

۷- محور بازارچه‌های کسب و کار دانش آموزی



در این محور دانش‌آموزان براساس «شرایط اقلیمی و جغرافیایی، ویژگی‌های فرهنگی منطقه، توانایی و علایق خود، همچنین صنایع بومی و محلی»، اقدام به «طراحی ایده، تولید محصول یا ارائه خدمت و فروش» نموده و با تشکیل غرفه اختصاصی، آثار خود را با راهنمایی دبیر کار و فناوری در قالب بازارچه‌های کسب‌وکار دانش‌آموزی^۱ مطابق گام‌های زیر ارائه می‌دهند.

■ مرحله مدرسه‌ای، منطقه‌ای/ ناحیه‌ای/ شهرستانی و استانی:

گام ۱: ایده‌یابی و ایده‌پردازی

هدایت دانش‌آموزان به سمت اندیشیدن درباره مشکلات و چالش‌های محیط پیرامون زندگی خود و شناخت نیاز مشتریان آنها را در پیدا کردن ایده مناسب کمک می‌کند. اولین گام در این مسیر پاسخ به سوالات زیر است:

- در هنگام خرید چه کم و کاستی باعث نارضایتی من می‌شود؟
- چه محصول یا خدمتی زندگی من را بهبود می‌بخشد؟
- ایده من چه کاری می‌تواند انجام دهد؟
- آیا ایده من برای مشتری جذاب است و حاضر است برای تهیه آن قیمتی بپردازد؟
- آیا ایده من قابل اجراست؟
- آیا خودم و یا هم گروهی من توانایی‌های لازم برای ایجاد این کسب و کار را دارم؟

گام ۲: طراحی بوم مدل کسب‌وکار

در این گام دانش‌آموزان بوم مدل کسب و کار^۲ خود را طراحی می‌نمایند. این مدل یک برنامه کسب‌وکاری، برای درآمدزایی و کسب سود است و محصولات و خدماتی که قصد فروش آن‌ها را داریم، بازار هدف و مخارج پیش‌بینی شده آن را مشخص می‌کند تا ضمن حمایت از به وجود آمدن کسب و کار، توضیح دهد که:

- کسب‌وکار به چه کسی خدمت می‌کند؟
- چه پیشنهادی می‌دهد؟
- چگونه آن پیشنهاد را مطرح می‌کند؟
- چگونه به اهدافش می‌رسد؟

• مزایای طراحی و نوشتن یک بوم مدل کسب و کار

- می‌توان بسیار سریع و مشخص طرح کسب و کار خود را برای سرمایه‌گذار در یک تصویر شرح داد.
- با نگاه جامع به کل کسب و کار طراحی شده می‌توان، معایب یا نقاط قابل بهبود را قبل از هزینه کردن و شروع کردن پیدا کرد.
- ارتباطات بین اجزای مختلف طرح را به راحتی تشخیص داد و برای بهینه‌سازی آن می‌توان اقدام نمود.
- می‌توان با تغییر دادن اجزای مختلف، تاثیر آن را بر روی بخش‌های دیگر بررسی و بهترین ترکیب اجزا را پیدا نمود.

^۱ . مطابق پودمان کسب‌وکار کتاب کاروفناوری پایه هفتم

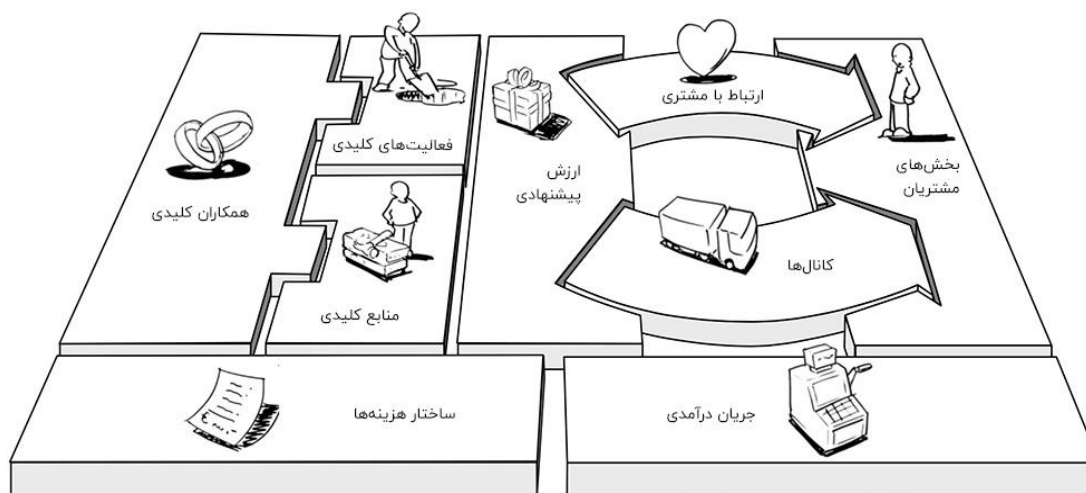
^۲ . تفاوت «مدل کسب و کار»، «بوم مدل کسب و کار» و «طرح کسب و کار»

