

## קדם מאיץ לאימפקט חברתי

Impact accelerator

דרישות קדם:

**החל משנה ב' תואר ראשון לסטודנטים בכלל החוגים בקמפוס**

**ד"ר יפעת ראובני**

**ד"ר ענבל אבו**

שעת קבלה – בתיאום מראש.

עוזר הוראה – ייקבע בהמשך

### היקף הלימודים

4 ש"ס

### רקע

**מהי יזמות חברתית-עסקית? מהי חדשנות חברתית? מה ההבדל בין חדשנות ליזמות? האם מדובר באחריות חברתית של עסקים (CSR) או במודלים עסקיים חדשים? מהם חסמי ההצלחה של חדשנות ויזמות חברתיים? עד כמה יזמים חברתיים עשויים לייצר רווח כספי? האם אג'נדה חברתית מגבילה את תקרת הרווח הכלכלי?**

בקורס זה ננסה לענות על שאלות אלו תוך כדי התנסות. נכיר תופעות חדשניות של יזמות עסקית חברתית וננסה להבין את פוטנציאל ההשפעה שלהן. נלמד על חדשנות חברתית כאסטרטגיה המנסה לשלב יעדים של תיקון חברתי עם גישות פיתוח וניהול עסקיות, וכשאיפה להוות אלטרנטיבה לעוולות השיטה הקפיטליסטית. נבדוק האם ניתן ליישם מודלים עסקיים קיימים השואפים למיקסום רווח בהתמודדות עם בעיות חברתיות מורכבות, והאם בכוחה של יזמות חברתית – להביא לשינוי סדר היום החברתי בתחומי חקיקה, מימון והשקעות, שילובם של מגזרים שונים בכוח העבודה, תמורות חברתיות וסביבתיות, חיזוק התחרותיות, ומלחמה בשחיתות?

### תיאור הקורס

הפרה-אקסלרטור נועד לאפשר לסטודנטים להתנסות בשטח בפיתוח מיזם רווחי וניהולו על פי היגיון חברתי ומקיים. בקורס נציג את האתוס הניאו-ליברלי שביסודה של הכלכלה כיום\ המודרנית, על תרבויות העבודה והניהול הנובעות ממנו, ונקיים השוואה בינו לבין אידיאלים כלכליים חברתיים אחרים. היזמות החברתית-עסקית קיבלה בולטות בשנים האחרונות כאלטרנטיבה למודל הקיים, ולאחרונה בעיקר על רקע משבר הקורונה ומשברי השנים האחרונות. מדובר במיזמים חברתיים המשלבים בין מטרות חברתיות לבין אסטרטגיה עסקית, פיננסית וטכנולוגית, באופן שיכול להוות הבסיס לחדשנות בעתיד וגשר אפשרי בין העולם העסקי והחברתי.

## מבנה הקורס

במסגרת הקורס זו ייפגשו הסטודנטים עם יזמים, לקוחות, משקיעים, מתכנתים ורגולטורים, וילוו על ידי אנשי מקצוע מהתחום שיעזרו להם בבניית המיזם אותו יידרשו להציג בפני קהל בסוף הקורס כפתרון לאתגר שנבחר. תוך כדי התהליך נלמד על אסטרטגיה ופיתוח עסקי, מימון, שיווק, ממשל תאגידי, טכנולוגיה חברתית ומודלים עסקיים. התחומים החברתיים יוצגו בפירוט לסטודנטים עם תחילת הקורס. חשוב לציין: חלק זה יתייחס הן לנוכחות בכיתה בתרגול הפרקטי והן לפגישות ודיונים בחוץ עם היזמים, המנטורים וקבוצות הלימוד, שיתואמו ואף ילוו בחלקם על ידי מנחות הקורס.

## מטרות הקורס

מטרת הפרה אקסלרטור היא להביא את הסטודנטים להתנסות במודל של יזמות חברתית, כהיכרות עם אפשרות למודל הקיים לניהול עסקים. הסטודנטים יתבקשו לסקור את הצרכים השונים ולפתח פתרון באחד מהתחומים השונים הבאים – בריאות הציבור, חינוך, מזון, שרשראות ייצור ואספקה, אוכלוסיות מוחלשות (קשישים, בעלי מוגבלות, עניים), מודלים פיננסיים, סביבה, פיתוח אזורי - ויתנסו בפיתוח וכתובת תוכנית עבודה המשלבת בין שיקולים וכלים עסקיים ליעדים ולמטרות חברתיים-סביבתיים. מטרות המאיץ:

