

טופס להערכת עבודת גמר 771589 - 5 יח"ל - תשפ"ו

שם בית הספר _____ סמל מוסד _____
שם התלמיד _____ מספר זהות _____
שם התלמיד _____ מספר זהות _____
שם המורה המנחה _____ טלפון _____

מבוא

עבודת הגמר בתחום היזמות העסקית ופתיחת עסק מהווה שלב משמעותי ומכונן במסלול הלימודים זו הזדמנות ייחודית לתרגם את הידע התיאורטי שרכשו התלמידים במהלך הלימודים למציאות המעשית של עולם העסקים.

במסגרת עבודה זו, יתנסו התלמידים בתהליך השלם של הקמת עסק - מהגדרת הרעיון העסקי הראשוני ועד למימוש מעשי של המיזם. העבודה מיועדת לפתח את יכולתם של התלמידים לחשוב באופן אסטרטגי, לנתח שווקים, להבין צרכי לקוחות, ולהתמודד עם אתגרים מעשיים בעולם היזמות.

מבנה העבודה וחלוקת הציונים:

עבודת הגמר מורכבת משני חלקים מרכזיים המשלימים זה את זה, בתוספת הגנה בעל פה:

חלק א': תוכנית עסקית מקיפה (35 נקודות)

בחלק זה ידרשו התלמידים לפתח תוכנית עסקית מפורטת ומקצועית הכוללת ניתוח שוק, אסטרטגיה עסקית, תכנון כספי ותפעולי. התוכנית תשמש כתשתית תיאורטית ואסטרטגית למימוש המיזם.

חלק ב': מימוש מעשי של המיזם (40 נקודות)

החלק המעשי מחייב הקמת העסק בפועל, פיתוח המוצר או השירות, ביצוע פעילות שיווקית ומכירות ראשונות. זהו הליבה המעשית של העבודה.

הגנה בעל פה (25 נקודות)

בסיום כתיבת העבודה יופיע התלמיד בפני בוחר להציג את עבודתם, להסביר את התהליך שעברו, ולהדגים את הלקחים שלמדו. ההגנה מהווה הזדמנות להפגין הבנה מעמיקה של העבודה ויכולת לענות על שאלות מקצועיות.

המשך המסמך תמצאו הנחיות מפורטות לכל חלק מחלקי העבודה, קריטריונים להערכה, ולוח זמנים מומלץ לביצוע העבודה.

הערכת תוכנית עסקית

בתמהיל ההערכת תוכנית העסקית, קיימות שלוש רמות של ציונים, כאשר כל רמה מעידה על השקעת התלמיד בפרויקט ועל הבנת התלמיד את הפרויקט.
 סה"כ הציון על הספר מורכב מהציונים הניתנים לכל פרק ורמתו.
 לכל תלמיד יש את האפשרות להגיע לרמה הגבוהה ביותר בהתאם לרמת הביצוע של הפרק.

רמה I – סה"כ ציון תוכנית עסקית 0-10

רמה II – סה"כ ציון תוכנית עסקית 10-20

רמה III – סה"כ ציון תוכנית עסקית 20-35

ציוני הפרקים ינוקדו על פי המודל של בלום

רמה 1: הצגת חלק מהנושאים הנדרשים באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני

רמה 2: הצגת רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המציג הבנה והקשר נכון לתוכנית

רמה 3: הצגת כל הנושאים הנדרשים כולל את כל הפרטים הנדרשים בצורה מובנית המציג ידע, הבנה ויישום מלאים, בסדר הנכון ועם שייכות ותרומה לתוכנית

| הערכת תוכנית עסקית - 35 נקודות | | |
|--------------------------------|--------------|--|
| ניקוד הבוחן | ניקוד בהערכה | התוכן |
| | 6 | <ul style="list-style-type: none"> • תיאור כללי של העסק והחזון העסקי הגדרת עסק מהות העסק - תחום הפעילות העיקרי ההזדמנות העסקית והצורך במוצרים החזון והמטרות הערך והייעוד של העסק – לעולם העסקי, ללקוחות • פירוט המוצרים/שירותים המוצעים פירוט המוצרים או השירותים העיקריים הערך המוסף ללקוח מאפיינים ייחודיים וחדשניים • קהלי היעד מאפייני הלקוחות ופילוח שוק צרכים ודרישות של קהל היעד • פירוט המוצרים או השירותים העיקריים |

