

فصل ۵

ایجاد کسب‌وکار نوآورانه



در این فصل شایستگی‌های مربوط به تحلیل نوآورانه و پروژه ایجاد کسب‌وکار نوآورانه بررسی می‌شود. نوآوری پیوسته در حال تغییر صحنه دنیا است. کسب وکارها و محصولات نوآورانه در رقابتی شدید هر روز برای تغییر شکل زندگی بشر در تلاش اند. آینده بشر در گرو چنین نوآوری‌هایی است تا بتواند به بقا ادامه دهد.

چه کسب وکارهایی می‌شناسی که به نوآور بودن معروف باشد؟ چگونه به این ویژگی مهم دست یافته‌اند؟ آیا تا به حال فکر کرده‌ای که خودت یک کسب‌وکار نوآورانه راه بیندازی. چگونه آگاهانه در جای درستی از دنیای نوآوری بایستم و رو به جلو حرکت کنم؟ از پرواز بر فراز دنیای نوآوری تا فرود آمدن در میدان کسب‌وکار خودم چطور فکر و عمل کنم؟

نقشه مفهومی فصل ۵



جلسه اول



هدف: یافتن پیشینه و ویژگی‌های یک محصول و ویژگی‌های
نوآورانه آن در طول زمان.

تحلیل بعد و سطح نوآوری در محصولات مختلف، بررسی صنایع مختلف از حیث نوآور بودن یک رده محصول یا خدمت (مثلاً اتومبیل، بانکداری و...) انتخاب کنید. درباره هر کدام موضوعات زیر را تحقیق کنید و به کلاس ارائه دهید. سپس بررسی کنید که در تاریخچه آنها چه تغییرات و بهبودهایی ایجاد شده است تا این محصول یا خدمت بتوانند در بازار باقی بمانند. تحلیل کنید که هر کدام از تغییراتی که یافته‌اید، به نظر شما در چه سطحی از نوآوری قرار دارند؟

تاریخچه: صنعت اتومبیل
ویژگی‌ها:

سطح نوآوری	تغییرات در طول زمان
دستیابی به مواد اولیه یا فناوری نوین	سوخت گازوئیل به جای سوخت زغال سنگ
محصول یا خدمت جدید	چرخ لاستیکی به جای چرخ چوبی
دستیابی به مواد اولیه یا فناوری نوین	ترمز- ABS به جای ترمز معمولی
دستیابی به مواد اولیه یا فناوری نوین	استفاده از آلیاژهای هوشمند به جای بدنه معمولی
روش‌های جدید تولید	استفاده از ربات به جای انسان در تولید
گشایش بازارهای جدید	فروش خودرو به سایر کشورها
محصول یا خدمت جدید	تولید خودروی دو درب
محصول یا خدمت جدید	تولید خودروی دنده اتوماتیک

دانش افزایی

ممکن است ایده‌ای داشته باشید که به هر دلیل امکان ارائه آن را در قالب یک محصول یا خدمت برای مشتریان نداشته باشید. این دلیل هر چه می‌تواند باشد: نداشتن سرمایه کافی برای ارائه محصول یا خدمت، نداشتن تخصص فنی کافی و... این مشکل ممکن است برای هر شخصی یا شرکتی در هر سطحی اتفاق بیفتد. از طرفی ممکن است افرادی در جامعه وجود داشته باشند که حاضرند برای ایده‌هایی که امکان اجرا شدن در آنها بالاست هزینه کنند و به نوعی در عملیاتی شدن ایده با شما شریک شوند یا در حرفه خود مشکلاتی دارند که حاضرند برای برطرف شدن آن رقمی بپردازند. پس یکی عرضه‌کننده ایده و دیگری متقاضی ایده است. مثل بازار مسکن که یکی خریدار و دیگری فروشنده است؛ اما بنگاه محلی مناسب و قانونی برای این عرضه و تقاضا است. این مکان برای عرضه و تقاضای ایده فن بازار Technomarket یا Technomart نام دارد. در بازار فناوری نیز فن بازارها نقش واسطه‌ای، مشاوره‌ای برای رساندن اطلاعات فناوری به «عرضه‌کنندگان»، «متقاضیان»، «کارآفرینان» و «سرمایه‌گذاران» را دارند.

هدف: آشنایی با نحوه عرضه و تقاضای ایده‌ها

فعالیت
عملی ۲

به سایت فن بازار ملی ایران مراجعه و نمونه‌هایی از ایده‌های عرضه‌شده و تقاضاهایی که وجود دارد را یادداشت و در کلاس مطرح کنید؟
به اطراف خود نگاه کنید، آیا به‌عنوان فروشنده ایده یا خریدار ایده می‌توانید موضوعی را پیدا کنید؟

عرضه	تقاضا
ماسک تنفسی مبتنی بر تکنولوژی نانو الیاف	فراوری سرباره کوره قوس الکتریکی
ره نگر - سامانه مدیریت هوشمند ناوگان	کاهش و تبدیل ضایعات در استخراج و فراوری سنگ‌های تزئینی
مثال شما:	مثال شما:

هدف: بررسی صنایع مختلف از حیث نوآور بودن، تحلیل نوآوری در پنج بعد کلان و پنج سطح فنی، تعیین بعد نوآوری در موقعیت واقعی

کدام محصول یا کسب و کار نوآورانه بوده است که شما را با نوآوری و خلاقیت و تفاوتش شما را به وجد آورده؟
آن را در کلاس به دوستانتان معرفی کنید و بگویید چرا آن برایتان جذاب است؟ تعیین کنید نوآوری‌های آن در چه سطحی است؟
فعالیت شرکت‌های کرایه اتومبیل (نرم‌افزار تلفن همراه) و درخواست خودرو برای جابه‌جایی درون شهری.

جذابیت: ارتباط سریع و بی‌واسطه با نزدیک‌ترین راننده.
سطح نوآوری: خود خدمتی مشتریان، بهبود خرده‌فرایندها



هدف: اهمیت نگاه فرایندی در کسب و کار (راه حل یابی برای یک صنعت از روی مسائل دیگر صنعت‌ها)

فعالیت
عملی ۴

دو کسب و کار از دو حوزه کاملاً مختلف (مثلاً بانکداری با رستوران‌داری یا کشاورزی با خودروسازی) را در نظر بگیرید. ویژگی هر کسب و کار و محصولات یا خدمات و فرایندهایشان را یادداشت کنید. حالا با ترکیب آنها با یکدیگر سعی کنید به راهکارهای جدید برای هر کدام برسید.

راهکار جدید	ویژگی / فرایند صنعت	ویژگی / فرایند صنعت
<p>پُر کردن سقف امتیاز انجام عملیات بانکی و دریافت تسهیلات افتتاح / واریز و پرداخت وجه توسط کارمند بانک در جلوی درب منزل برای افراد ناتوان جسمی و سالمندان</p>	<p>برداشت و انتقال وجه به صورت غیرحضوری پرداخت قبوض به صورت غیرحضوری دریافت اطلاعات حساب بانکی به صورت غیرحضوری</p>	<p>بانکداری</p>
<p>انتخاب منوی غذایی و سفارش از طریق سایت</p>	<p>فروش غذای بیرون بر ارائه غذا در زمان کوتاه با پیک (تحويل درب منزل) به ازای خرید بالای چند پرس ۱ پرس رایگان سفارش غذا به پیش خدمت از منوی غذایی</p>	<p>رستوران‌داری</p>

هدف: ارزش منابع موجود (طراحی یک کسب و کار با ویژگی های بومی و درک منابع ارزشمند محلی)

منطقه سکونت خود را بررسی کنید. چه ویژگی های فرهنگی و طبیعی متفاوتی وجود دارد که منطقه شما را شاخص می کند؟ ایده یک کسب و کار پایدار برای استفاده از این ظرفیت ها پیشنهاد کنید. در این کسب و کار توانمندسازی بومیان و حفظ ویژگی های موجود را در اولویت قرار دهید. حداقل دو نمونه مشابه از پتانسیل های بومی را که برای کسب و کارشان استفاده کرده اند، بیابید و در کلاس ارائه کنید.