مقایسه زیر، تفاوت مدل کسب و کار، بوم کسب و کار و طرح کسب و کار را نشان می‌دهد:

- مدل کسب و کار (Business Model): وسیله‌ما برای رسیدن به مقصد (خودرو، قطار، هواپیما یا ترکیبی از این موارد)
- بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas): نقشه جغرافیایی که ما را در طول سفر راهنمایی می‌کند.
- طرح کسب و کار (Business Plan): دفترچه راهنمای سفر به مقصد به همراه جزئیات: مکالمات ضروری، جاهای دیدنی و...

در واقع بوم کسب و کار، یک طرح کلی است که اجزای مختلف سیستم کسب و کاری را برای رسیدن به درآمد مشخص می‌کند و با یک نگاه به سیستم کسب و کاری خود، می‌توان جریان‌های درآمدی، فعالیت‌ها و منابع اصلی، مخارج و همچنین روش‌های خلق، تحویل و دریافت ارزش در کسب و کار خود را مشخص نمود.

شکل زیر اجزای یک بوم مدل کسب و کاری را نشان داده؛ شامل: توصیف سریع، خلاصه و جامع از یک کسب و کار است که در آن ارتباطات بین تمامی اجزای کسب و کار را از مشتریان تا تامین کنندگان و کانال‌های توزیع و فرایندها را مشخص می‌نماید.



تصویر ۷-۱- بوم مدل کسب و کار

• اجزای بوم مدل کسب و کار:

۱. بخش مشتریان (Customer Segment)
مشتری چه کسی است؟ به چه چیزی فکر می‌کند؟ چه چیزی را می‌بینید؟ چه احساسی دارد؟ چه می‌کند؟ در این بخش، همان طور که از نامش پیداست، باید مشتریان‌تان را بر اساس یک سری ویژگی‌هایی که هدف قرار داده‌اید معرفی کنید.
۲. ارزش پیشنهادی (Value Proposition)
چه چیزی در خصوص محصول/ خدمت ما، برای مشتریان ارزشمند و مجاب‌کننده است؟ چرا مشتریان محصول ما را می‌خرند و استفاده می‌کنند؟ در این قسمت باید مشخص کنید که قرار است چه ارزش‌هایی را برای مشتریان‌تان به ارمغان بیاورید؟ چه مزیتی (مانند قیمت خوب، راحتی، سرعت و...) قرار است؛ به مشتری بدهید تا شما را نسبت به رقبای‌تان ترجیح بدهند؟
۳. کانال‌های توزیع (Channels)
چه طور این ارزش پیشنهادی «تبلیغ، فروخته و تحویل» داده می‌شوند؟ چرا؟ آیا چنین کاری فایده دارد؟ چگونه قرار است کالا یا خدمات یا هر نفع دیگری که برای مشتری خواهید داشت، به او برسد؟ چگونه کالای‌تان را توزیع خواهید کرد؟ از چه کانالی خدمات‌تان را به مشتری ارائه خواهید داد؟
۴. ارتباط با مشتریان (Customer Relation)
در این قسمت مشخص می‌کنید که چگونه قرار است با مشتری ارتباط داشته باشید و چگونه می‌خواهید این ارتباط را حفظ کنید؟ تعامل شما با مشتریان در طول چرخه عمر محصول و فروش به چه صورت است؟ آیا این تعامل به صورت رو در رو است؟ تماس تلفنی؟ کاملاً از طریق وبسایت؟ آیا آن‌ها هرگز شما را ندیده‌اند و کلیه تعاملات شما از طریق یک کانال بوده است؟ در اینجا باید این سؤالات را از خود بپرسید: آیا ارزش پیشنهادی را می‌توان از این طریق (از تبلیغ گرفته تا فروش و خدمات پس از فروش) به مشتری تحویل داد؟ آیا محاسبات شما درست عمل می‌کند؟ آیا محصول شما نیاز به تست یا پشتیبانی بیشتری دارد؟
۵. جریان درآمد (Revenue Stream)
کسب و کار چطور از ارزش پیشنهادی کسب درآمد می‌کند؟ قرار است استارت‌آپ شما چگونه از هر دسته از مشتریان درآمد داشته باشد؟ حق اشتراک؟ (مثل روزنامه‌ها)، حق سرویس؟ حق استفاده از مجوز؟ و...
۶. فعالیت‌های اصلی (Key Activities)
کسب و کار چه فعالیت‌های استراتژیکی را به شکل منحصربه‌فرد انجام می‌دهد تا محصول یا خدمت خود را به مشتریان ارائه دهد؟ به عبارت دیگر فعالیت‌های اصلی اقدامات ضروری و مهمی هستند که کسب و کارها برای ایجاد و ارائه ارزش پیشنهادی خود و ادامه فعالیت کسب و کارشان به