| | | |
|--|-----|---|
| | | <p>הערך המוסף ללקוח מאפיינים ייחודיים וחדשניים</p> <ul style="list-style-type: none"> קהלי היעד <p>מאפייני הלקוחות ופילוח שוק צרכים ודרישות של קהל היעד</p> <ul style="list-style-type: none"> ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי ניתוח עסק על פי מודל SWOT הגדרת ייחודיות העסק מהמתחרים ניתוח עסק על פי מודל פורטר אסטרטגיות בידול ומיצוב ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי ניתוח עסק על פי מודל SWOT הגדרת ייחודיות העסק מהמתחרים ניתוח עסק על פי מודל פורטר אסטרטגיות בידול ומיצוב |
| | 0-2 | רמה 1 הפרק הוגש רק עם חלק מהנושאים הנדרשים, באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני |
| | 3-4 | רמה 2 הפרק הוגש, כולל את רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המצב הבנה וקשר נכון לתכנית |
| | 5-6 | רמה 3 הפרק הוגש, כולל את כל הנושאים הנדרשים מעוצב ומובנה, המציב ידע, הבנה ויישום |
| | 4 | <ul style="list-style-type: none"> המודל העסקי: <p>מקורות ההכנסה ערוצי מכירה ושיווק תמחור והמחרה תחזית הכנסות ראשונית</p> <ul style="list-style-type: none"> שותפויות ומשאבים נדרשים <p>שותפים עסקיים מרכזיים ספקים עיקריים</p> <p>הגדרת המשאבים הנדרשים כמענה לצורך השיווקי (ציוד, טכנולוגיה, כוח אדם)</p> <ul style="list-style-type: none"> תחזית ההכנסות לשנים הראשונות (3-5) |

| | | |
|--|-----|--|
| | 0-1 | רמה 1 הפרק הוגש רק עם חלק מהנושאים הנדרשים, באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני |
| | 2-3 | רמה 2 הפרק הוגש, כולל את רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המצב הבנה וקשר נכון לתכנית |
| | 3-4 | רמה 3 הפרק הוגש, כולל את כל הנושאים הנדרשים מעוצב ומובנה, המציב ידע, הבנה ויישום |
| | 4 | <ul style="list-style-type: none"> • מחקר שוק ניתוח מגמות בשוק גודל השוק הפוטנציאלי הזדמנויות ואיומים מרכזיים • ניתוח המתחרים מיפוי המתחרים העיקריים חוזקות וחולשות של המתחרים • ניתוח קהל היעד התנהגות צרכנית וצרכים |
| | 0-1 | רמה 1 הפרק הוגש רק עם חלק מהנושאים הנדרשים, באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני |
| | 2-3 | רמה 2 הפרק הוגש, כולל את רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המצב הבנה וקשר נכון לתכנית |
| | 3-4 | רמה 3 הפרק הוגש, כולל את כל הנושאים הנדרשים מעוצב ומובנה, המציב ידע, הבנה ויישום |
| | 6 | <p>התוכנית השיווקית</p> <ul style="list-style-type: none"> • אסטרטגיה שיווקית יעדים שיווקיים: יעדי מכירות יעדי חדירה לשוק • אסטרטגיית מוצר מוצר/שירות התאמות נדרשות למוצר שירות לקוחות • אסטרטגיית המחרה |

| | | |
|--|-----|--|
| | | <p>אסטרטגיית ההמחרה מבנה הנחות ומבצעים תנאי תשלום</p> <ul style="list-style-type: none"> • אסטרטגיית ההפצה <p>ערוצי הפצה הנדרשים כמענה לשוק שרשרת האספקה הנדרשת</p> <ul style="list-style-type: none"> • תוכנית התקשורת השיווקית <p>ערוצי פרסום קידום מכירות מכירה פרונטלית / דיגיטלית</p> <ul style="list-style-type: none"> • פירוט וכתובת תוכנית השיווק <p>לוחות זמנים תקציב השיווק מדדי הצלחה</p> |
| | 0-1 | <p>רמה 1 הפרק הוגש רק עם חלק קטן מהנושאים הנדרשים, באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני</p> |
| | 2-3 | <p>רמה 2 הפרק הוגש, כולל את רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המצב הבנה וקשר נכון לתוכנית</p> |
| | 4-6 | <p>רמה 3 הפרק הוגש, כולל את כל הנושאים הנדרשים מעוצב ומובנה, המציב ידע, הבנה ויישום</p> |
| | 8 | <p>המבנה הארגוני והתוכנית התפעולית</p> <ul style="list-style-type: none"> • תרשים ארגוני <p>חלוקה למחלקות ויחידות קשרי גומלין בין המחלקות</p> <ul style="list-style-type: none"> • צוות עובדים <p>תיאורי תפקידים דרישות והכשרות נדרשות גיוס והעסקה</p> <ul style="list-style-type: none"> • תהליכי העבודה <p>תהליכי תפעול תהליכי לוגיסטיקה תרשים תהליכי עבודה</p> |