منطقه جنگلی:

ساخت مبل و دکوراسیون چوبی

منطقه کوهستانی:

استخراج و برش سنگ و تولید مصالح ساختمانی

منطقه ساحلی:

تاکسیدرمی جانوران دریایی

تولید وسایل دکوری با صدف و سنگ و مرجان ها

هدف: ملاحظات زیست محیطی در راه اندازی کسب و کار (طراحی یک کسب و کار برای مشکلات زیست محیطی)، ارزش منابع موجود

دغدغه های محیط زیستی منطقه سکونت خود را بررسی کنید (آلودگی ها، کم آبی، فاضلاب، بیابان زایی و...) تأثیرات آنها را در وضعیت معیشت و کسب و کارهای منطقه و از طرف دیگر، تأثیرات کسب و کارهای منطقه برگسترش مشکلات محیط زیستی را بررسی کنید و در قالب یک گزارش به کلاس ارائه دهید.

بزرگ ترین دغدغه محیط زیستی کشور مسئله آب است. یک کسب و کار پایدار طراحی کنید که علاوه بر درآمدزایی به کاهش این مشکل در کشور کمک کند.

وجود صنایع و کارخانه های آلاینده نظیر پترو شیمی، پالایشگاه، تولید آلومینیوم، نیروگاه حرارتی با سوخت مازوت که ایجاد آلودگی هوا، خشکی زمین های کشاورزی، تولید فاضلاب های صنعتی و... کرده و گونه های مختلفی از جانوران را از بین برده است.

بسیاری از صنایع که نیاز به سیستم خنک کننده با آب دارند بهتر است در کنار دریاها یا آزاد ایجاد شوند تا نیازی به استفاده از آب های زیرزمینی نباشد. تولید آب سنگین، نیروگاه ها از جمله صنایعی هستند که به مصرف آب زیاد نیازمندند. تولید آب شیرین از آب دریا و همچنین فروش نمک حاصل از این فرایند می تواند در کاهش منابع آبی، اشتغال زایی و کسب درآمد بینجامد.

اهمیت نگاه فرایندی در کسب و کار (ارائه راه کارهای نوآورانه در صنایع سنتی)

فعالیت
عملی ۷

یک شرکت کوچک یا یک صنف در حال فعالیت با حداقل اشتغال زایی ۵ نفر بیابید. با مؤسس یا مالک آن محاسبه کنید. در این محاسبه از نحوه تأمین سرمایه اولیه، فرایند فعالیت ها و غیره سؤال کنید. نتیجه را در قالب یک گزارش کامل به کلاس ارائه کنید.

نام کسب و کار: تولید قطعات خودرو

نوع: تولیدی

تعداد کارکنان: ۵ نفر حوزه فعالیت: صنعت

محصولات: ساخت کلاچ و ترمز اتومبیل

فرایندهای اصلی: خرید میل گرد، فنر، ورق فلزی، برش کاری، خم کاری و جوش کاری و مونتاژ مراحل تأسیس و سرمایه اولیه:

۱ ثبت شرکت

۲ خرید دستگاه پرس، جوش و برش

۳ اجاره کارگاه

۴ ساخت نمونه و انجام مراحل تأیید محصول توسط شرکت خودروساز

۵ بازاریابی و فروش به نمایندگی های مجاز و شرکت های وابسته.

شایستگی تحلیل نوآورانه

اهمیت و جایگاه کسب و کارهای کوچک و متوسط اقتصادی

ویژگی و نیازهای کسب و کارهای کوچک و متوسط

نیازهای راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط

هدف: اهمیت و جایگاه کسب و کارهای کوچک و متوسط در اقتصاد (پژوهش در نحوه ثبت یک شرکت یا صنف، ارائه برنامه یک کسب و کار خانوادگی)، ویژگی و نیازهای کسب و کارهای کوچک و متوسط

**فعالیت
عملی ۸**

تولید اقوام و بستگان و آشنایان خود را بررسی کنید آیا می‌توانید با جمع کردن و استفاده از ویژگی‌های هر کدام از اطرافیان یک کسب و کار خانوادگی راه بیندازید؟ این ویژگی‌ها چه هستند و چگونه می‌توانید از آنها استفاده کنید؟ نتیجه را در قالب یک کسب و کار پیشنهادی به کلاس ارائه کنید.

کشت و بسته‌بندی محصولات گلخانه‌ای

پدر بزرگ: مالک زمین کشاورزی

پسر دایی: فارغ‌التحصیل در رشته کشاورزی

پدر: مالک سوله صنعتی

دایی: کارمند بانک

هدف: اهمیت و جایگاه کسب و کارهای کوچک و متوسط در اقتصاد (پژوهش در نحوه ثبت یک شرکت یا صنف)

**فعالیت
عملی ۹**

به سند فعالیت‌های اقتصادی تهیه‌شده توسط مرکز ملی آمار ایران مراجعه نمایید و فهرست و تعداد فعالیت اقتصادی مرتبط با رشته خود را استخراج نمایید و در جدول زیر کامل کنید. همچنین در مورد این طبقه‌بندی تحقیق کنید.

ردیف	نام شغل	کد شغل	توضیحات
۱	کشت و تولید آفتابگردان	۱۱۱	از شاخه رشته کشاورزی
۲	تولید شمش چدنی	۲۷۱۰	از شاخه رشته متالورژی

هدف: نیازهای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (پژوهش در نحوه ثبت یک شرکت یا صنف، مصاحبه با مؤسس یک شرکت یا واحد صنفی)

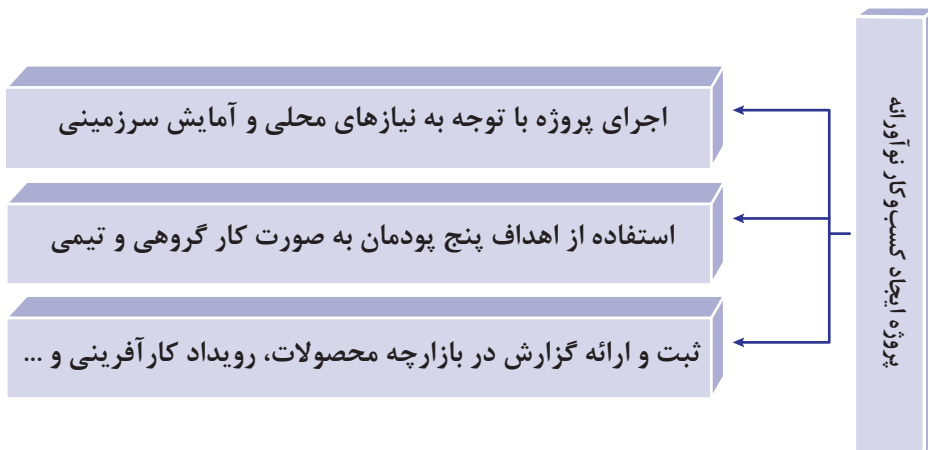
تحقیق کنید برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار به چه نوع مجوزهایی از چه نهادهایی نیاز دارید؟ غیر از نهادهای صادرکننده مجوز چه نهادهایی نظارتی یا قانونی (مثلاً سازمان محیط‌زیست، سازمان امور مالیاتی، صندوق تأمین اجتماعی و...) وجود دارد که بر فعالیت هر کسی و کار تأثیر می‌گذارند؟

اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی، سازمان تعزیرات در قیمت‌گذاری محصولات
تولید محصولات نیمه آماده غذایی:

مجوز از سازمان استاندارد

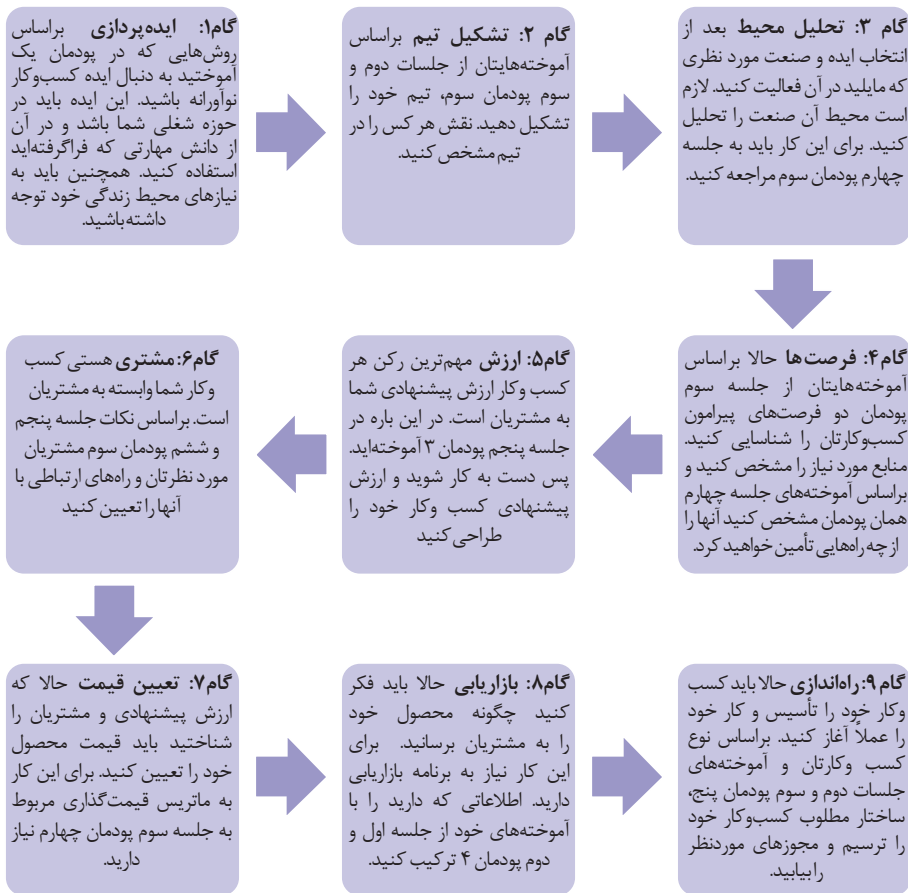
مجوز از سازمان غذا و دارو

مجوز از اداره بهداشت



تمرین آموخته‌های فصل‌های پیشین جهت راه‌اندازی یک کسب و کار نوآورانه
تیم‌سازی و ایده‌پردازی
امکان‌سنجی براساس چرخه نوآوری
انتخاب ایده نهایی به‌عنوان پروژه
انجام تمام مراحل تجاری‌سازی
انجام تمامی مراحل طراحی کسب و کار
سنجش منابع مورد نیاز و تأمین آنها
کسب مجوزهای قانونی
تولید، توزیع و عرضه محصول نهایی

پیشنهاد می‌گردد از ابتدای سال تحصیلی با تعیین تیم کاری و نهایی نمودن ایده کسب‌وکار مرحله به مرحله تا اجرایی نمودن پروژه راه‌اندازی و تجربه ایجاد کسب‌وکار را برنامه‌ریزی کنیم. مبنای نمره مستمر هم همین موضوع باشد.



الگوی ارزشیابی فصل ایجاد کسب و کار نوآورانه

نمره	استاندارد (شاخص ها، داوری، نمره دهی)	نتایج	استاندارد عملکرد	تکالیف عملکردی (شایستگی ها)
۳	<ul style="list-style-type: none"> □ گزارش ایجاد کسب و کار نوآورانه در زمینه و رشته شغلی و حرفه‌ای براساس قابلیت اجرا و سودمندی بالا □ ثبت و ارائه گزارش کسب و کار نوآورانه در بازارچه محصولات/ رویداد کارآفرینی (استارت آپ ویکند)/ فن بازارها/ مراکز کارآفرینی/ مراکز رشد/ پارک علم و فناوری یا کارگاه کارآفرینی هنرستان 	بالاتر از حد انتظار		
۲	<ul style="list-style-type: none"> □ ایجاد کسب و کار نوآورانه در زمینه و رشته شغلی و حرفه‌ای بر اساس قابلیت اجرا و سودمندی متوسط □ به کارگیری نگاه فرایندی از تولید یک محصول در تولید محصول دیگر □ مقایسه سطوح نوآوری در یک موقعیت تحلیل پنج بعد نوآوری با مثال‌های متناسب □ اجرای پروژه ایجاد کسب و کار نوآورانه □ تحلیل ملاحظات زیست محیطی و اجتماعی در ایجاد کسب و کار 	در حد انتظار (کسب شایستگی)	ایجاد کسب و کار نوآورانه در زمینه و رشته شغلی و حرفه‌ای با استفاده از روش‌های تحلیل نوآورانه در فرآیند و محصول براساس قابلیت اجرا و سودمندی	بهبود کسب و کار در یک موقعیت پروژه ایجاد کسب و کار نوآورانه
۱	<ul style="list-style-type: none"> □ بررسی کسب و کاری کوچک ایجاد شده در حوزه شغلی در روستا و شهر خود □ بررسی نیازهای راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط □ بررسی رابطه نوآوری و رشد و بقای کسب و کارهای صنایع مختلف □ تحلیل محصول و خدمت در سازمان‌های خدماتی و تولیدی 	پایین تر از انتظار (عدم احراز شایستگی)		
				نمره مستمر از ۵
				نمره شایستگی پودمان از ۳
				نمره پودمان از ۲۰

چند نمونه از کسب‌وکارهایی که می‌شود راه‌اندازی یا بهبود بخشید:
دریافت لباس از درب منزل و تحویل رایگان پس از شست‌وشو
فروش تغذیه هنرستان و اعلام هزینه هفتگی به والدین جهت پرداخت
استفاده از کارگاه‌ها در روزهای پایان هفته و تعطیل جهت ارائه خدمات به بیرون (اتومکانیک،
صنایع چوب، فیلم‌برداری، سالن ورزشی و...)

