



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: **LOWE STAŻ** – model lokalnych ośrodków wiedzy i edukacji zintegrowany z KmZERO jako symulacja rynku w ramach stażu zawodowego

OPIS produktu finalnego

PROBLEM, na który odpowiada produkt finalny

Należy krótko opisać problem, który rozwiązuje produkt finalny:

LOWE Staż to model edukacji środowiskowej na wzór lokalnych ośrodków wiedzy i edukacji zintegrowany z włoskim modelem sprzedaży bezpośredniej KmZERO. Integracja obu innowacyjnych rozwiązań to opracowanie międzynarodowego programu stażu dla uczniów szkół zawodowych w branży gastronomicznej, rolnej i turystycznej inicjujących w lokalnym środowisku na obszarach wiejskich współpracę przedsiębiorców, szkoły oraz gminy na rzecz promocji produktów regionalnych i walorów turystycznych gminy. Innowacją społeczną jest nowe zastosowanie modelu LOWE, czyli zaangażowanie osób dorosłych z otoczenia szkoły w aktywność o charakterze edukacyjnym, wykraczającą poza typowe formy zaangażowania rodzica dowiadującego się o postępy edukacyjne swojego dziecka. W podejściu takim rodzic angażujący się w sprawę ważną i dobrą dla swojego dziecka, stopniowo angażuje się we wspólną sprawę ważną dla szerszej lokalnej społeczności, angażując na zasadach sieci współpracy inne osoby dorosłe z otoczenia szkoły kluczowe lub przydatne dla sprawy. W ujęciu tym model LOWE angażuje lokalną społeczność w wyzwanie zapewnienia zdrowej żywności np. w sklepiku i stołówce szkolnej wzorowany na włoskich rozwiązaniach Coldiretti, CampagneAmica i KmZERO (Kilometr ZERO). Innowacyjne jest zastosowanie promowanego przez MEN modelu aktywizacji edukacyjnej lokalnych społeczności (osób dorosłych) w temacie kreujących nowe wyzwania edukacyjne oraz nową, całkowicie innowacyjną przestrzeń zdobywania doświadczeń praktycznych dla uczniów szkół zawodowych. Innowacyjność tego podejścia polega więc na zastosowaniu znanego rozwiązania w nowym obszarze oraz w stosunku do nowej grupy docelowej (uczniowie szkół zawodowych obok osób dorosłych). Innowacyjne jest też nowe podejście do modelu dualnego kształcenia (DSK), gdzie partnerem edukacyjnym nie jest firma przyjmując na staż, lecz społeczność lokalna tworząca ośrodek doświadczeń praktycznych o wymiarze lokalnym (promocja dziedzictwa kulturowego, produktów i usług miejsca zamieszkania) oraz ponadnarodowym (staż zagraniczny we Włoszech w zakresie dobrych praktyk lokalnej współpracy i edukacji praktycznej w modelu KmZERO). Rozwiązanie to, poprzez innowacyjne podejście,



staje się atrakcyjne dla młodzieży jak też jej otoczenia społecznego. Staje się wspólną sprawą całej społeczności. W ramach grantu przetestowany został model organizacji staży zawodowych we Włoszech dla uczniów szkół z obszarów wiejskich, a w przyszłości także miejsca pracy, zorientowanego na zysk, ale także na promocję, wytwarzanie i sprzedaż produktów regionalnych. Stażyści uczestniczący w programie staży krajowych i zagranicznych pełnią, także po zakończeniu udziału w realizacji grantu, rolę ambasadora włoskiego rozwiązania KmZERO oraz lidera LOWE w szkole, gminie i w miejscu zamieszkania.