| | | |
|--|-----|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • תשתיות ומשאבים מיקום ומבנה פיזי ציוד וטכנולוגיה נדרשים מערכות מידע ותוכנות הגדרת משאבים ושיתופי פעולה • ניהול מלאי ולוגיסטיקה מדיניות רכש והצטיידות ניהול מלאי וספקים תכנון מערך ההפצה וההובלה • רגולציה, תקינה ואתיקה רישיונות והיתרים נדרשים נהלי בטיחות וגהות • אתיקה מקצועית ניהול סיכונים: זיהוי סיכונים עיקריים ביטוחים נדרשים תוכניות חירום • לוחות זמנים ואבני דרך: הגדרת יעדים מרכזיים תכנון משימות הקמה והתפתחות הגדרת לוחות זמנים הגדרת משאבים לכל שלב • הצגת התכנון על לוח גאנט |
| | 0-3 | רמה 1 הפרק הוגש רק עם חלק קטן מהנושאים הנדרשים, באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני |
| | 4-6 | רמה 2 הפרק הוגש, כולל את רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המצב הבנה וקשר נכון לתוכנית |
| | 7-8 | רמה 3 הפרק הוגש, כולל את כל הנושאים הנדרשים מעוצב ומובנה, המציב ידע, הבנה ויישום |
| | 7 | <ul style="list-style-type: none"> התוכנית ותחזיות פיננסיות • תוכנית ההשקעות: תוכנית ההשקעות הנדרשות – המימושים תוכנית המימון – המקורות • מבנה העלויות |

| | | |
|--|-----|---|
| | | <p>עלויות קבועות (שכירות, משכורות וכו') עלויות משתנות (חומרי גלם, ייצור)</p> <ul style="list-style-type: none"> תחזית רווח והפסד – לשנים הקרובות (3-5) תחזית הכנסות חודשיות תחזית הוצאות חודשיות חישוב נקודת האיזון תחזית רווחיות – גולמית ותפעולית תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה <p>שימוש בגיליון אלקטרוני (לדוגמא Excel) ככלי לניהול תקציב וחישובים פיננסיים בסיסיים</p> |
| | 0-2 | רמה 1 הפרק הוגש רק עם חלק קטן מהנושאים הנדרשים, באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני |
| | 3-5 | רמה 2 הפרק הוגש, כולל את רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המצב הבנה וקשר נכון לתוכנית |
| | 6-7 | רמה 3 הפרק הוגש, כולל את כל הנושאים הנדרשים מעוצב ומובנה, המציב ידע, הבנה ויישום |
| | | ציון הבוחן |
| | | הערכת יישום התוכנית - 35 נקודות |
| | 2 | <p>הצגת אב טיפוס של המוצר/השירות 4 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> יצירת דגם מוחשי או מצגת אינטראקטיבית של המוצר או/עבור השירות – יצרת סרטון הדגמה או חווית לקוח מדומה |
| | 2 | <ul style="list-style-type: none"> הצגת משוב (סקר או ראיונות) מקהל יעד פוטנציאלי (הורים, מורים, תלמידים, אחרים) |
| | 2 | <p>ביצוע ראיונות עם בעלי עסקים 5 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> מפגש עם 2-3 יזמים בתחום דומה |
| | 2 | <ul style="list-style-type: none"> תיעוד התובנות והלקחים |
| | 1 | <ul style="list-style-type: none"> יישום המסקנות בעדכון תוכנית העסק |
| | 2 | <p>הקמת דף עסקי – אמיתי (לא מסחרי) עבור העסק המתוכנן הכולל: 10 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> בחירת פלטפורמה- אינסטגרם, פייסבוק, לינקדאין, עיתונות, פרוספקט – בהתאם לעסק ולקהל היעד שלו |