پیوست ۱ نمونه بوم‌های کسب و کار



فصل پنجم: ایجاد کسب و کار نوآورانه

موضوع کسب و کار: پوشاک (خیاطی) مدل کسب و کار: تولیدی پوشاک آساره هنر (تولیدی - خدماتی)	
<p>بخش مشتریان :</p> <p>۱- جامعه آموزش و پرورش اولین و بزرگ‌ترین بخش مشتریان ما هستند چون با ایجاد رضایت‌مندی در این جامعه بزرگ، یعنی شهرستان، استان نیز ما را پذیرفته است و در تگای عمیق تر به موفقیت واقعی دست یافته‌ایم.</p> <p>۲- دومین بخش مشتریان ما، ارگان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی برای تولید انبوه می‌باشد.</p> <p>۳- سومین بخش مشتریان ما مشتریان آزاد از افراد عادی شهرستان می‌باشد که براساس انواع تبلیغات‌ها به واحد خدماتی تولیدی ما مراجعه می‌کنند.</p>	<p>ارتباط با مشتری :</p> <p>۱- تعامل با مسئولین شهری و مدیران در جلسات مختلف شورای آموزش و پرورش برای ایجاد نمایشگاه دائمی در اداره آموزش پرورش و بازارچه‌های شهرداری شهرستان (با راه دست ساخته‌ها و توانمندی‌های شرکت از طریق پرورش و تراکت و سی دی تبلیغاتی با شمار «تحويل» به موقع، کار با کیفیت»</p> <p>۲- اخذ جواز کسب و مجوز تأسیس شرکت تولیدی و خدماتی در هنرستان</p> <p>۳- ایجاد وبلاگ آموزشی و نمایش تولیدات، کانال ارتباطی مجازی (شوش، تلگرام) و عضوگیری براساس اطلاع‌رسانی (خدمات و طرح‌های تخفیفاتی شرکت تولیدی - خدماتی) از طریق اتوماسیون اداری و تبلیغات شهری برای دریافت سفارشات و انتقادات و پیشنهادها</p>
<p>ارزش پیشنهادی :</p> <p>در این تولیدی دوخت سری سجاوه چسب تکلیف، فرم مدارس پسرانه و دخترانه، بالش و پرده (طرح اسکان)، فرم لباس کارگاه هنرستان‌ها، فرم پرسنل بیمارستان‌ها و رستوران‌ها و هرگونه نازک‌دوزی و ضخیم‌دوزی برای مشتریان آزاد انجام می‌شود. مزیت‌های رقابتی محصولات ما: ۱- طراحی و تولید پوشاک متناسب با مد فرهنگ جامعه اسلامی مناسب (درصد سود کمتر برای تولیدکننده و درک وضع اقتصادی مشتریان)</p> <p>۲- خدمات پس از فروش برای مشتریان</p> <p>۳- طرح‌های برای مشتریان ویژه و مناسبیت‌های خاص</p>	<p>فعالیت‌های اصلی :</p> <p>اهداف شرف تک تولیدی، سود آوری، ایجاد بازار آزان با کیفیت و رقابت به نفع مشتری و رضایت‌مندی و تربیت نیروی کار آفرین و توسعه کسب و کار خانگی و تولیدی و به‌طور کلی در منطقه حرف اول را در رضایت‌مندی مشتریان از محصول داشته باشیم، که برای رسیدن به اهداف فوق نیاز به فعالیت‌های اصلی زیر می‌باشد:</p> <p>۱- تعیین نوع لباس تولیدی</p> <p>۲- طراحی پلن تولیدی پوشاک و پیش‌بینی مشکلات و موفقیت‌های آینده در اهداف کوتاه مدت، میان مدت، بلند مدت</p> <p>۳- برنامه‌ریزی برای نیروی کار و تخصص و حقوق</p> <p>۴- انتخاب یک برند و لوگو که بیانگر فعالیت‌های شرکت باشد.</p> <p>۵- شناخت بازار و شرایط آن با تحقیق بازار شهرستان و بازار بزرگ تر جامعه از طریق اینترنت</p> <p>۶- از آنجایی که طبق تبصره ۷۵ می‌توان هر هنرستان یک شرکت تولیدی خدماتی داشته باشد از کارگاه خیاطی و تجهیزات آن استفاده می‌شود.</p>
<p>شرکای کلیدی :</p> <p>تعامل با هنرستان‌های غیرانتفاعی و شرکت‌های خصوصی تولیدی موفق در امر پوشاک، با همکاری آموزش و پرورش در جهت حمایت کارآفرینی انجام می‌گیرد. در حقیقت شرکای کلیدی ما، هنرستان‌ها (بهاد دولتی آموزش و پرورش) و شرکت‌های خصوصی می‌توانند باشند و هرگونه تراکت مهم از (مالی، نیروی انسانی، تجهیزات) به صورت توافق انجام می‌گیرد.</p>	

<p>منابع اصلی مدل کسب و کار :</p> <p>۱- منابع مالی: برای هر فعالیت با عنوان سرمایه در گردش ۴۰ درصد هزینه مواد اولیه (جهت خرید ملزومات مصرفی) و تیغاه (معادل یک ماه حقوق نیروی انسانی شرکت و هزینه انرژی) و مبلغ سرمایه ثابت با توجه به فعالیت فصلی مربوط به هزینه‌های قبل بهره‌برداري باید در نظر گرفته شود که شامل هزینه مهارت آموزی هنر چوبان نیمه ماهر و تبلیغات و طراحی و دودخت نمونه کارهای تبلیغاتی می‌باشد.</p> <p>۲- منابع انسانی: عوامل اجرایی برای کارهای اداری شرکت، هنر آموز (به عنوان مسئول اصلی بخش تولید) و هنر چوبان در حال تحصیل و فارغ التحصیل (به عنوان نیروی ماهر و نیمه ماهر)</p> <p>۳- منابع تجهیزات: با توجه به تیغره ۷۵ می توان از همه تجهیزات کارگاه خیاطی استفاده کرد.</p>	<p>کاتال توزیع :</p> <p>۱- برای یکپارچه‌سازی کاتال‌های دسترسی و هماهنگی بیشتر با مشتریان از یک برنامه مجاری مانند سروش و اینستا استفاده کنیم</p> <p>۲- برنامه‌ریزی واحد خدمات مشتریان در هنرستان برای پاسخگویی به مشتریان</p> <p>۳- توزیع کلیه خدمات روز مشخص شده توسط واحد حمل نقل هنرستان دریافت سفارش و توزیع آن به صورت مستقیم و در زمان تعیین شده صورت می‌پذیرد</p> <p>در سه روش بالا، روش دوم بهتر می‌باشد و پرهزینه ترین روش توزیع کالا به روش سوم می‌باشد.</p> <p>با توجه به موقعیت و نظر مشتریان روش‌های مختلف توزیع فوق در نظر گرفته می‌شود.</p>	<p>جریان درآمد :</p> <p>هر سه بخش مشتریان، با توجه به موقعیت زمانی و فصلی برایشان شرایط اشتراک لحاظ می‌شود، اعم از: مشتریان در صورت کسب بن اشتراک خرید ۵۰ هزار تومان، تخفیفات ویژه لحاظ می‌شود.</p> <p>در صورت تعامل و عقد قرارداد با بخش خصوصی فقط از مجوز شرکت تولیدی هنرستان کسب درآمد می‌کنیم، که ۲۰ درصد سود خالص از این قرارداد به هنرستان متعلق می‌گردد. قیمت گذاری سفارشات دسته سوم مشتریان با توجه به قیمت گذاری صنف خیاطی انجام می‌گیرد و قیمت گذاری صنف خیاطی انجام می‌گیرد و</p> <p>برنامه‌ریزی درآمد حاصل از عقد قراردادها با آموزش و نهادهای دولتی طبق قیمت مصوب مناقصه، براساس برآورد هزینه‌ها، صورت می‌گیرد.</p>
<p>ساختار هزینه‌ها :</p> <p>به تیغره ۷۵ می‌توان از تجهیزات کارگاه و مکان کارگاه برای شرکت تولیدی استفاده کرد. در صورت کسب تجهیزات مورد نیاز برای سفارشات برعهده گرفته شده تجهیزات مورد نظر را خریداری می‌کنیم. ۳- هزینه ثابت : حقوق کارمندان اعم از نیروهای اداری و هنر آموز (مسئول اصلی تولیدی) و نیروی کار ماهر و نیمه ماهر ۳- هزینه‌های متغیر : هزینه‌هایی چون تبلیغات فصلی سطح شهر و شرکت در همایش و برنامه‌های فرهنگی هنری ارشاد به عنوان اسپانسر و بروشور و سی‌دی‌های تبلیغاتی و ترافیک برای وبلاگ و برگزاری جشن تقدیر از عوامل انسانی شرکت در روز کارگر و روز دانش آموز و هزینه سرویس کار و پشتیبانی</p>		

در راستای اجرای تبصره ۷۵ و تولیدی کردن هنرستان ها؛ بر حسب رشته های موجود در هنرستان کار دانش مלאصدرا یاد مازندران و با در نظر گرفتن ظرفیت عملیاتی کارگاه مدیریت خانواده این واحد و همچنین با هدف استفاده بهینه از فضای کارگاهی موجود در جهت تولید محصولات با کیفیت ایرانی، بوم مدل کسب و کار تولید «ترشی، شور، مربا و مارمالاد» تهیه شده است.