ELEMENTY, z których składa się innowacja/produkt finalny

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

Innowacja składa się z trzech etapów przygotowania lokalnej społeczności do sprzedaży bezpośredniej zorientowanej wokół szkoły zawodowej:

1. REKRUTACJA – uczniów, liderów młodzieżowych do wyjazdu studyjnego do gospodarstwa prowadzącego sprzedaż bezpośrednią za granicą lub w Polsce czy regionie. Wybór partnerów zależy w tym przypadku do aspiracji i możliwości finansowych użytkownika lub lokalnej społeczności finansującej innowację. Należy podkreślić, iż coraz więcej dobrych praktyk jest dostępnych w kraju a nawet w regionie. Na tym etapie określone są preferencje dotyczące rodzaju sprzedaży bezpośredniej: rodzaj produktu, zakres przetwórstwa oraz inne powiązane usługi okotorolnicze w zależności od potencjału lokalnej społeczności czy kierunku kształcenia;
2. WIZYTA STUDYJNA, której celem jest edukacja poprzez przykład, diagnozowanie ciekawych rozwiązań, które można zaadaptować w lokalnej społeczności – określenie ról zespołu, możliwych obszarów współpracy szkoły z otoczeniem społecznym na potrzeby przyszłego modelu biznesowego w konsultacji z autorami dobrej praktyki – konsultacje i doradztwo z udziałem doświadczonych realizatorów sprzedaży bezpośredniej;
3. BIZNES PLAN – opracowanie z uczestnikami wyjazdu studyjnego, partnerami ze społeczności lokalnej ze wsparciem doradcy biznesowego modelu funkcjonowania punktu sprzedaży oraz przygotowanie ekspozytora produktów lub katalogu internetowego do testowania i opiniowania przed rozpoczęciem produkcji i sprzedaży.

NARZĘDZIA, przygotowane do wykorzystania przez przyszłych użytkowników innowacji

Należy krótko scharakteryzować narzędzia innowacji rekomendowane do przyszłych zastosowań:

Narzędziem gotowym do zastosowania przez przyszłych użytkowników jest podręcznik wdrożeniowy z opisem włoskich rozwiązań, ćwiczeń do wykonania przez uczniów wybranych do opracowania i wdrożenia modelu oraz wzór biznes planu, który można wykorzystać przy opracowaniu oferty lokalnego punktu sprzedaży.

ZASTOSOWANIE produktu finalnego

UŻYTKOWNICY, którzy będą mogli wykorzystać produkt finalny

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych użytkowników produktu finalnego:



Z rozwiązań LOWE mogą korzystać bezpośrednio gminy (samorządy lokalne) zorientowane na promocję swojego dziedzictwa kulinarnego i kulturowego, które mogą być kluczowym użytkownikiem rozwiązania. Dodatkowo użytkownikiem rozwiązania mogą być również instytucje finansujące szkolnictwo zawodowe, zarówno w ramach środków unijnych, jak też i subwencji oświatowej. Od 1 stycznia 2017 r. zaczęła obowiązywać tzw. sprzedaż bezpośrednia żywności z domowej produkcji rolników. Na jej mocy rolnicy mogą sprzedawać nie tylko surowce, ale także przetworzone produkty. Warunkiem koniecznym, żeby taka sprzedaż bezpośrednia miała miejsce, jest wytwarzanie jej w domach i niezatrudnianie przy niej dodatkowych osób, czyli musi to być produkcja z wykorzystaniem własnych środków. W przypadku sprzedaży produktów przetworzonych, warunkiem koniecznym jest także, aby minimum 50% surowców pochodziło z własnego gospodarstwa. Żywność może być sprzedawana przez rolników w każdym miejscu do tego przeznaczonym, tj. do sklepów i sklepików, placówek zbiorowego żywienia, stołówek szkolnych, a także w ramach agroturystyki i przez Internet. Pomimo ułatwień legislacyjnych wprowadzonych na poziomie kraju, wielu rolników nie decyduje się na sprzedaż detaliczną przetworzanych przez siebie produktów rolnych. Innowacja odpowiada na ten problem i może zwiększyć wiedzę i zainteresowanie rolników dostarczaniem takiej żywności. Ambasadorami tego rozwiązania mogą być uczniowie szkół zawodowych pobierających naukę w tym kierunku, którzy będą rozpropagowywać ten model.

