



חטיבת ביניים ע"ש משה שרת

יזמים צעירים עושים עסקים

דוח מסכם של פעילות חברת שרתקול"ס

לשנת 2013 (שנה"ל תשע"ג)

ביה"ס: חטיבת ביניים שרת, כפר סבא.

רכזת אזורית: ריקי לוי.

מנחים: אסתי בן ארצי, לאה חליוה, אריה וייס, קרן גרינגרס, אלכסה גורלי, חגית קלמנוביץ.

חברי הקבוצה: עינת גבע, טלי ספוז'ניקוב, לידור צוברי, אורי טפליצקי, גילי הוכנר, דורין פינקס, דניאל צ'רנובלסקי, יעל ענבר, נדב אברהם, איתמר צרור, עומרי עובדיה, יובל שטיינגוס.

יז' סיון תשע"ג, 26.5.2013

תקציר מנהלים:

רקע: חברת שרתקול'ס הוקמה בנובמבר 2012 בחטיבת ביניים שרת בכפר סבא ע"י 12 תלמידי כתות ט' במסגרת השתתפות בתוכנית "יזמים צעירים עושים עסקים" ועל פי כלליה. שרתקול'ס הינה המפתחת, המייצרת והמשווקת של "משכית".

מטרות חברת שרתקול'ס:

- א. ללמוד ולהפנים את הסביבה העסקית, תוך התנסות אמיתית בפיתוח מוצר חדש ובהובלתו, משלב הרעיון ועד ייצור ושיווקו כמוצר בשל.
- ב. לפעול כחברה כלכלית לפי חוקי תוכנית "יזמים צעירים", להרוויח כסף מפעילות זו, לנצח בתחרות ולייצג את ישראל בלונדון.

חזון חברת שרתקול'ס: חברתנו שואפת להגשמת מטרותיה תוך תרומה אישית של כל אחד מחבריה, ותוך פעילות משותפת. החברה תשמור בפעילותה על עקרונות של צדק קבוצתי ושיתוף כל חבריה. החברה תקבל החלטות ביחד, תוך מתן עדיפות לערכים של חדשנות, יוזמה, למידה, יעילות כלכלית ותפעולית, בטיחות, איכות, קיימות סביבתית, שיתוף פעולה, יצירתיות, שיח חופשי והבעת דעה.

המוצר "משכית" (M&S Kit): הינו חבק אישי (אסתטי ונוח לשימוש) למפית וסכו"ם. משכית מיוצר מקרטון מודפס, ומאפשר קישוט טרנדי לשולחן הסעודה הביתי ו/או לקידום מכירות (ע"י שובר נתלש).

תוצאותינו העסקיות ליום הגשת מסמך זה: ברשותנו קופת מזומנים של 2,661 ₪ לאחר כיסוי השקעות באמצעי ייצור, מוצר עובד ששווק בכמות של כ 3,600 יחידות וקהל רחב של לקוחות מרוצים.

סיכום פעילותנו וביצועי החברה: הגשמנו את מטרות החברה המוגדרות לעיל, וזאת על פי רוח החזון שקבענו לעצמנו כקבוצה.

תוכן עניינים

- 4.....תרשים מבנה החברה ובעלי תפקידים.
- 4.....תיאור תהליכים ואירועים על רצף שנת הפעילות.
- 5.....המוצר והטכנולוגיה: צוות הייצור מתאר את דרכו בפיתוח המוצר וייצורו.
- 6.....צוות השיווק והמכירות מתאר את דרכו בשווקים.
- 8.....צוות הכספים מתאר את דרכו הפיננסית.
- 10.....דוחות כספיים ונתונים עסקיים.
- 12.....סיכום הנהלה ומטה – החלטות, תובנות ומחשבות לעתיד.
- 13.....נספחים.