آن نیاز دارند. برای یک کسب و کار محصول محور، این فعالیت‌ها ممکن است شامل یادگیری مستمر در خصوص کاربران و تکنولوژی‌های جدید برای تولید محصولات بهتر شود. اگر تمرکز کاری شما روی انجام کارهایی برای مجموعه‌ای مشخص از مشتریان است؛ فعالیت‌های کلیدی احتمالا شامل: کسب شناخت کافی از بخش‌ها و ایجاد یا کسب محصولات/ خدمات متناسب است. برای یک کسب و کار زیرساختی (مثل تجهیزات برق)، این فعالیت‌ها می‌تواند شامل راه‌اندازی زیرساخت و کارآتر کردن آن باشد.

۷. منابع اصلی (Key Resources)

منابع اصلی، دارایی‌های استراتژیکی هستند که شما برای کسب برتری و رقابت با سایرین به آنها نیاز دارید. از آنجا که قرار شد یک سری ارزش‌ها، شامل خدمات و محصول و سایر منافع را که قرار است به مشتری برسانید، تعریف کنید؛ حالا برای تحقق این ارزش‌ها برای مشتری به چه منابع اصلی و ضروری مالی، انسانی، تجهیزات و... نیاز دارید؟

۸. شرکای کلیدی (Key Partners)

تا این مرحله، بوم به شما کمک کرده است تا نقاط کانونی کسب و کار خود را به خوبی شفاف کنید. در این بخش مشخص می‌شود چه فعالیت‌ها و منابعی مهم هستند، اما منحصر با استراتژی شما هنوز متناسب نیستند. چه چیزی خارج از ذات کسب و کار شما است؟ شرکت برای تمرکز بیشتر روی فعالیت‌های کلیدی خود چه کارهایی را می‌تواند انجام ندهد؟ آیا شرکا می‌توانند از پس بعضی از آنها برآیند؟ چرا؟ کدام یک از رقبا؟

۹. ساختار هزینه (Cost Structure)

تا این مرحله به خوبی مشخص شده است که چگونه فعالیت‌های اصلی، محرک خلق ارزش و درآمد خواهد بود، اما در این گام این سؤال مطرح است که چگونه ارزش پیشنهادی و فعالیت‌ها باعث ایجاد هزینه می‌شوند؟ محرک‌های اصلی هزینه‌ای کسب و کار چه هستند؟ و چطور به درآمد متصل می‌شوند؟ آیا این هزینه‌ها به خوبی با ارزش‌های پیشنهادی کلیدی متناسب‌سازی شده‌اند؟ بیشتر هزینه‌ها ثابت هستند یا متغیر؟ آیا هزینه‌ها با مقیاس کسب و کار رابطه خطی دارند یا در کل ثابت هستند؟ این‌ها سؤالاتی هستند که برای بهبود مدل باید به آنها پاسخ داد.

گام ۳: ارائه نمونه اولیه طرح (تولیدی/ خدماتی)

در این گام نمونه اولیه طرح (تولیدی یا خدماتی)، براساس مراحل نه‌گانه طراحی و ساخت پروژه^۱: «تعریف نیاز، بررسی نیاز و مسأله، برنامه‌ریزی کارها، بررسی اطلاعات، بررسی و ارائه راه‌حل‌ها، انتخاب راه‌حل، تولید، آزمایش و بهبود، ارائه و ثبت محصول» ساخته می‌شود.