مشتریان	ارتباط با مشتری	مشتربان
<p>۱- تولیدکنندگان (هنرآموزان و هنرچویان اعضای تیم تولید و مלאصدرا)</p> <p>۲- سرمایه گذاران (پاددهندگان)</p> <p>۳- توزیع کنندگان (هنرچویان)</p> <p>۴- تیم تولید و هنرچویان علاقه مند سایر رشته ها)</p>	<p>ارتباط با مشتری</p> <p>۱- اطلاع رسانی در مراسم صبحگاه هنرستان</p> <p>۲- اطلاع رسانی در جلسه شورای دبیران و انجمن اولیا و مربیان</p> <p>۳- ایجاد پست الکترونیکی و وبلاگ، سامانه (سایت) و صفحه های اینترنتی برای معرفی محصولات و نظرسنجی از کاربران</p> <p>۴- برگزاری مسابقات در مناسبت های مختلف و اعطای محصولات به عنوان جایزه به برندگان</p> <p>۵- چاپ بنر تبلیغاتی و پلنورد و نصب آن در مرکز شهر یا در راه های ارتباطی در آنها</p> <p>۶- طراحی چاپ و توزیع بروشور و تراکت و کارت های تبلیغاتی در:</p> <p>الف) جلسات هیات بانوان فرمانداری شهرستان (از طریق هنرآموزان)</p> <p>ب) جلسات تربیت های قرآنی و روزه خوانی بانوان در منزل (از طریق هنرچویان اعضای تیم تولید و تمامی عوامل هنرستان)</p> <p>پ) در روزی خوراگاه های دانشجویی و دانشگاه های شهرستان</p> <p>ت) مهد های کودک و پیش دبستانی ها</p> <p>۷- عرضه نمونه محصولات به بازارچه پلدا، بازارچه دهه فجر، بازارچه های تفریحی و تماشگاه هفته مشاوران دیو در هنرستان</p> <p>۸- پیش تراکت از طریق بخشنامه اداره آموزش و پرورش محمودآباد و رونوشت به کلیه مدارس در سامانه بخشنامه ها، پس از مراجعه به اداره و تنظیم اطلاعیه و کسب مجوزهای لازم برای صدور بخشنامه</p>	<p>۱- دانش آموزان کلیه رشته های هنرستان مלאصدرا</p> <p>۲- کلیه کارکنان هنرستان مלאصدرا</p> <p>۳- تمامی دانش آموزان دختر و پسر مدارس ابتدایی و متوسطه سطح شهرستان</p> <p>۴- کلیه کارکنان مدارس و اداره آموزش و پرورش شهرستان</p> <p>۵- کارکنان ادارات دولتی سطح شهرستان</p> <p>۶- کارکنان مراکز و شرکت ها و مؤسسات خصوصی سطح شهرستان</p> <p>۷- دانشجویان دانشگاه های شهرستان محمودآباد</p> <p>۸- مهد های کودک و پیش دبستانی های سطح شهرستان (استفاده از مربا و مارمالاد)</p> <p>۹- کلیه شهروندان شهرستان محمودآباد</p>
<p>۱- توانایی تولید (هنرآموزان و هنرچویان)</p> <p>۲- سرمایه گذاران (پاددهندگان)</p> <p>۳- تیم تولید و هنرچویان علاقه مند سایر رشته ها)</p>	<p>ارزش پیشنهادی</p> <p>۱- کیفیت بالای محصولات (استفاده از میوه ها و صیفی جات و سبزی جات تازه در صورت نیاز و سفارش ارگلیک)</p> <p>۲- فاقد مواد نگهدارنده و مضر صنعتی و شیمیایی</p> <p>۳- تازه</p> <p>۴- محصولات (خودتقلای شهرستان در تولید میوه و سبزیجات)</p> <p>۵- اهمیت به سلامت اقشار مختلف جامعه (دبانی، دارای وزن زیاد و فشارخون بالا) با استفاده از شیرین کننده های جایگزین قند معمولی (ایزومالت و استروبا) و تولید محصولات رژیمی در صورت سفارش</p> <p>۶- بهداشتی بودن محصول</p> <p>۷- صیقلانه و میان وعده انرژی زا و فرج بخش (مربا و مارمالاد)</p> <p>۸- تنوع در تولید (محصولات رژیمی)</p> <p>۹- صرفه جویی در وقت بانوان شاغل، دانشجویان و بانوان خانه دار و اختصاص وقت آنان به فعالیت های ضروری و تفریحی</p> <p>۱۰- عرضه محصولات جدید در کنار محصولات سنتی (تولید ترشیجات و مرباهای بومی، نظیر مربای بهارنارنج و شنگال (ریشه گیاهی بومی) و ترشی سیر و پوست هندوانه (به دلیل مقرون به صرفه بودن) و ترشی کدو حلوانی و در کنار محصولات غیر بومی ۱۱- عرضه برخی از مرباها و مارمالادها با استفاده از شیرین کننده و شکر طبیعی و شکر قهوه ای به جای شکر صنعتی</p> <p>۱۲- غنی سازی مرباها و مارمالادها جهت رفع کمبود ویتامین ها و مینرال های افراد</p> <p>۱۳- کاهش ریسک مالی (تولید سفارشی و انباشته شدن محصول در انبار)</p> <p>۱۴- استفاده از کارکنان مجرب و متخصص</p> <p>۱۵- سفارشی سازی محصول و راحتی و آسایش مصرف کننده</p> <p>۱۶- عرضه ترشی ها با استفاده از سرکه طبیعی سیب و انجیر به جای سرکه های صنعتی (تهیه شده توسط مادران دانش آموزان)</p> <p>۱۷- سهولت دسترسی به محصولات تولیدی</p>	<p>۱- توانایی تولید (هنرآموزان و هنرچویان)</p> <p>۲- سرمایه گذاران (پاددهندگان)</p> <p>۳- تیم تولید و هنرچویان علاقه مند سایر رشته ها)</p>
<p>۱- توانایی تولید (هنرآموزان و هنرچویان)</p> <p>۲- سرمایه گذاران (پاددهندگان)</p> <p>۳- تیم تولید و هنرچویان علاقه مند سایر رشته ها)</p>		

<p>کاتال توزیع</p> 	<p>۱- از طریق هنرآموزان و هنرجویان داوطلب، توزیع محصولات تولیدی در میان دوستان، بستگان، اقوام و همسایه‌ها و هم محله‌ای‌های متقاضی</p> <p>۲- تحویل به مشتری در مدارس دیگر، ادارات، دانشگاه‌ها، خوابگاه‌های دانشجویی و... در صورت سفارش انبوه</p> <p>۳- مراجعه مشتریان به هنرستان در ساعت‌های مقرر، پس از هماهنگی، در صورت تقاضای افرادی</p> <p>۴- عقد قرارداد با فروشندگان محصولات خانگی و سنتی در سطح شهر، بازار محلی و عرضه تولیدات به‌صورت خرده‌فروشی به آنها</p>	<p>منابع اصلی</p> <p>۱- منابع انسانی شامل: هنرآموزان، هنرجویان، سرمایه‌گذاران، حامیان مالی (اسپانسرها)، خریداران اوراق سهام و مشارکت، وام‌دهندگان و کلیه عوامل دست‌اندرکار تولید</p> <p>۲- منابع فیزیکی شامل: کارگاه آشپزی مجهز به اجاق گاز، ظروف مورد نیاز پخت و شیشه‌ها و ظروف مورد نیاز بسته‌بندی، چاقو، زنده، مخلوط‌کن برقی، چرخ گوشت برقی و...</p> <p>۳- منابع مالی شامل: پس انداز اولیه هنرآموزان و هنرجویان، قرض از دوستان و آشنایان و فامیل، وام‌های کم بهره از بانک‌ها و مؤسسات مالی، اوراق سهام و مشارکت، منابع دریافت شده از حامیان مالی جذب شده و...</p> <p>۴- منابع معنوی شامل: علاقه و حسن مشارکت جمعی هنرجویان و دست‌اندرکاران، ذوق و انگیزه یادگیری و کارآفرینی و کسب درآمد نو جوانی برای هنرجویان</p>	<p>ساختار هزینه‌ها</p> <p>۱- هزینه‌های ثابت (قبل از تولید) که در این طرح تقریباً صفر است.</p> <p>۲- هزینه‌های جاری شامل:</p> <p>الف) هزینه‌های مواد اولیه و نهاده‌های تولید (انواع میوه جات و سبزی جات و صیفی جات و ظروف مورد نیاز و تهیه برچسب‌های روی شیشه‌ها و...)</p> <p>ب) هزینه حقوق و دستمزد</p> <p>پ) هزینه انرژی و سوخت (آب، برق، گاز، تلفن)</p> <p>ت) هزینه تعمیر و نگهداری (کارگاه، لوازم برقی، تأسیسات و...)</p> <p>ث) هزینه استهلاک</p> <p>ج) هزینه تبلیغات و بازاریابی (چاپ بنر، کارت‌های تبلیغاتی، تراکت، خرید بسته‌های اینترنتی و...)</p> <p>چ) هزینه‌های توزیع محصولات</p> <p>ح) هزینه بازرز داخت سود وام‌های دریافتی</p> <p>خ) هزینه‌های پیش‌بینی نشده</p> <p>۳- ثبت کلیه هزینه‌ها و مخارج در دفتر روزانه و دفتر کل توسط یک هنرجوی علاقمند، دقیق و مورد اعتماد</p> <p>* مهم‌ترین فعالیت اصلی هزینه‌بر خرید مواد اولیه مرغوب است که جهت کاهش هزینه‌ها و افزایش کیفیت و رضایت مشتری، می‌توان با ایرانی، با اوبلا و بستگان و آشنایان دانش‌آموزانی که باغدار هستند و یا سر خانه‌های تولید می‌کنند، محصولات اولیه مرغوب تهیه کرد.</p>
<p>منابع اصلی</p> 	<p>جریان درآمد</p> <p>۱- تشکیل یک حساب بانکی مشترک (اشخاص حقوقی) با دو هنرآموز دست‌اندرکار و تهیه کارت عابر بانک</p> <p>۲- ثبت کلیه درآمدهای حاصل از فروش محصولات و واریز مبالغ نقدی در بانک‌ها در اسرع وقت</p> <p>۳- توزیع درآمد حاصل از محصولات تولیدی به اعضای تیم اصلی، سرمایه‌گذاران، وام‌دهندگان و خریداران اوراق مشارکت و سهام</p> <p>۴- تعیین درصد سود حاصل از هر محصول (با قیمت تمام شده، ۲۰ درصد سود حاصل از هر محصول)</p>	<p>منابع اصلی</p>	<p>ساختار هزینه‌ها</p> 

