляр **myk** до 31 май 2021 г. Всички кандидати ще получат обратна връзка до две седмици след крайния срок.

За повече информация: fssb.bg

Лице за контакт:

Радослава Лалчева

+359 888685802

fssb@fssb.bg



ГРАФИК

ЛАБОРАТОРИЯ ЗА СОЦИАЛНИ ИНОВАЦИИ В домашната грижа

МОДУЛ 0	14 ЮЛИ 2021	ОПОЗНАВАТЕЛНА СРЕЩА	ЗУУМ
МОДУЛ 1	23-24 СЕПТ. 2021	ПРОУЧВАНЕ И ИДЕНТИФИЦИРАНЕ НА НУЖДИТЕ И ПРЕЦИЗИРАНЕ НА ЦЕЛЕВИТЕ ГРУПИ	ЗУУМ
МОДУЛ 2	27-28 ОКТ. 2021	АНАЛИЗ НА ИДЕНТИФИЦИРАНИТЕ НУЖДИ. НАЧАЛО НА ПРОЦЕСА ЗА ГЕНЕРИРАНЕ НА ИДЕИ ЗА НОВИ РЕШЕНИЯ	ЗУУМ
МОДУЛ 3	1-2 ДЕК. 2021	ГРУПИРАНЕ И ПРЕСЯВАНЕ НА ИДЕИТЕ. ФОКУС ВЪРХУ ОГРАНИЧЕН БРОЙ ВЪЗМОЖНИ РЕШЕНИЯ. НАЧАЛО НА РАБОТАТА ПО СЪЗДАВАНЕТО НА ПРОТОТИПИ	ЗУУМ
МОДУЛ 4	26-27 ЯН. 2022	ТЕСТВАНЕ НА ПРОТОТИПИТЕ И ПРОЦЕС ПО ТЯХНОТО ПОДОБРЯВАНЕ И ВИДОИЗМЕНЯНЕ	ЗУУМ
МОДУЛ 5	14-15 МАРТ 2022	РАЗРАБОТВАНЕ НА БИЗНЕС МОДЕЛИ	ЗУУМ
МОДУЛ 6	30-31 МАЙ 2022	ПРЕДСТАВЯНЕ НА ГОТОВИТЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ ПРЕД ПАРТНЬОРИ И СОЦИАЛНИ ИНВЕСТИТОРИ И ПОДГОТОВКА ЗА ПАЗАРНА РЕАЛИЗИЦИЯ	ЗУУМ

МЕТОДИ

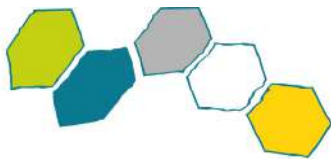
ЛАБОРАТОРИЯ ЗА СОЦИАЛНИ ИНОВАЦИИ В домашната грижа

ДИЗАЙН МИСЛЕНЕ

Дизайн мисленето е преди всичко специфична настройка на мисълта. То може да е спонтанно или съзнателно, но по същество представлява синтезът между абстрактно-аналитичното и интуитивно-творческото начало.

Като рационализиран и структуриран процес дизайн мисленето навлиза все повече като методология за създаване на технически, бизнес и социални иновации. Различните школи акцентират върху различни етапи на иновационния процес. Основното е, че изведените фази, макар и последователно подредени, циклично (многократно) се повтарят – през наблюдението, анализа, дефинирането на заданието, генерирането на възможни решения, прототипирането и тестването.

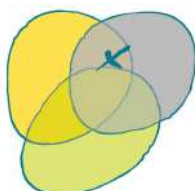
Изходна нагласа е принципът за емпатия, както по отношение на потребители, клиенти, ползватели и т.н., така и спрямо контекста. Друг момент е бързото преминаване (отваряне и затваряне на процеса) през фазите, за да се достигне до възможно решение/прототип, който да се подложи на валидиране от крайните ползватели.