۱. کتاب کاروفناوری پایه هفتم صفحه (۹)

گام ۴: فروش محصول/ ارائه خدمت از طریق برپایی غرفه اختصاصی

در این گام، غرفه فروش (محصول/ ارائه خدمت) در بازارچه کسب و کار، به صورت حضوری یا مجازی (از طریق پلتفرم‌های موجود داخلی/ سامانه‌های الکترونیکی میزبان کسب و کار) با بهره‌گیری از شیوه‌های نوین و تکنیک‌های دیجیتال مارکتینگ در فروش محصولات/ ارائه خدمات مطابق «نکات راه اندازی بازارچه در مدرسه»^۱ در هر سه مرحله جشنواره راه اندازی می شود:

۱. نیازسنجی، تبلیغات، پیش‌بینی امکانات موردنیاز
۲. انتخاب نام تجاری (برندینگ) و معرفی محصول/ خدمت
۳. نوآوری در نحوه ارائه محصول/ خدمت
۴. مشتری‌مداری و فروش محصول/ ارائه خدمت با بهای مناسب
۵. امنیت پول به دست آمده در بازارچه هنگام فروش محصول/ ارائه خدمت
۶. کارگروهی و تقسیم وظایف در گروه (در صورت تشکیل گروه دانش‌آموزی)
۷. همیاری و دریافت کمک از اولیای مدرسه و والدین برای راه‌اندازی بازارچه و دعوت از آن‌ها برای شرکت در بازارچه

گام ۵: ارزیابی طرح تولیدی/ خدماتی

- ارزیابی غیرحضوری

ارزیابی مستندات فعالیت‌های انجام شده (شناسنامه طرح، فرم رویدادنگاری، تصویر بوم مدل کسب و کار و گزارش تصویری «فیلم» طرح تولیدی/ خدماتی) مطابق نمونه برگ ارزیابی شماره (۷-۳)

- ارزیابی حضوری (ارائه و دفاع از اثر)

ارزیابی ارائه شفاهی و دفاع از ایده، طراحی بوم مدل کسب و کار طرح تولیدی/ خدماتی و نحوه فروش محصول/ ارائه خدمت در غرفه اختصاصی و ... مطابق نمونه برگ ارزیابی شماره (۷-۳)

توجه:

- از ظرفیت محصولات/ خدمات طرح خودتکایی مدارس شبانه‌روزی، برنامه ویژه مدرسه، انجمن‌های علمی- پژوهشی و ... در بازارچه- های کسب و کار دانش‌آموزی استفاده شود.

- کل زمان اختصاصی ارزیابی حضوری این محور برای هر دانش‌آموز/ گروه دانش‌آموزی، حداکثر ۲۵ دقیقه است.

مستندسازی فعالیت‌ها:

دانش‌آموزان باید در مرحله مدرسه‌ای مستند فعالیت‌های خود را از ابتدای شروع فرآیند، مطابق با موارد ذکر شده، در قالب یک لوح فشرده، جهت شرکت در محور بازارچه‌های کسب و کار دانش‌آموزی آماده، و به دبیر راهنمای خود تحویل دهند:

۱. فایل تکمیل شده نمونه برگ شماره ۷-۱ (شناسنامه طرح تولیدی/ خدماتی در محور بازارچه‌های کسب و کار دانش‌آموزی)
۲. فایل تکمیل شده نمونه برگ شماره ۷-۲ (فرم رویدادنگاری محور بازارچه‌های کسب و کار دانش‌آموزی)
۳. تصویر بوم مدل کسب و کار طرح تولیدی/ خدماتی
۴. تهیه گزارش تصویری (فیلم) از: «تیین فرآیند ایده‌یابی و ایده‌پردازی، طراحی مدل کسب و کار طرح تولیدی/ خدماتی، تولید نمونه اولیه و فروش محصول/ ارائه خدمت» (با رعایت زمانبندی حداکثر ۱۰ دقیقه)

بخش‌های تهیه فیلم مستند فعالیت‌ها:

۱. مقدمه: معرفی دانش‌آموز/ اعضای گروه (نام و نام خانوادگی، آموزشگاه، پایه تحصیلی و منطقه/ ناحیه/ استان)، دبیر راهنما
۲. معرفی محصول/ خدمت
۳. نمایش مراحل عملی تولید محصول/ ارائه خدمت
۴. نمایش بوم مدل کسب و کار و بیان توضیحاتی مختصر در زمینه اجزای بوم و مراحل طراحی و ساخت پروژه
۵. ارائه مستندات حسابداری (پرینت حساب، فاکتور خرید و فروش، سود و زیان، مالیات و...)
۶. نمایش غرفه بازارچه حضوری/ ارائه آدرس سامانه‌های الکترونیکی فروش محصول/ ارائه خدمت
۷. ارائه مستندات تصویری از نحوه ارتباط با مشتری/ خلاقیت‌های دانش‌آموزان در جلب مشتری و...