موضوع کسب و کار: گذرگاه بین راهی آبشار دم اسب			
مدل کسب و کار: خدماتی	شورای کلیدی: آشپز: قرار داد با آشپز محلی فردا بومی: جهت کسب مکان گذرگاه و خرید محصولات محلی	فعالیت‌های اصلی: اجاره یا خرید مکان مناسب برای ارائه خدمات - ارتباط با کشاورزان و افراد محلی برای تأمین غذاهای محلی - ارتباط با گروه میزبان (شامل دفاتر توریستی و گروه‌های کوهنوردی)	بخش مشتریان: کوهنوردان - طبیعت گردان - توریست‌های داخلی و خارجی - عموم مردم طبیعت دوست
		منابع اصلی کسب و کار: درآمد مالی: منابع انسانی: آشپز، گارسون جهت پذیرایی که از خودمان استفاده می‌کنیم. یک نفر کارگر جهت انجام خرید منابع فیزیکی: تجهیزات مانند اجاق گاز، ظروف، میز، صندلی و ... منابع مالی: آورده و پس انداز شخصی منابع معنوی: مشارکت و اعتماد که باید بین ما و پرسنل در انجام تمام امور با یکدیگر باشد.	ارتباط با مشتری: آژانس‌های مسافرتی - انجمن‌های کوهنوردی - سایت جهانگردی و توریستی - سایت‌های اجتماعی و مجازی (اینستاگرام) - مزرعه‌های محلی - نمایشگاه گردشگری
			ارتباط حضوری مشتریان در محل گذرگاه کنال توزیع: ارتباط حضوری مشتریان در محل گذرگاه
	ساختار هزینه‌ها: هزینه‌های یک‌بار: مثل خرید نرم‌افزار، هزینه‌های ثابت: مثل حقوق کارمندان، هزینه‌های متغیر: مثل هزینه تبلیغات ✓ هزینه‌های یک‌بار: هزینه مکان - لوازم پذیرایی - لوازم بخش اقامتگاه روزانه ✓ هزینه‌های ثابت: حقوق آشپز - گارسون - نیروی خدماتی حداقل ۲ نفر - هزینه بیمه ✓ هزینه‌های متغیر: هزینه تبلیغ در سایت‌های مجازی و توریستی		جریان درآمد: ✓ استفاده از غذاهای محلی از طریق قرار داد با افراد محلی ✓ دریافت حق اشتراک و حق استفاده از طریق دهیار محله ✓ استفاده از نیروی بومی برای ایجاد انگیزه برای همکاری (حق سرویس) ✓ ایجاد غرفه‌های فروش برای افراد بومی جهت کسب همکاری

موضوع کسب و کار: شرکت خدماتی پیک شتاب		مدل کسب و کار: خدماتی	
بخش مشتریان:	۱- شخصیت‌های حقوقی مثل ادارات، شرکت‌ها، مؤسسات و... که به دلیل مشغله زیاد فرصت انجام خرید ندارند. ۲- شخصیت‌های حقوقی مثل افراد منازل که به دلیل نداشتن فرصت یا ناتوانایی ترجیح می‌دهند از طریق پیک شتاب خریدهای خود را انجام دهند. ۳- کلیه شخصیت‌های حقوقی و حقوقی کالا دارند. ۴- کلیه شخصیت‌های حقوقی و حقوقی که قصد حمل و نقل، ارسال یا دریافت سامانه پیام کوتاه و پخش آگهی در سطح شهر ارزایی: شبکه‌های اجتماعی و پخش بروشور دریافت سفارش: تماس تلفنی، حضوری، شبکه‌های اجتماعی تحويل: مکان مورد نظر مشتری پشتیبانی: تلفنی، حضوری، شبکه‌های اجتماعی	ارتباط با مشتری: اشتراک ماهانه در پیک شتاب از طریق عضویت و آنبوه شدن برای انجام برخی امور تکراری روزانه مثل خرید نان صبحگاهی، روزنامه، پخش غذا و... تخفیفات خاص برای مشتریان ثابت و با سابقه خدمات سفارشی براساس نوع سفارش مشتری	ارزش پیشنهادی: ۱- حمل و نقل کالا توسط وانت و موتور سه چرخه به تمام نقاط شهر ۲- انجام خریدهای روزانه منازل و شرکت‌ها ۳- توزیع نان صبحگاهی برای افرادی که در پیک آنبوه شده‌اند. ۴- توزیع کارت‌های دعوت عروسی، مراسم، دسته‌گل و... سه تپهه و توزیع غذا از رستوران‌ها و... عدم دریافت کالا از ترمینال و قطار و تحويل آن به مشتری در محل مورد نظر ۷- نصب اعلامیه ترجمه و تبلیغاتی در محل مورد نظر ۸- دریافت کالا از درب مشتری و ارسال آن به تمام نقاط کشور از طریق تیماکس و پست بین‌المللی ۹- توزیع تراکت و بروشور تبلیغاتی در مکان‌های مورد درخواست مشتری
شرکای کلیدی:	قرارداد با راننده وانت و موتور سه‌چرخه و در نظر گرفتن درصدی از مبلغ هر سفارش برای او به عنوان دستمزد. قرارداد یا چندین نانوا و معازه و در نظر گرفتن درصدی از سود هر سفارش برای او جهت ارائه سرویس با کیفیت.	فناوری‌های اصلی: ایجاد، تأسیس و مدیریت دفتر اصلی پیک شتاب مدیریت کانال تبلیغاتی شبکه‌های اجتماعی دریافت سفارش و ارائه خدمات	منابع اصلی کسب و کار: انسانی: مدیر و کارکنان، راننده وانت و موتور سه‌چرخه. مالی: سرمایه در گردش ممنوعی: کسب مجوز و ثبت نام تجاری فیزیکی: دفتر اصلی، ائانه و تجهیزات کامپیوتر، اجتماعی: تبلیغات اشتراک اینترنت.
خریدان درآمد:	خدمات سفارشی	ساختار هزینه‌ها: هزینه‌های یکبار: خرید دفتر کار، ثبت شرکت، خرید ائانه و تجهیزات مثل میز و صندلی و کامپیوتر هزینه‌های ثابت: حقوق مدیر و کارکنان هزینه‌های متغیر: قبوض آب، برق، گاز و تلفن، اشتراک ماهانه اینترنت، دستمزد راننده وانت و سه‌چرخه و هزینه تبلیغات	