| | | |
|--|----|---|
| | 3 | <ul style="list-style-type: none"> בניית זהות מותגית – עיצוב לוגו, בחירת צבעים וקביעת טון דיבור עיקבי |
| | 5 | <ul style="list-style-type: none"> יישום התוכנית השיווקית עבור העסק – יצירת מיני קמפיין שיווקי וירטואלי (ללא תקציב) באמצעות: פרסום 8-10 פוסטים, סרטונים, פליירים, שלטי חוצות פדודקאסט, תשדיר, אירועי יחסי ציבור – שמציגים את המוצר/השירות, המותג והערך המוסף |
| | 5 | <p>ביצוע יום מכירה ניסיוני – 10 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> הקמת דוכן מכירות בבית הספר ליום אחד והצגתו באמצעות אמצעי אלקטרוני |
| | 3 | <ul style="list-style-type: none"> התנסות בשיווק |
| | 2 | <ul style="list-style-type: none"> ניתוח התוצאות והפקת לקחים |
| | 2 | <p>תיעוד הצגת פנימית של היישום (הגנה פנימית) 6 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> הצגת הרעיון העסקי בפני פאנל (מורים/יזמים מקומיים) |
| | 2 | <ul style="list-style-type: none"> התמודדות עם שאלות קשות ותרחישים מאתגרים, קבלת משוב מקצועי לשיפור התוכנית |
| | 2 | <ul style="list-style-type: none"> רפלקציה ותיעוד התהליך |
| | | ציון הבוחן |
| | | <u>הגנה על עבודת הגמר – 30 נקודות</u> |
| | 12 | 4 שאלות מהתוכנית העסקית |
| | 8 | הצגת אב טיפוס של המודל העסקי |
| | 10 | הצגת מימוש הרעיון העסקי |
| | | ציון הבוחן |
| | | סה"כ |
| | | <p>הענקת פקטור "שאגת ארי" - 15 נקודות לציון הסופי</p> <p style="text-align: right;">15</p> |

| | |
|--|-------------|
| | סה"כ נקודות |
|--|-------------|

| הערכת הבוחן | נקודות להערכ ה | התוכן |
|----------------|----------------------|-------|
|----------------|----------------------|-------|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p style="text-align: right;">תוכנית עסקית 30 נקודות</p> <p>1. תיאור העסק</p> <ul style="list-style-type: none"> • תיאור כללי של העסק והחזון העסקי: הגדרת העסק, מהו העסק, ההזדמנות העסקית והצורך במוצרים, החזון והמטרות, הערך והיעוד של העסק • פירוט המוצרים/שירותים המוצעים: המוצרים או השירותים העיקריים, הערך המוסף ללקוח, מאפיינם יחודיים וחדשניים • הגדרת קהל היעד: מאפייני הלקוחות ופילוח שוק, צרכים ודרישות • ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי ניתוח על פי מודל SWOT ייחודיות העסק אסטרטגיית בידול ומיצוב <p>2. המודל העסקי</p> <ul style="list-style-type: none"> • המודל העסקי: מקורות ההכנסה ערוצי מכירה ושיווק תמחור והמחרה תחזית הכנסות ראשונית • שותפויות ומשאבים נדרשים: שותפים עסקיים מרכזיים ספקים עיקריים הגדרת המשאבים הנדרשים (ציוד, טכנולוגיה, כח אדם) <p style="text-align: right;">• תחזית ההכנסות לשנתיים הראשונות</p> |
| | | |

| הערכת הבוחן | נקודות להערכה | התוכן |
|-------------|---------------|---|
| | 5 | תוכנית עסקית 30 נקודות 1. תיאור העסק |