۱. کتاب کاروفناوری پایه هفتم صفحه (۱۷۹)



نمون برگ شماره ۷-۲- فرم رویدادنگاری محور بازارچه های کسب و کار دانش آموزی

به نام خدا
جشنواره نوجوان خوارزمی
رویدادنگاری

عنوان طرح:	نوع طرح: تولیدی <input type="checkbox"/> خدماتی <input type="checkbox"/>
شناسه گروه:	کد ملی دانش آموز/ دانش آموزان:
نام و نام خانوادگی دانش آموز/ دانش آموزان:	۱- تلفن:
۱-	۲- تلفن:
استان:	نام مدرسه: عادی <input type="checkbox"/> خاص <input type="checkbox"/> دخترانه <input type="checkbox"/> پسرانه <input type="checkbox"/>
منطقه/ ناحیه/ شهرستان:	تلفن مدرسه:
نام و نام خانوادگی دبیر راهنما:	نام و نام خانوادگی مدیر:
شماره همراه:	شماره همراه:

ردیف	اقدامات پیشنهادی	اقدامات اجرایی	زمان پیش بینی شده	زمان واقعی
۱	نحوه تشکیل گروه و تقسیم وظایف (در صورت انجام کارگروهی) نیازسنجی و نحوه دستیابی به ایده خلاقانه دلایل انتخاب طرح یادداشت های مربوط به پژوهش (میزان خلاقیت و ابتکار طرح، کسب دانش و مهارت آموزی در راستای اجرای ایده، مطالعه و بررسی بازار جهت شناسایی نمونه های مشابه، بررسی سابقه کسب و کارهای مشابه و ...) انتخاب برندینگ، تعیین دارایی ها و برآورد هزینه های اولیه و امکانات و برنامه ریزی کارها بررسی خصوصیات و امکانات اجرایی سازی طرح، بررسی مکان برپایی غرفه بازارچه، گفت گو با هم گروهی، دبیر راهنما، والدین، و افراد مطلع مشکلات و ارائه راهکارها و ...			
۲	طراحی ایده اولیه، مراحل پردازش ایده، تعیین ایده نهایی، ترسیم ایده نهایی گفت گو با هم گروهی، دبیر راهنما، والدین، و افراد مطلع، مشکلات و ارائه راهکارها و ...			
۳	تولید اولیه طرح تولیدی/ راه اندازی اولیه طرح خدماتی ارائه به مخاطبان اولیه دریافت بازخورد، اصلاح نواقص احتمالی تعیین قیمت تمام شده محصول/ ارائه خدمت نسبت به برآورد هزینه اولیه گفت گو با هم گروهی، دبیر راهنما، والدین، و افراد مطلع مشکلات و ارائه راهکارها و ...			
۴	مراحل برپایی غرفه اختصاصی بازارچه نحوه انجام تبلیغات و ارائه خلاقانه محصول/ خدمت در غرفه بازارچه، بررسی سود و زیان حاصل از فروش محصول/ ارائه خدمت گفت گو با دبیر راهنما و افراد مطلع مشکلات و ارائه راهکارها و ...			

توضیحات تکمیلی:

.....

.....

.....

فهرست و قیمت اقلام و خدمات مورد نیاز برای ساخت طرح تولیدی/ پیاده سازی طرح خدماتی

عنوان اقلام	قیمت	عنوان خدمت	هزینه ارائه خدمت

هزینه تمام شده ساخت یک نمونه طرح تولیدی:
قیمت فروش یک نمونه طرح تولیدی:

هزینه تهیه مقدمات اجرایی سازی طرح خدماتی:
کارمزد ارائه خدمت به یک مشتری:

سه گام کلیدی برای ایجاد کسب و کار

۱. من شور و اشتیاق دارم!



۲. من ایده دارم!



۳. من نوآوری فناورانه دارم!