ODBIORCY, do których kierowana jest innowacja:

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych odbiorców produktu finalnego:

Odbiorcą innowacji są szkoły zawodowe i ich uczniowie oraz lokalne społeczności (samorządy) korzystający z nowej formy stażu i zdobywania doświadczeń zawodowych na rynkach europejskich przez młodych mieszkańców gminy, jednak w takim rozwiązaniu, które zwiększa szanse ich pozostania i rozwoju zawodowego w miejscu zamieszkania. Odbiorcami innowacji w trakcie jej testowania było 3 uczniów szkoły zawodowej z obszaru kształcenia gastronomicznego, wytypowanych przez szkołę jako najlepsi uczniowie posiadający cechy liderские, przywódcze. Warto podkreślić, iż innowacja wspiera pośrednio także grupy dyskryminowane, jakimi są osoby starsze zamieszkujące obszary wiejskie, gdyż dzięki rozwiązaniu promowane są usługi i produkty wykonywane z udziałem tych osób.

DZIAŁANIA konieczne dla zastosowania/wdrożenia innowacji:

Należy wymienić etapami podstawowe działania użytkownika niezbędne do zastosowania produktu:

Działania niezbędne do wdrożenia innowacji odpowiadają głównym elementom innowacji: Rekrutacja uczniów, liderów młodzieżowych do wyjazdu studyjnego do gospodarstwa prowadzącego sprzedaż bezpośrednią za granicą lub w Polsce czy regionie. Wybór partnerów zależy w tym przypadku do aspiracji i możliwości finansowych użytkownika lub lokalnej społeczności finansującej innowację. Należy podkreślić, iż coraz więcej dobrych praktyk jest dostępnych w kraju a nawet w regionie. Na tym etapie określone są preferencje dotyczące rodzaju sprzedaży bezpośredniej: rodzaj produktu, zakres przetwórstwo oraz inne powiązane usługi okołorolnicze w zależności od potencjału lokalnej społeczności czy kierunku kształcenia; Wizyta Studyjna, której celem jest edukacja poprzez przykład, diagnozowanie ciekawych rozwiązań, które można zaadaptować w lokalnej społecz-



ności – określenie ról zespołu, możliwych obszarów współpracy szkoły z otoczeniem społecznym na potrzeby przyszłego modelu biznesowego w konsultacji z autorami dobrej praktyki – konsultacje i doradztwo z udziałem doświadczonych realizatorów sprzedaży bezpośrednio; Biznes Plan, czyli opracowanie z uczestnikami wyjazdu studyjnego, partnerami ze społeczności lokalnej ze wsparciem doradcy biznesowego modelu funkcjonowania punktu sprzedaży oraz przygotowanie ekspozytora produktów lub katalogu internetowego do testowania i opiniowania przed rozpoczęciem produkcji i sprzedaży. Dodatkowym działaniem, kluczowym dla powodzenia wdrożenia jest tworzenie Lokalnego Partnerstwa w modelu LOWE opracowanym Ministerstwem Edukacji Narodowej. Pozyskanie lokalnych partnerów oraz ambasadorów oferty produktów i usług wśród osób dorosłych działających w otoczeniu społeczno-gospodarczym szkoły powinno być realizowane na dwóch etapach, przed przygotowaniem pomysłu, czyli przed wizytą studyjną oraz na etapie opracowania i realizacji biznes planu.