להכיר את עולם היזמות החברתית ומיזמים חברתיים מצליחים בארץ ובעולם ☐

לקדם סוגי חדשנות שיביאו לצמיחה מכלילה ומקיימת לאורך זמן, ☐

ליזום ולתמוך במיזמים המייצרים opportunity and sustainability ברוח ה-SDGs (UN) ☐

Sustainable Development Goals

לדעת לייצר scaleability למיזמים חברתיים ☐

לפתח חשיבה בינתחומית עסקית-טכנולוגית – פיננסית עם אוריינטציה חברתית, ☐

**לייצר מפת דרכים לכלכלה חדשה וברת קיימא ולעודד כניסה של צעירים** ☐

**השואפים לייצר אימפקט בעולם**

## יעדי הקורס

לזקק צורך/אתגר חברתי ולהתאים לו פתרון עם ישימות כלכלית ☐

ללמוד לבנות תוכנית עסקית למיזם חברתי ☐

לדעת לאתר מקורות מימון למימוש המיזם החברתי ☐

להנגיש יצירות טכנולוגיות, פיננסיות ועיצוביות לפתרונות לאתגרים חברתיים מקומיים ☐

וגלובליים

- לדעת להציג מיזם חברתי בשפה ובאופן עסקיים
- להפוך את הפתרונות לאתגרים חברתיים למנועי צמיחה

## תפוקות למידה

### במסגרת הקורס:

- ✓ תתנסו בעבודת צוות, בעבודה מול רגולטורים, ובגיוס השקעות
- תקבלו ליווי מקצועי בתחומי שיווק, מימון ויזמות
- תכירו את עולם העבודה החדש של היזמות החברתית
- תלמדו על מודלים כלכליים אלטרנטיביים למודל מקסום הרווח (social economy)
- ✓ תיחשפו למגמות טכנולוגיות עכשוויות המתפתחות בארץ ובעולם (social-tech)
- תטמיעו חשיבה עיצובית בעולם החברתי והפיננסי (design for social change)
- תיישמו את הכלים והמודלים במיזמים ופרויקטים חברתיים אותם תייצרו תציגו ותמנפו
- ✓ תציגו את הפרויקטים בסוף השנה מול קהל מגוון (גם בזום!)

## פירוט המטלות בקורס

**נוכחות** היא דרישה מרכזית. נדרשת השתתפות פעילה ולמעלה מ-2 חיסורים יבואו לידי ביטוי בציון.

במהלך הסמסטר יתבקשו הסטודנטים להתחלק לצוותי עבודה ולהציג את הבעיה, הפתרון, תוכנית הפעולה והמודל העסקי למיזם אותו יבנו, תוך **בניית תוכנית עסקית מלאה** (70%). מטרת בניית התוכנית העסקית היא להתנסות בניתוח של בעיה, בניית פתרון והטמעת טכנולוגיה בפתרון, היכרות עם מודלים עסקיים שונים ליצירת רווח, הבנת פוטנציאל המינוף של הפתרון, חשיפה לאסטרטגיות של מחקר שוק, בניית אסטרטגיה שיווקית והתנסות בעבודת צוות ועבודה מול משקיעים.

בסוף הקורס יידרשו הסטודנטים להגיש **דו"ח סיכום** (יומן) על תהליך הפרויקט אותו נתבקשו לבצע (15% אחוזים מהציון) במקביל לתכנית האופרטיבית שתוצג בפני קהל שיכלול אנשי מקצוע רלוונטיים (15% מהציון).

## הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

| אחוז | מטלה                                                                                                                    | תאריך      | הערות                                                                                                                                                                                          |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 70%  | הצגת בעיה, פתרון, מודל עסקי ואסטרטגיה שיווקית למיזם תוך בניית תוכנית עסקית מלאה ותכנית אופרטיבית לפתרון האתגר אותו בחרו | מהלך הקורס | מטרת בניית התוכנית העסקית היא להתנסות בניתוח של בעיה, בניית פתרון והטמעת טכנולוגיה בפתרון, היכרות עם מודלים עסקיים שונים ליצירת רווח, הבנת פוטנציאל המינוף של הפתרון, חשיפה לאסטרטגיות של מחקר |

|                                                                                             |                                                                                               |                                                |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----|
| שוק, בניית אסטרטגיה שיווקית והתנסות בעבודת צוות ועבודה מול משקיעים                          |                                                                                               |                                                |     |
| הסבר על תכנים, אופן ההצגה, וכלים להצגה טובה יועברו במהלך הסמסטר בכיתה                       | השיעור האחרון של הקורס. התכנית תוצג על ידי כל אחד מהצוותים בנפרד בפני קהל פתוח ובצורה מקצועית | הצגת התוכנית העסקית בצורה של הגשה בפני משקיעים | 15% |
| היומן אמור לסכם את התהליך המעשי שעברו הסטודנטים, לספק הארות לגביו ולהוות מקור להערכת עמיתים | שבוע מסיום הקורס                                                                              | דו"ח סיכום (יומן) על תהליך הפרויקט אותו ביצעו  | 15% |

**\* הסטודנטים חייבים** להיות נוכח בכל השיעורים אם בשטח ואם בזום (מעל 2 חיסורים יגררו השפעה על הציון)

\*במתן ההערכה הסופית יילקחו בחשבון חוות דעת המנטורים וחברי הקבוצה של הסטודנט/ית על תהליך העבודה בכללותו (peers' evaluation).

\* תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים. (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה).

**תנאי הכרחי לקבלת ציון עובר (60 לפחות) בקורס - הינו קבלת ציון 60 לפחות בעבודה.**

### הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

### תוכנית הקורס

| שבוע | תאריך  | נושאים ורקע תיאורטי                                                                                                                               | מה עושים היום?                                                    | תרגיל בית                                                        |
|------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 1    | 4.3.21 | מבוא והיכרות<br>רקע - למה צריך יזמות<br>וחדשנות חברתיים?<br>על המודל הכלכלי של<br>מקסום רווח ומחיריו<br>החברתיים והסביבתיים<br>על ההבדל בין כלכלת | היכרות עם יעדי<br>הפיתוח של האום<br>(SDG) והנושאים<br>הנובעים מהם | העמקה וקריאה של<br>הנושאים ובחירת נושא ויעד<br>והכנה להצגה בכיתה |

|   |      |                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
|---|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |      | מוצרים לכלכלת שירותים                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
| 2 | 11.3 | "התאהבות בבעיה" – היכרות עם צרכים, אתגרים ובעיות חברתיות המצריכים פתרון הגדרה של אוכלוסיות מוחלשות היכרות עם מנועי צמיחה חברתיים                                                 | הצגת היעדים שנבחרו במסלול מהיר (1 דק' לכל אחד\ת) דיון על הנושאים שהוצגו בחירה משותפת וחלוקה לצוותים חלוקה לצוותים                                                                  | ניתוח הבעיה שנבחרה והכנה להצגה בצוותים                                                                            |
| 3 | 18.3 | מציאת פתרון ופיתוח מוצר – סיעור מוחות צוותי והתייעצות מומחים (טכנולוגיה, עיצוב, מחקר ופיתוח (R&D)) היכרות עם החסמים של שוק הטכנולוגיה החברתית בישראל (מימון, השלה, תדמית, הטמעה) | הצגה בצוותים של הבעיה – תוך התמודדות עם שאלות התייחסות מעמיקה ל:אתגר, צורך, האם יש כבר פתרונות קיימים וכד' חלוקה לחדרים לפי הצוותים – הטמעת ההערות חזרה לפורום והצגה חזרת של הבעיה | חשיבה ראשונית על פתרון מוצע (כולל מחקר ופיתוח, טכנולוגיה מתאימה, עיצוב המוצר, ממשק משתמש וכו') והכנה להצגה בפורום |
| 4 | 8.4  | איך מתחילים? מהי תכנית עסקית האם יש תוכנית עסקית שונה למיזם חברתי?                                                                                                               | הצגה ראשונית של הצוותים בפורום הכללי את הפתרון שנבחר וקבלת הערות עבודה בצוותים על יישום ההערות לקראת הצגה מחודשת בשיעור 5                                                          | בניית שלד של התוכנית העסקית למוצר\ שירות המוצע בפורמט מצגת:                                                       |
| 5 | 22.4 | מחקר שוק: למי הפתרון מתאים? פילוח שוק ואפיון משתמשים מה קיים? תחרות                                                                                                              | הצגה מחודשת של הצוותים את הפתרון חלוקה לצוותים ובניית חלק 1 + 2 בהלימה לחלק התיאורטי בתוך התוכנית העסקית                                                                           | מחקר שוק שלבי העבודה: חלוקת תפקידים בצוות ניתוח השוק ניתוח המשתמשים ניתוח התחרות הכנה להצגה בשיעור                |
| 6 | 29.4 | בדיקת צורך והתאמה: הצגת פתרונות בפני יזמים וסיעור מוחות                                                                                                                          | מיני דמו: הצגה של הבעיה, הפתרון ומחקר השוק (בלבד) בפני פאנל יזמים וקבלת הערות                                                                                                      | הפנמת ההערות לתוך המצגת וניתוח מעמיק של המתחרים: מה המוצר\שירות שלהם באיזה שוק הם פועלים איזה מענה ניתן לבעיה     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                           |      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|
| מה נתח, היקף הפעילות, שווי השוק שלהם<br>ניתוח פוטנציאל עתידי                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                           |      |    |
| תכנון פיילוט יישומי<br>המשך פיתוח אסטרטגיה<br>שיווקית ומיתוגית ושילוב<br>במצגת לקראת הצגה                                                                                                                                                                        | אחרי החלק התיאורטי<br>חלוקה לצוותי עבודה<br>ותחילת בנייה של<br>האסטרטגיה השיווקית<br>ע"פ קהלי יעד, אמצעי<br>מדיה ולוחות זמנים | בניית אסטרטגיה שיווקית<br>ומיתוגית<br>היכרות עם היתרונות<br>והאתגרים של שיווק חברתי                                                                                                                                       | 6.5  | 7  |
| בחירת 3-5 מודלים עסקיים<br>שיכולים להתאים<br>למוצר\שירות ודיון בשיטת<br>האלמיניציה עד החלטה על<br>המודל הנבחר או החלטה<br>על שילוב בין כמה מודלים<br>למודל היברידי ייחודי<br>התאמת המודל העסקי<br>ותחום המודל שנבחר<br>ושילובו במצגת<br>המשך תכנון פיילוט יישומי | הצגת אסטרטגיה<br>שיווקית<br>הצגת תכנון פיילוט<br>יישומי וקבלת הערות<br><br>חלק תיאורטי                                        | מציאת המודל העסקי<br>המתאים:<br>היכרות עם מודלים<br>עסקיים שונים והתאמת<br>מודל עסקי לאג'נדה<br>חברתית בכלל ולמוצר<br>שלכם בפרט<br>תחום המודל: B2c; ;B2b;<br>;B2g<br>היכרות עם כלכלת<br>שיתופית ומודלים עסקיים<br>אזוריים | 13.5 | 8  |
| החלטה סופית על מודל<br>עסקי והתחלה של בנייה של<br>תוכנית פיננסית ל-5 שנים<br>קדימה על בסיס ידע קיים<br>(ללא היכרות עוד עם המודל<br>הקיים – שימוש ביצירותיות<br>אישית)                                                                                            | הצגת מודל עסקי<br><br>חלק תיאורטי של<br>מודלים עסקיים-<br>חברתיים<br><br>ניתוח האלמנטים<br>החברתיים במודל<br>העסקי שנבחר      | מקורות מימון למיזמים<br>חברתיים: היכרות עם<br>מודלים מימוניים חברתיים:<br>Peer to Peer loans<br>, Microcredit, Coops, Social<br>Bonds, Crowd-funding<br>Eloan – דוגמא: אג"ח<br>חברתי                                      | 20.5 | 9  |
| הכנת כל המצגת להצגה<br>מלאה                                                                                                                                                                                                                                      | הצגה של תוכנית<br>פיננסית ראשונית למול<br>פאנל מצומצם<br>חלק תיאורטי<br>הרצאת אורח                                            | איך בונים תוכנית<br>פיננסית?<br>מה כוללים?<br>לכמה זמן?<br>מהו דו"ח רווח והפסד?                                                                                                                                           | 27.5 | 10 |
| עבודה על המצגת<br>עיצוב<br>תיאור תהליך ה-PoC: proof<br>of concept                                                                                                                                                                                                | הצגה מלאה וקבלת<br>הערות<br>חלק תיאורטי<br>חלוקה לצוותים עבודה<br>על ההערות ועל<br>המצגת                                      | רגולציה ואקסלרציה<br>תומכות ליזמים בישראל<br>ובעולם<br>מדידה והערכה ROI+SROI<br>Social return on investment                                                                                                               | 3.6  | 11 |
| עיבוד הפתרון בדגש<br>הטכנולוגי והעיצובי ועבודה<br>עם אנשי מקצוע חיצוניים                                                                                                                                                                                         | הצגה מלאה וקבלת<br>הערות מול פאנל<br>מצומצם<br>חלק תיאורטי                                                                    | טכנולוגיה לשינוי חברתי<br>עיצוב לשינוי חברתי<br>הדומה והשונה בין המיזם<br>שלי ומיזם "רגיל"                                                                                                                                | 10.6 | 12 |

|  |                                                                                              |                                                   |                                 |    |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------|----|
|  | הצגה מלאה<br>והכנה להצגה בזום או<br>בפרונטלי בפני<br>משקיעים<br>קבלת הערות<br>מעמיתים ומהסגל | הכנה למושב סיכום<br>איך להעביר פרזנטציה<br>מוצלחת | 17.6                            | 13 |
|  | הצגה בפאנל מול<br>אנשי מקצוע ושופטים<br>(יזמים, משקיעים,<br>אקדמיה)                          | מושב סיכום                                        | יקבע<br>מראש<br>בתחילת<br>הקורס | 14 |

**\*התכנית נתונה לשינויים.**

**קריאת חובה**

רשימת קריאה תועבר בכיתה

**קריאת רשות**

רשימת קריאה תועבר בכיתה