АДЖАЙЛ

В основата на Аджайл методологията е, че отношението към хората в организациите е не като към ресурс, а като към творчески личности с техните преживявания, емоции и капацитет. Така се изгражда система от иновативни подходи, които максимално да ангажират интелектуалния и емоционалния потенциал на хората като създава високо ниво на сътрудничество между тях и отключва синергийните ефекти. Фокусът при Аджайл е поставен върху непрекъснатия диалог, търсенето на подобрения и обратна връзка в реално време. На грешките се гледа като на възможности за учене и осъществяване на конструктивна промяна. Този начин на управление рязко контрастира с познатите способности на «моркова» и «тоягата», които безспорно са по-лесни, но със сигурност не толкова ефективни.

Управлението посредством Аджайл се фокусира повече върху хората и взаимоотношенията между тях отколкото системата за работа, особено по отношение на връзката с потребителя на дадения продукт или услуга. Последните са по-важни отколкото изрядната и изчерпателна документация. Така следването на първоначалния план отстъпва на съобразяването с променящите се обстоятелства. Целта се постига с постъпателни движения, адаптирайки се и учейки от контекста.

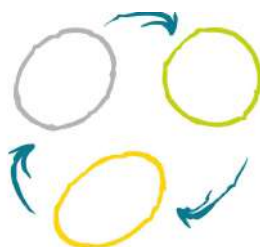


ЛИЙН СТАРТЪП

Лийн стартърп е приложна методология при първоначалното развитие на бизнес идеята, в чиято основа е заложен принципът на елиминиране на излишеството (и като ресурси, и като време, и като усилия и вложена креативна енергия). Фокусът е върху бързото достигане до т.нар. минимален жизнеспособен продукт (minimum viable product, MVP), за да се получи навременна обратна връзка от потребителите с цел по-нататъшното развитие на продукта/услугата.

Лийн стартърп подходът позволява на проходащите компании да предложат услуги и/или продукти на своите клиенти без голямо количество първоначално финансиране и скъпоструваща развойна дейност преди старта на начинанието. Гъвкавостта и валидирането на първоначалните бизнес предположения чрез обратната връзка от клиента са предпочитани пред традиционното стратегическо планиране.

Този подход не гарантира непременно успех, тайната му се крие в минимизирането на риска и загубите при неуспех. Ерик Рийс, който го въвежда през 2008 г. създава цикличния модел на Лийн стартърп – Създай – Измери – Разбери (Build – Measure – Learn), като правилното измерване реакциите на клиента е в основата на максимизирането на ученето и съответно създаването на устойчив и стабилен бизнес. Измерва се това, което наистина има значение, без да се забравя, че се работи с хора. Когато дадено предположение не се валидира, то тогава непременно трябва да се направи завой (pivot), а да не се продължава пожелателно по същия път.



БИЗНЕС МОДЕЛ КАНАВА

Бизнес модел канава е инструмент от стратегическото управление, който се използва за проектиране на нови бизнеси, но и за оптимизирани на вече съществуващи такива. Силната страна на този подход е изчерпателната визуализация, включваща всички елементи, които са необходими, за да се конкретизира стойността от продукта или услугата, която ще се предлага.

Бизнес модел канавата се състои от 9 основни компонента, които първоначално са предложени от швейцарския икономист Александър Остервалдер през 2005 г. Неговото разпространение е толкова успешно, че вече се предлага на свободен достъп и се разпечатва на големи пана, така че да се работи директно върху него – рисува се, лепят с листчета и т.н. Най-същественото е да се попълни всеки един компонент възможно най-подробно и изчерпателно.

Първите три компонента (ключови партньори, ресурси и дейности) се отнасят до вътрешната организация. Вторият важен момент е връзката с клиентите – отново с три компонента (типове клиенти или сегменти, канали за разпространение на предлаганата стойност, типове взаимоотношения с клиента). Създаването на ключова стойност, т.е. какво точно предлага нашият бизнес е в основата на бизнес модел канавата. Последните два компонента касаят приходно-разходната част на бизнес начинанието. Добрата визуализация на 9-те компонента способства също така да се изведат допълнителни връзки и възможности за оптимизиране на предлаганата стойност.



КАНДИДАТСТВАЙ!

D-Care Labs

Danube Transnational Programme

A stream of cooperation