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 wdrożenia innowacji jest wizyta studyjna. Wyjazd 3 uczniów z opiekunem tłumaczem to koszt około 15 000,00 złotych, jednak koszt ten można istotnie zmniejszyć aranżując wyjazd studyjny do gospodarstwa w kraju lub w regionie. Wtedy też kluczowym kosztem staje się wsparcie merytoryczne w trakcie opracowania biznes planu oraz koszty organizacji spotkań Lokalnego Partnerstwa z udziałem lokalnych przedsiębiorców i rodziców w modelu LOWE. Oba te wydatki mogą być z powodzeniem finansowane w ramach typowej działalności szkoły poprzez angażowanie nauczycieli przedsiębiorczości czy wychowawców klas oraz rodziców zaangażowanych w spotkania Rad Rodzicielskich. Także koszty zagranicznego wyjazdu studyjnego mogą być obniżane poprzez włączenie modelu w projekty wymiany edukacyjnej lub pozyskanie sponsora, partnera za granicą w ramach współpracy miast lub szkół partnerskich lub w ramach promocji produktów lokalnych prowadzonych przez samorządy odwiedzanych regionów, przy założeniu, że w biznes planie przewidziane będzie także pośrednictwo w sprzedaży produktów zagranicznych wytwarzanych przez partnera zagranicznego pozyskanego do współpracy i gwarantującego organizację i współfinansowanie wizyty studyjnej.

MODYFIKACJE produktu finalnego

ZAKRES MOŻLIWYCH ZMIAN produktu finalnego:

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

Prostota rozwiązania nie wymaga modyfikacji w przypadku zastosowania rozwiązania przez innego szkołę. Otwartość modelu pozwala na wypracowanie całkowicie odrębnych pomysłów na biznes, zarówno w zakresie oferty produktów (przetwory mięsne, mleczne owocowe czy warzywne, miody, soki, oleje etc..) czy usług (gastrologia, turystyka kwalifikowana, warsztaty dziedzictwa kulturowego, folklor etc..). Możliwą modyfikacją jest zastąpienie punktu sprzedaży w szkole wersją mobilnego sklepu lub stoiska wystawianego na targach, festynach, jarmarkach lub też katalogiem produktów i usług w Internecie.



ROZWÓJ produktu finalnego i REKOMENDACJE do dalszych prac:

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

Innowacja może być rozwijana poprzez łączenie podobnych inicjatyw w różnych szkołach w sieć miejsc godnych odwiedzenia, oferujących dopełniające się i różnorodne produkty i usługi lub też trasę tematyczną, np. szlakiem wędlin czy szlakiem serów. W takim przypadku szkoły współpracują w sieci wspólnie promowałyby swoją ofertę oraz pozyskiwałyby dodatkowych partnerów lub sponsorów, którzy korzystaliby dzięki funkcjonowaniu sieci lub trasy – na przykład hotelarze, gospodarstwa agroturystyczne, lokalny transport i wynajem sprzętu rekreacyjnego i turystycznego (rowery, kajaki etc..) czy punkty gastronomiczne. Kolejnym obszarem rozwoju innowacji jest jej zastosowanie na użytek aktywizacji osób dorosłych, w szczególności osób po 50 roku życia na obszarze wiejskim z zaangażowaniem lokalnych organizacji pozarządowych, parafii czy kół gospodyń wiejskich. Kierunek ten jest rekomendowany ze względu na fakt, iż osoby po 50 roku życia są naturalnymi ambasadorami produktów lokalnych związanych z dziedzictwem kulturowym stanowiąc niejako gwarant autentyczności produktu.

OPIS INNOWACJI

POMYSŁ

Skrócony OPIS:

Model edukacji środowiskowej, na wzór lokalnych ośrodków wiedzy i edukacji, zintegrowany z włoskim modelem sprzedaży bezpośredniej KmZERO. Integracja tych dwóch innowacyjnych rozwiązań wiąże się z opracowaniem międzynarodowego programu staży dla uczniów szkół zawodowych w branży gastronomicznej, rolnej lub turystycznej, inicjującego w lokalnym środowisku na obszarach wiejskich, w otoczeniu szkoły, współpracę przedsiębiorców, szkoły oraz gminy na rzecz promocji produktów regionalnych i walorów turystycznych gminy.

Dla Kogo?

Dla uczniów szkół wiejskich poszukujących inspiracji oraz perspektyw rozwoju w miejscu zamieszkania z wykorzystaniem walorów kulturowych i dziedzictwa wsi.

Kontakt i wsparcie użytkowników:

Pomysł i realizacja testu: Vision PR Anna Moczulewska.

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