| | | |
|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • תיאור כללי של העסק והחזון העסקי: הגדרת העסק, מהו העסק, ההזדמנות העסקית והצורך במוצרים, החזון והמטרות, הערך והיעוד של העסק • פירוט המוצרים/שירותים המוצעים: המוצרים או השירותים העיקריים, הערך המוסף ללקוח, מאפיינם יחודיים וחדשניים • הגדרת קהל היעד: מאפייני הלקוחות ופילוח שוק, צרכים ודרישות • ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי ניתוח על פי מודל SWOT ייחודיות העסק אסטרטגיית בידול ומיצוב <p style="text-align: center;">2. המודל העסקי</p> <ul style="list-style-type: none"> • המודל העסקי: מקורות ההכנסה ערוצי מכירה ושיווק תמחור והמחרה תחזית הכנסות ראשונית • שותפויות ומשאבים נדרשים: שותפים עסקיים מרכזיים ספקים עיקריים הגדרת המשאבים הנדרשים (ציוד, טכנולוגיה, כח אדם) • תחזית ההכנסות לשנתיים הראשונות <p style="text-align: center;">3. מחקר וניתוח שוק</p> <ul style="list-style-type: none"> • ניתוח מגמות בשוק גודל שוק הזדמנויות ואיומים מרכזיים • ניתוח קהל היעד התנהגות צרכנית וצרכים כלים לניתוח קהלי יעד • ניתוח מתחרים מיפוי המתחרים העיקריים חוזקות וחולשות של המתחרים <p style="text-align: center;">4. התוכנית השוקית</p> <ul style="list-style-type: none"> • אסטרטגיית שיווקית יעדי מכירות יעדי חדירה לשוק |
|--|--|--|

| | | |
|--|-------------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • אסטרטגיית מוצר מוצר/שירות התאמות נדרשות למוצר שירות לקוחות • אסטרטגיית המחרה אסטרטגיית ההמחרה מבנה הנחות ומבצעים תנאי תשלום • אסטרטגיית ההפצה ערוצי הפצה שרשרת האספקה הנדרשת • תוכנית התקשורת השווקית ערוצי פרסום קידום מכירות מכירה פרונטלית/דיגיטלית • פירוט וכתובת תוכנית השווק לוחות זמנים, תקציב השווק מדדי הצלחה <p>5. המבנה הארגוני והתוכנית התפעולית</p> <ul style="list-style-type: none"> • תרשים מבנה ארגוני: חלוקה למחלקות ויחידות קשרי גומלין בין המחלקות • צוות עובדים תיאורי תפקידים דרישות והכשרות נדרשות גיוס והעסקה |
| | 5 3 | <p>הצגת אב טיפוס של המוצר/השירות 8 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • יצירת דגם מוחשי או מצגת אינטראקטיבית של המוצר או/עבור השירות – יצרת סרטון הדגמה או חווית לקוח מדומה • הצגת משוב (סקר או ראיונות) מקהל יעד פוטנציאלי (הורים, מורים, תלמידים, אחרים) |
| | 3 2 2 | <p>ביצוע ראיונות עם בעלי עסקים 7 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • מפגש עם 2-3 יזמים בתחום דומה • תיעוד התובנות והלקחים • יישום המסקנות בעדכון תוכנית העסק |
| | 4 4 | <p>הקמת דף עסקי – אמיתי (לא מסחרי) עבור העסק המתוכנן הכולל: 16 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • בחירת פלטפורמה- אינסטגרם, פייסבוק, לינקדאין, עיתונות, פרוספקט – בהתאם לעסק ולקהל היעד שלו |

| | | |
|--|-------------|---|
| | 8 | <ul style="list-style-type: none"> • בניית זהות מותגית – עיצוב לוגו, בחירת צבעים וקביעת טון דיבור עיקבי • יישום התוכנית השיווקית עבור העסק – יצירת מיני קמפיין שיווקי וירטואלי (ללא תקציב) • באמצעות: פרסום 8-10 פוסטים, סרטונים, פליירים, שלטי חוצות פודקאסט, תשדיר, אירועי יחסי ציבור – שמציגים את המוצר/השירות, המותג והערך המוסף |
| | 5 4 3 | <p style="text-align: center;">ביצוע יום מכירה ניסיוני – 12 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • הקמת דוכן מכירות בבית הספר ליום אחד • התנסות בשיווק • ניתוח התוצאות והפקת לקחים • |
| | 4 4 2 | <p style="text-align: center;">תיעוד הצגת פנימית של היישום (הגנה פנימית) 12 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • הצגת הרעיון העסקי בפני פאנל (מורים/יזמים מקומיים) • התמודדות עם שאלות קשות ותרחישים מאתגרים, קבלת משוב מקצועי לשיפור התוכנית • רפלקציה ותיעוד התהליך |