موضوع کسب و کار : برنامه آنلاین تلفن جهت همراه زرزو سوویت، ویلا و هتل	مدل کسب و کار : کارآفرینی (گردشگری)
<p>بخش مشتریان : در این طرح تمامی خانواده‌ها و افرادی که قصد سفر به شمال کشور در هر زمان از سال را داشته باشند، به عنوان مشتری شناخته می‌شوند. محدودیت سن، جنسیت، محل زندگی، تحصیلات، شغل و یا سطح درآمدی خاصی برای مشتریان وجود ندارد و طیف گسترده‌ای را شامل خواهد شد لذا ویژگی هدف مشتریان ما تنها مسافران به شمال کشور خواهد بود.</p>	<p>شرکای کلیدی: طبقاً با توجه به ماهیت خدماتی و گردشگری این کسب و کار، همراهی و مشارکت با تمامی هتل‌ها، سوئیت‌ها، مجوزهای لازم از نهادهای قانونی ذی ربط، ۳- و منازل اقامتی شخصی در گام نخست اتفاق خواهد افتاد و پس از آن آژانس‌های مسافرتی، سازمان‌های مرتبط با امور گردشگری و شرکتهای هواپیمایی می‌توانند به قوت و انسجام طرح کمک‌های شایانی بنمایند.</p>
<p>ارزیابی با مشتری : با توجه به اینکه خدمات این کسب و کار به صورت برنامه‌های قابل نصب بر روی تلفن همراه و وب سایت ارائه خواهد شد، بنابراین ارتباط با مشتری از طریق تبلیغات در فضای مجازی و ایلکیشن‌های تلفن همراه برقرار شده و با ایجاد طرح‌های تخفیف و مشتری مدارانه این ارتباط حفظ و گسترش خواهد یافت.</p>	<p>ارزش پیشنهادی: با وجود روش‌های سنتی برای اسکان مسافران، در حال حاضر افراد با مشکل انتخاب مکان مناسب از لحاظ نظافت، قسمت و موقعیت مناسب رو به رو هستند و این معضل در ایام بیک سفر به اوج می‌رسد. اما این طرح ما می‌توانیم آژانس خیال در سفر را به مسافر هدیه دهیم چرا که پیش از رسیدن به مقصد، مکان اسکان خود را با تمام ویژگی‌ها مانند مساحت، شکل ظاهری، امکانات و قیمت زرزو کرده و آسوده خاطر خواهد بود. راحتی و سهولت در انجام کار، امکان مقایسه و بررسی امکانات و ویژگی‌های ظاهری مکان و عدم سردرگمی مسافران در هنگام اسکان از ویژگی‌های ممتاز این طرح است.</p>
<p>کانال توزیع : به صورت الکترونیکی و اینترنتی بوده که ما با ایجاد فایل‌های متعدد درباره هتل‌ها، ویلاها و منازل شخصی موجود جهت اجاره روزانه، آگاهی لازم را برای انتخاب مطلوب در اختیار مشتری قرار می‌دهیم. با ورود به هر فایل، مشتری می‌تواند عکس‌ها و امکانات منزل را مشاهده نموده و به مقایسه قیمت و امکانات آن با سایر موارد بپردازد. ارزیابی موارد اسکان، از طریق مقایسه و همچنین بررسی نظرات سایر کاربران مکان پذیر خواهد بود. پس از انتخاب ویلای مطلوب، مشتری با انتخاب بازه زمانی اقامت و پرداخت وجه به صورت الکترونیکی اقدام به زرزو مکان می‌نماید. پس از زرزو، کد پیگیری و آدرس و شماره تماس برای مشتری پیامک شده و در انتها پس از استفاده از خدمات، مشتری با اعلام میزان رضایت خود از خدمات دریافت شده، می‌تواند در نظر سنجی شرکت کند.</p>	<p>فعالیت‌های اصلی: ۱- شناسایی و ثبت تمام اماکن مجاز اقامتی در بانک اطلاعاتی سامانه با تمامی مشخصات، ویژگی‌ها، تصاویر، قیمت، مساحت، امکانات رفاهی و... ۲- دریافت مجوزهای لازم از نهادهای قانونی ذی ربط، ۳- تبلیغات در صفحات مجازی و اجرای طرح‌های ترویجی و تخفیفی متعدد، ۴- کیفیت سنجی، رتبه‌بندی و دریافت نظرات کاربران.</p> <p>منابع اصلی کسب و کار : اصلی ترین منبع مورد نیاز برای اجرای این طرح نیروی انسانی فعال، با انگیزه و کارآمد می‌باشد که اقدام به جمع‌آوری اطلاعات و ثبت آن در سامانه نموده و با همکاری برنامه‌نویسان کمپیوتری، برنامه کاربردی مخصوص تلفن همراه آماده می‌شود. برای عقد قرارداد با مالکین اماکن اسکان از مشاوران حقوقی بهره جست و با توجه به اینترنتی بودن کسب و کار نیاز به تجهیزات فیزیکی و مالی چشمگیری نخواهد بود.</p>
<p>چریان در آمد : درآمد این کسب و کار به شکل دستمزد کارگزاری دریافت خواهد شد که طبقاً به صورت درصدی از مبلغ اجاره واحد اقامتی را مالک اخذ می‌گردد. پس از راه اندازی اولیه و رسیدن به نقطه اکی کسب و کار شناخته و شهره شود، می‌توان از صاحبین اماکن که متقاضی عضویت در سامانه و برنامه هستند، سالاانه حق عضویت و... نیز دریافت نمود.</p>	<p>ساختار هزینه‌ها: هزینه‌های اولیه طرح شامل جمع‌آوری داده‌ها و ساخت برنامه کاربردی به صورت پایگاه داده و برنامه کاربردی تلفن همراه می‌باشد. هزینه‌های جاری طرح نیز شامل حقوق کارمندان، تبلیغات، دامنه اینترنتی و کسب مجوزهای لازم خواهد بود.</p>

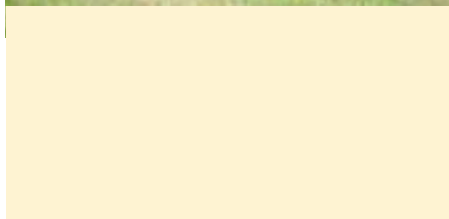
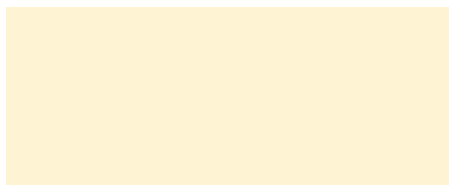
موضوع کسب و کار: دوره گردی خوشنمه	
بخش مشتریان: <ul style="list-style-type: none"> • شاغلین و کارمندان • دانشجویان • دانش آموزان • خانواده‌ها • به‌طور کلی افراد در تمام گروه سنتی که خواهان غذای سالم با قیمت مناسب هستند.	ارتباط با مشتری: حضوری تماس تلفنی طراحی برنامه کاربردی (application) مربوطه با مادر ارتباط باشند. طراحی یک صفحه در اینستاگرام - طراحی و نصب بوسترهای تبلیغاتی
ارزش پیشنهادی: استفاده از مواد غذایی سالم و طبیعی که با توجه به اینکه این رستوران بسیار است و در مکان‌های شلوغ مستقر می‌شود لذا برای بسیاری از مشتریان به راحتی قابل دسترسی است. مشتریان غذا را به دلخواه خود و با مواد غذایی که دوست دارند سفارش می‌دهند کالری مواد غذایی مورد استفاده ثبت و به مشتری اعلام می‌شود تا بتواند متناسب با کالری مورد نیاز روزانه خود، غذا سفارش دهد با بسته‌بندی متفاوت و فانتزی محصولات خود برای مردم به ویژه برای کودکان (با استفاده از برچسب‌های کارتونی، هدایای کوچک، توزیع یادگانه و...) در جهت جذب مشتری فعالیت می‌کنیم. در صورت خرید به تعداد زیاد، محصولاتی با توجه به تعداد محصولات خریداری شده، به‌طور رایگان ارائه می‌شود. در برخی از روزهای سال از جمله مناسبت‌های مذهبی (تظلم اعیان، ولادت ائمه و...) و فرهنگی (تظلم روز دانش آموز) کارتهای تخفیف همراه با محصولات غذایی بدون دریافت سرویس ایاب وذهاب توزیع می‌گردد. محصولات غذایی بدون دریافت سرویس ایاب وذهاب توزیع می‌شود.	منابع توزیع: <ul style="list-style-type: none"> • حضوری • ارسال از طریق پیک • غرفه در ایستگاه‌های مترو
منابع اصلی کسب و کار: برای راهاندازی این کسب و کار به این دسته از منابع نیاز داریم: منابع فیزیکی: یک دستگاه آتوموس - یک دستگاه فر - یک دستگاه اجاق گاز، میز و صندلی - گلخانه یا کال و... منابع انسانی: راننده، آشپز، صندوق‌دار منابع مالی: آورده شخصی و قرض از خانواده منابع معنوی: مشارکت، اعتماد، همکاری	منابع اصلی کسب و کار: برای راهاندازی این کسب و کار به این دسته از منابع نیاز داریم: منابع فیزیکی: یک دستگاه آتوموس - یک دستگاه فر - یک دستگاه اجاق گاز، میز و صندلی - گلخانه یا کال و... منابع انسانی: راننده، آشپز، صندوق‌دار منابع مالی: آورده شخصی و قرض از خانواده منابع معنوی: مشارکت، اعتماد، همکاری
مدل کسب و کار: خدماتی	فعالیت‌های اصلی: برای اینکه ارزش‌هایی را که قول دادیم برای مشتری به ارمغان می‌آوریم انجام دهیم، اصلی‌ترین فعالیت‌هایی را که باید انجام بدهیم چیست؟ <ul style="list-style-type: none"> • ارائه غذاهای نو و جذاب و خوشنمه با استفاده از مواد طبیعی و مطلوب همه گروه‌های سنی • امکان سفارشی‌سازی غذا توسط مشتری • بازاریابی
شرکتی کلیدی: <ul style="list-style-type: none"> • شرکای مالی و تأمین سرمایه • مراکز تفریحی • ادارات و مدارس و دانشگاه‌ها 	ساختار هزینه‌ها: هزینه‌های ثابت، هزینه حقوق پرسنل - هزینه اجاره اتوموس - هزینه خرید تجهیزات - هزینه خرید نرم‌افزار - هزینه‌های متغیر: هزینه تبلیغات و بازاریابی - هزینه خرید مواد اولیه - هزینه دریافت مجوزات قانونی، هزینه اینترنت، گاز مصرفی و...