نمون برگ شماره ۷-۳- ارزیابی محور بازارچه های کسب و کار دانش آموزی

۱۰۰ امتیاز
**به نام خدا
جشنواره نوجوان خوارزمی
مرحله مدرسه ای / منطقه ای / استانی**

ساعت و تاریخ تکمیل فرم:	شناسه فرد / گروه:
<input type="checkbox"/> خدماتی <input type="checkbox"/> تولیدی نوع طرح:	عنوان طرح:

معیار	ردیف	معیار	زیرمعیار	ضریب						
				۰	۱	۲	۳	۴	۵	
موارد مشترک بین طرح تولیدی و خدماتی	۱		نوآوری و ابتکار در طراحی ایده، تولید، تبلیغ و ارائه محصول / خدمت به مشتری	۲						
			رعایت نکات ایمنی، ارگونومی، بهداشتی و توجه به مسائل زیست محیطی در ساخت و ارائه طرح	۱						
			قابلیت تعمیر و تولید انبوه محصول / ارائه خدمت (تجاری سازی، مدل سازی، رقابت با نوع مشابه و ...)	۱						
			زیبایی و جلوه های ظاهری طرح (توجه به فرهنگ بومی، روانشناسی رنگ، شکل، اندازه و ...)	۱						
			تناسب طرح با محتوای مندرج در کتب کاروفناوری و فرهنگ و هنر	۱.۵						
طرح تولیدی	۲		میزان موفقیت در احیاء و ارائه صنایع بومی و محلی منطقه / شهرستان / استان محل سکونت	۱						
			شناسایی صحیح بازار هدف و تحلیل مشتریان	۱						
			میزان تسلط و آگاهی از نحوه تولید کالا	۱						
			رعایت صرفه جویی در هزینه ها و اعمال سلیقه در ارائه و فروش محصول در بازارچه به صورت حضوری / مجازی (سامانه الکترونیکی)	۱						
			کیفیت محصولات ارائه شده در بازارچه به صورت حضوری / مجازی (سامانه الکترونیکی)	۱						
طرح خدماتی	۲		بسته بندی مناسب و خلاقانه با رعایت شیوه های نوین تجارت بصری (رنگ، مزه، هندسه بسته بندی و ...)	۱						
			میزان تسلط به کار	۱						
			مشخص بودن کارمزد	۱						
			کیفیت خدمات ارائه شده در بازارچه به صورت حضوری / مجازی (سامانه الکترونیکی)	۱						
			داشتن ابزار و امکانات کار خدماتی متناسب با کار	۱						
غرفه در بازارچه حضوری / مجازی (سامانه الکترونیکی)	۳		کیفیت طراحی و چیدمان غرفه فروش محصول / ارائه خدمت در بازارچه به صورت حضوری / مجازی (سامانه الکترونیکی) و توجه به بهره گیری مناسب از شیوه های نوین تجارت بصری (نورپردازی، صداگذاری، طراحی داخلی و ...)	۱						
			رعایت نظم و مقررات بازارچه و حضور مرتب و به موقع مسئول غرفه و ارائه محصول / خدمت به مشتریان در مدت زمان فعالیت (از پیش تعیین شده) بازارچه به صورت حضوری / مجازی (سامانه الکترونیکی)	۱						
			ارائه روش های تبلیغاتی خلاقانه (انتخاب نام تجاری، طراحی لوگو، کارت دعوت، پوستر، ویدیو تبلیغاتی و ...)	۱						
			برخورد مناسب و محترمانه با مشتری و ایجاد فضای مثبت در غرفه ارائه محصول / خدمت	۱						
			میزان موفقیت در فروش (حجم فروش، حجم سود حاصل از فروش و ...)	۱						
			پایه سازی مهارت های کارگروهی (برقراری ارتباط، مسئولیت پذیری، هم دلی، همکاری، هم فکری و ...)	۱						
			مستندسازی از فرآیند طراحی و تولید محصول / ارائه خدمت همراه با ارائه مستندات حسابداری (پرینت حساب، فاکتور خرید و فروش، سود و زیان، مالیات و ...) در قالب لوح فشرده	۱.۵						
جمع امتیاز										

توجه: با توجه به اینکه طرح یا تولیدی است یا خدماتی، یکی از معیارهای ردیف دوم برای ارزیابی در نظر گرفته می شود؛ تا مجموع امتیاز از ۱۰۰ محاسبه شود.

جمع کل امتیاز از ۱۰۰	به عدد:	به حروف:
نام و نام خانوادگی داوران:	امضا:	
۱.		
۲.		
۳.		
نام و نام خانوادگی ناظر فنی دبیرخانه (منطقه / استان / کشور):	
نام و نام خانوادگی ناظر فنی ستاد (منطقه / استان / کشور):	
(بازخورد و ثبت عملکرد دانش آموز)		