موضوع کسب و کار: فلافل بلوط		مدل کسب و کار: خدماتی	
مشتری شناسی	از تباط با مشتریان	طراحی ارزش پیشنهادی	تفاوت این محصول با فلافل معمولی در این است که از گیاه بلوط در آن استفاده می شود طرحی ابتکاری بوده و سبب بهبود و یا درمان بیماری های نظیر: کم خونی، راشیتسم، زخم معده و اثنی عشر می گردد.
	۱- افرادی که نفرس دارند. ۲- زنان و کودکان کم خون ۳- بیماران دارای زخم معده ۴- افراد دارای راشیتسم	تعیین کانال توزیع: ماشین های فروش فروش حضوری پیک رایگان	فعالیت های کلیدی
درآمد زایی: فروش محصول و کسب درآمد		برآورد هزینه: هزینه ثابت: هزینه اجاره یا خرید اتومبیل، هزینه خرید تجهیزات، هزینه حقوق هزینه متغیر: هزینه مواد اولیه، گاز مصرفی، تبلیغات و بازاریابی، هزینه دریافت مجوزات	

موضوع کسب و کار: زنبورداری و پرورش عسل طبیعی		مدل کسب و کار: خدماتی - خوداشتغالی و کارآفرینی	
بخش مشتریان:	۱- دوستان و نزدیکان و آشنایان در تمام گروه سنی به دلیل آشنایی و مشاهده روند طبیعی تولید جمع کبیری از مشتریان ثابت را تشکیل می دهند.	ارزش پیشنهادی:	۱- از طریق مغازه‌ای که داریم با مشتریان ارتباط برقرار می کنیم و با تبلیغات خواص عسل و با ارائه جنس با کیفیت و اصل (طبیعی) و با در نظر گرفتن تخفیف‌های مناسب و برخورد خوش با مشتریان، این ارتباط را حفظ می کنیم.
۲- دیگر مشتریان برده‌مان و مغازه داران هستند که ارزش عسل طبیعی را می دانند و با خرید و مصرف این ماده غذایی ارزشمند، سلامتی خود را حفظ می کنند.	۳- همچنین عمده مشتریان ما اغلب افرادی هستند که خواهند عسل طبیعی بوده و می خواهند عسل طبیعی تهیه و مصرف نمایند، آنها به ما اعتماد کرده و از ما عسل مورد نیازشان را خریداری می نمایند.	۱- توزیع عسل فرار است از راه‌های متفاوتی مانند تحویل حضوری، یا با پیک موتوری انجام نمود.	۱- مزایای طبیعی عسل و خواص آن ۲- البته بسته به مسافت دور و نزدیک بودن مشتریان می توان از طریق نمایندگی ها و استفاده از قطار ریلی باری نیز استفاده کرد.
۴- صاحبان فروشگاهها، سوپرمارکتها کافی شاپها نیز از مشتریان محسوب می شوند.	۳- با ایجاد تبلیغات گسترده حضوری نیز می توان مشتریان خوبی به دست آورد.	۴- توزیع به بسته بندی های نوین و جدید و اصولی نیز از دیگر ویژگی های بارز محسوب می شوند.	۵- با مراقبت و رسیدگی های منظم به کندوها و زنبورها موجب حفاظت از آنها در قبال بیماری ها می شویم که این از جمله اقدامات بسیار کلیدی برای زنبوردار به حساب می آید.
		۱- منابع اصلی کسب و کار: قرص از نزدیکان	منابع انسانی: کارکنان رسیدگی به کندوها، در واحد پیش و ارتباط با مشتریان و نیروهای کاربلد
		۲- کارشناسان اداره جهاد کشاورزی	تجهیزات: شامل زمین مناسب کندو و ماشین آلات ویژه جهت برداشت بهداشتی عسل و بسته بندی آن، کندوهای نو و موتور، مغازه و ...
		۳- مغازه داران و کلیه فروشندگان عسل	
		۴- با افراد ذکر شده می توان در زمینه تبلیغ و مشتری یابی و گرفتن وام و ... شریک شد.	
			ساختار هزینه ها:
			هزینه های یک باه خرید کندوهای خالی و نو و موتور، قالب ها، طبق ها، وسایل اولیه زنبورداری، خرید زنبورهایی با نژاد خوب، خرید دستگاه ها و ماشین آلات هزینه های ثابت. ارتباط با مشتریان و حقوق کارکنان
			هزینه های متغیر: هزینه های تبلیغ و هزینه خرید به تناسب نیازها، هزینه های قبوض مصرفی و هزینه های استهلاک و نوسازی وسایل و تجهیزات

پیوست ۲:

جوان بلژیکی یک درخت را در طول ده سال به شکل هدفمند به صورت یک غول (آدمک) رشد داد. درآمد او از عکس گردشگران به اندازه دهها باغ است.



شما برای ایجاد یک کسب و کار نوآورانه چه پیشنهادی دارید؟

همکارانی که در ارائه نمونه بوم‌های کسب و کار مشارکت داشته‌اند:

هنرآموز	خانم فریبا علیان
هنرآموز	خانم حمیده پازانی
هنرآموز	سیده رقیه برجسته
هنرآموز	خانم سمانه شاه حسینی
هنرآموز	خانم فاطمه دهیان
هنرآموز	خانم مریم حسین پور
هنرآموز	خانم لیلا پاکی
هنرآموز	خانم میترا قرمزی
هنرآموز	خانم سعیده عباسی
هنرآموز	آقای امین نمایی

منابع

- سند تحول بنیادین آموزش و پرورش
- برنامه درس ملی ایران
- کتاب کارگاه کارآفرینی و تولید شاخه نظری
- کتاب کارگاه نوآوری و کارآفرینی
- برنامه درسی کارگاه نوآوری و کارآفرینی
- ویژه‌نامه‌های ارزشیابی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای