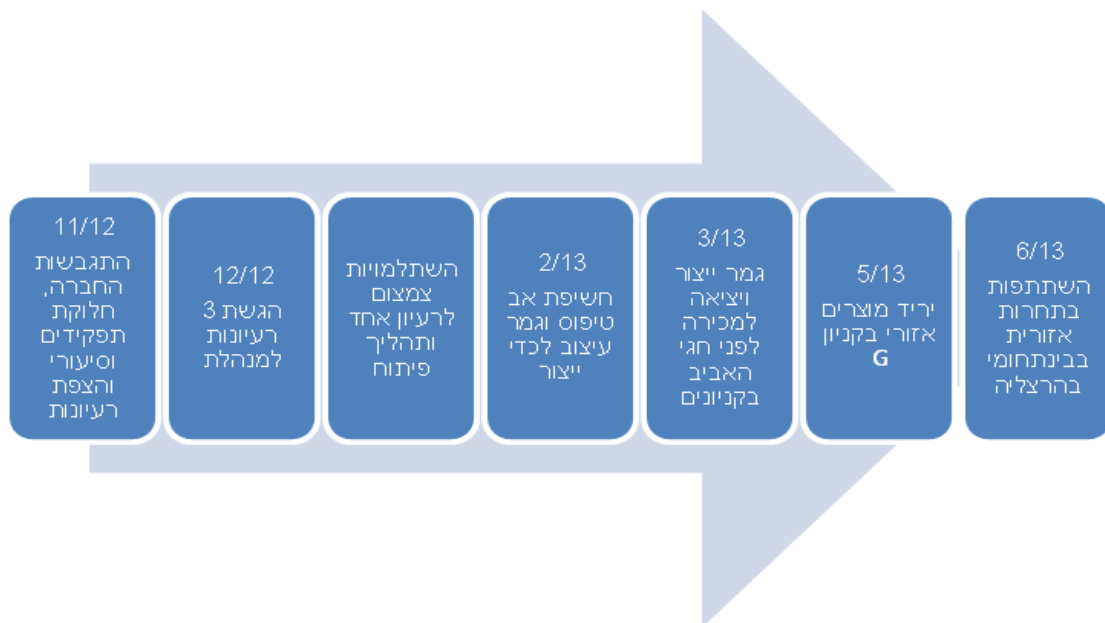


תרשים מבנה החברה ובעלי תפקידים



- כל בעלי התפקידים שותפים בהחלטות החברה ועובדים ע"פ חזון הארגון ומטרותיו.
- כולנו מכירים את כל הפונקציות, לשם גיבוי יעיל בין חברי הקבוצה במקרה הצורך.

תיאור תהליכי החברה על רצף שנת פעילות



המוצר והטכנולוגיה: צוות הייצור מתאר את דרכו בפיתוח המוצר וייצורו

פיתוח משכית: לאחר סדרת דיונים ופגישת סיעור מוחות להצפת רעיונות עם ההורים, נבחר הרעיון של חבק אישי שולחני לסכו"ם ומפית. בתהליך הגיבוש הסופי ובהנחייתם של שני נציגים מהתעשייה, עשינו הכרה עם היבטים חשובים בדרכו של רעיון לכדי מוצר: מבנה יצורה, חומר גלם, נוחות למשתמש, יעילות בייצור, תמחיר, קיימות סביבתית, ועוד.

משיקולי תמחיר, הדפסה, ותרומה לסביבה הוחלט לייצר את המוצר מקרטון. נבחר נייר המותאם לתקני מגע עם מזון, ומכוון למחזור. בהובלת יעצונו הגענו לספק "דפוס הנמל".

בשלב הפיתוח למדנו על סוגי הנייר ותכונותיהם, הכרנו את תעשיית אריזות הקרטון בדרך שלא ראינו קודם, והתוודענו לקשר שלהן לעולם המחזור ולעולם שיווק מוצרי הצריכה שמסביבנו. במקביל לפיתוח אב הטיפוס למוצר, יצאנו בסקר שוק למיקוד צרכי המשתמש, העדפותיו וציפיותיו מהמוצר. על פי התוצאות בחרנו להגיע לאב טיפוס שיתאים לשני שווקים אפשריים: צרכנים ביתיים, וצרכנים עסקיים (נספח 1).

ייצור משכית: משיקולי יעילות, וצמצום בעלות אמצעי ייצור, הוחלט לבצע דפוס על 1/2 גיליון ובו 6 יחידות פרוסות בשישה עיצובים שונים (נספח 2). כמו כן, משיקולים של לוחות זמנים ומבנה התמחיר, החלטנו למשוך מהיצרן יחידות פרוסות ללא הדבקה, ולבצע **הדבקה ידנית** בקו ייצור שאנו נקים בעצמנו בשילוב עם אריזת הערכות. העיצוב הגראפי בוצע בסטודיו לעיצוב בדפוס הנמל, ועל פי הנחיותינו ואישורנו. **הצלחנו ללחוץ על היצרן לספק בזמנים צפופים. הקמנו בחופשת הפסח קו הדבקה ואריזה, והעמדנו מלאי ראשוני של מגוון העיצובים לפני ערב פסח.** למדנו שעל מנת לעמוד בזמנים יש חשיבות גדולה לתיאום בין כולם, ולשיתוף פעולה קבוצתי מרבי. התנסונו בהקמת קו ייצור ולמדנו מזה רבות על בקרת איכות ועל דיוק בביצוע. הודבקו כ 3,492 יחידות שנארזו לתוך 291 ערכות מכירה ב 5 פגישות עבודה בתורנות בין חברי שרתקול"ס, מסקנות הייצור הן שכאשר תתקבל הזמנה נוספת, נשאף למנת ייצור גדולה ותעשייתית יותר, המאפשרת הדבקה ממוכנת ברצפת הייצור במפעל.



צוות השיווק והמכירות מתאר את דרכנו בשווקים

גיוס כספים: צוות השיווק היה פעיל באיתור מקורות מימון ובחירת מוצרים למכירה. כמו כן, הצוות נתן תמיכה בדוכני הממכר בקניון ובימי הורים בביה"ס (קבענו לוח תורנויות, ועודדנו הגעה ליעדים כספיים). במהלך התקופה, ניסינו ליזום מופע Stand Up אך לאחר בדיקת הנושא, נוכחנו לדעת שהתפעול מורכב מאוד, והסיכון הכספי גבוה מדי. לאור מסקנות אלה, ירדנו מהרעיון והמשכנו במכירות.

פיתוח הרעיון ובחירת שם למוצר: צוות השיווק בחן את הרעיונות מבחינה מסחרית ושיווקית. לאחר בחירת הרעיון המוביל, יצר הצוות את שם המוצר-M&S Kit. השם מבוסס על המילה בעברית משכית (שפירושו תכשיט) ובלועזית המילה Kit (ערכה) ו-M&S (המייצג מפית וסכו"ם).

מיקוד וסקרי שוק: ערכנו שאלונים קצרים למשתמשים פוטנציאליים של המוצר ויצאנו לשטח להבאת הממצאים. חווינו קושי בהבאת "דעת הקהל" על מוצר שעוד לא קיים. בעזרת המנחים התגברנו על בעיה זו בהחלטה להתקדם עם המוצר, ולצאת לשוק בפילוט (ייצור ראשוני והתנסותי) תוך הקטנת הסיכונים למינימום.



פיתוח אב טיפוס: לאור התנסותנו בסקרי השוק, הובלנו החלטה שהאב טיפוס יותאם למגוון רחב של מידות סכו"ם, ולשני ערוצי המכירה: לצרכן הביתי (משקי בית) ולצרכן העסקי (מסעדות ואחרים). לאחר דיון, הוחלט לאפשר תלישת חלק מהמוצר כשובר קופון (Voucher) למטרות קידום מכירות ובכך להעלות את היתכנות קבלת הזמנות מגורם עסקי. בדרך לאב-טיפוס נבחנו מספר מודלים.



עיצוב גרפי: כאמור, יצרנו 6 עיצובים גרפיים. האחד מיועד ל"דפוס הנמל" כחלק מעסקה בינינו, וחמשת העיצובים האחרים מיועדים למכירה לצרכן הביתי בתקופה הראשונית. לאור סקרי השוק, הוחלט על ביצוע גרפי בהתפלגות זו: עיצוב אחד לימי הולדת, שלוש גרפיקות "חג שמח" (אחת מהן בכחול ולבן ליום העצמאות), וגרפיקה כללית אחת "בתיאבון". משוב שקיבלנו בתהליך המכירה מלמד שההתפלגות הייתה נכונה. לדרישת הקהל, נוסיף בייצור הבא גרפיקה של "שבת שלום" וגרפיקה נוספת של עיצוב ללא מלל.



בגב המוצר מוצגים פרטינו וסדרת סמלים רלבנטיים:



מכירה: בתהליך פיתוח המוצר ולמידת השוק חששנו ממידת ההצלחה במכירות. פיילוט של כ 400 ערכות הביאה אותנו להבין שמכירה היא תהליך מורכב, אך בהחלט אפשרי. **בזכות זריזותנו הגענו עם מוצר לפני ערב פסח והצלחנו למכור לפני החג בקניונים מוצר קלאסי לליל הסדר.** מכרנו הרבה, קיבלנו מחמאות על המוצר שלנו ונוכחנו לדעת שאמון טוב במוצר משפר תוצאות. אחדים מאיתנו הפגינו מיומנות מכירה מצוינת. זריזותנו בפיתוח ובייצור המלאי תרמה לנו גם בכך שקבוצות אחרות פנו אלינו על מנת להצטייד במוצר למכירה, והיו מפיצי משנה עבורנו. בהתקשרות עסקית שהתבצעה לאחרונה עם חנות לכלים חד פעמיים "רוני פלסט" בכפר סבא נמכרו 180 יחידות מוצר בגרפיקות שונות, וסוכם על המשך ייצור למכירה בהתאם לדרישת הלקוח (נספח 3).

כיום אנו עוסקים באיתור גוף עסקי נוסף (מסעדה, או כל ישות עסקית אחרת) שיעביר הזמנה גדולה בהתחייבות כספית מראש. למדנו שפיתוח מוצר חדש הוא לא סתם בתוך ואקום... אלא מבוסס על פיתוח שוק.



איתור Sponsor (נותן חסות): פנינו לסניף חדש של רשת מסעדות "אגאדיר" בהוד השרון, ועניינו את בעליו בהזמנת משכית ובמתן חסות לחברת היזמים הצעירים. לצד בחינת היתכנות הכנסת משכית לרשת, התקבלה הסכמתו לתת לנו חסות (עדיין לא נראה בתזרים). תמיכה חיובית זו הפיחה רוח חיים רעננה בקבוצה.

יחסי ציבור: ע"מ לקדם את מכירות המוצר, התנסינו בפעילות יח"צ. שיגרנו הודעות לעיתונות על המוצר ועל החברה (נספח 4). הכנו חבילת עזרי יח"צ לקראת השתתפותנו ביריד העירוני: הדפסת פלאייר, עיצוב שולחן התצוגה, הדפסת שלט כרזה ועיצוב חולצה קבוצתית (נספח 5).

צוות הכספים מתאר את דרכנו הפיננסית

הערה: כל הסכומים הכתובים במסמך זה (בכל הפרקים) כוללים מע"מ.

1. במקביל לייצור המשכית ולמכירתה, עסקנו בגיוס הון מארבעה מקורות:

- **גיוס הון מניות ראשוני מחברי הקבוצה.** כפי שנקבע בתקנון החברה, קנה כל חבר בחברה מכספו האישי מנייה בערך של 20 ₪. הסכום שגויס (240 ₪) משמש את החברה בצעדיה הראשונים להתפתחות הכלכלית.
 - **מכירות בימיי הורים בבית ספר:** נמכרו עבודות יד של מועסקים בעלי צרכים מיוחדים בעמותת Green Hands.
 - **מכירות בקניון בכפר סבא.** נמכרו מגוון מוצרים (ממתקים, פירות, כיסויי טלפון, וכו') בימי שישי, בדוכן שהועמד לרשותנו ללא עלות.
 - **גיוס Sponsor (נותן חסות).** בשלב שהגיעה החברה למוצר ולתוצאות מכירה, חיפשנו גוף עסקי רלבנטי שיאות להעניק תמיכה כספית לקבוצתנו. קיבלנו את הסכמת סניף הוד השרון של רשת מסעדות "אגאדיר" לתת לנו חסות.
- סה"כ הסכום שגויס: 3,610 ₪ (לפני הוצאות). התנסות זו לימדה אותנו שגיוס הון הכרחי לפיתוח מוצר ולפעילות חברה, שיש ערך כלכלי לחברה עוד לפני צעדיה הראשונים, ושעלינו לנקוט בקבלת החלטות זהירה בפעילות שלאחר מכן.

2. היבטים כספיים בתחום ייצור משכית, בהתייחס לשלבים השונים:

- **שיקולי כספים בשלב הפיתוח:** הקפדנו לשמור על מסגרת הוצאות שמרנית שתאפשר כיסוי הוצאותינו במהירות. כלומר: לא להתחייב על השקעות גדולות מההון ההתחלתי.
- **החלטות בשלב הרכש והמו"מ עם הספק:** במטרה לצמצם למינימום את עלות המוצר ולאחר דיון קבוצתי, קיבלנו שתי החלטות חשובות:
 - הקבוצה תבצע ידנית את ההדבקה, היות והיא היקרה מבין תהליכי ייצור משכית במפעל. כמו כן, הערכנו שהתהליך יחבר אותנו להבנת קו ייצור וסביבה תעשייתית.
 - **ביצוע עסקה ראשונית** מול דפוס הנמל. לאור התלהבותו ממשכית והרלבנטיות השיווקית לפני החג, סגרנו איתו שתמורת פיתוח המוצר,

עיצובו וייצור ראשוני של 6,000 יחידות ירכוש מאיתנו 1,000 יחידות מעוצבות על שמו כשי לחג ללקוחותיו.

• **תמהיל עלויות הייצור:**

- **העלות בפועל למנת ייצור ראשונה**, מחושבת באופן מעשי כ 0.45 ₪ על פי הנתונים הבאים :

השקעות חד פעמיות	עלויות ייצור ישירות (משתנות)	עלויות קבועות
מבלט לחיתוך = 1,755 ₪	5,000 פריסות חתוכות = 0 ₪	השתתפות במכירה בקניין = 0 ₪
לוחות הדפסה = 0 ₪	שקיות ניילון = 75 ₪	הוצאות קבועות של חברה = 0 ₪
אקדחי דבק = 110 ₪	נרות הדבקה = 170 ₪	
	הובלה, הדבקה עצמית ואריזה = 0 ₪	
סה"כ 1,865 ₪ כעלות חד פעמית	סה"כ 245 ₪ כעלויות משתנות	סה"כ 0 ₪ כעלויות קבועות

- **עלות מוערכת למנת ייצור נוספת:** כ 0.6 ₪ ליחידה במנת ייצור של 10,000 יחידות, כולל תהליך הדבקה ממוכן. עלות ההשקעה החד פעמית למוצר שולמה למפרע.

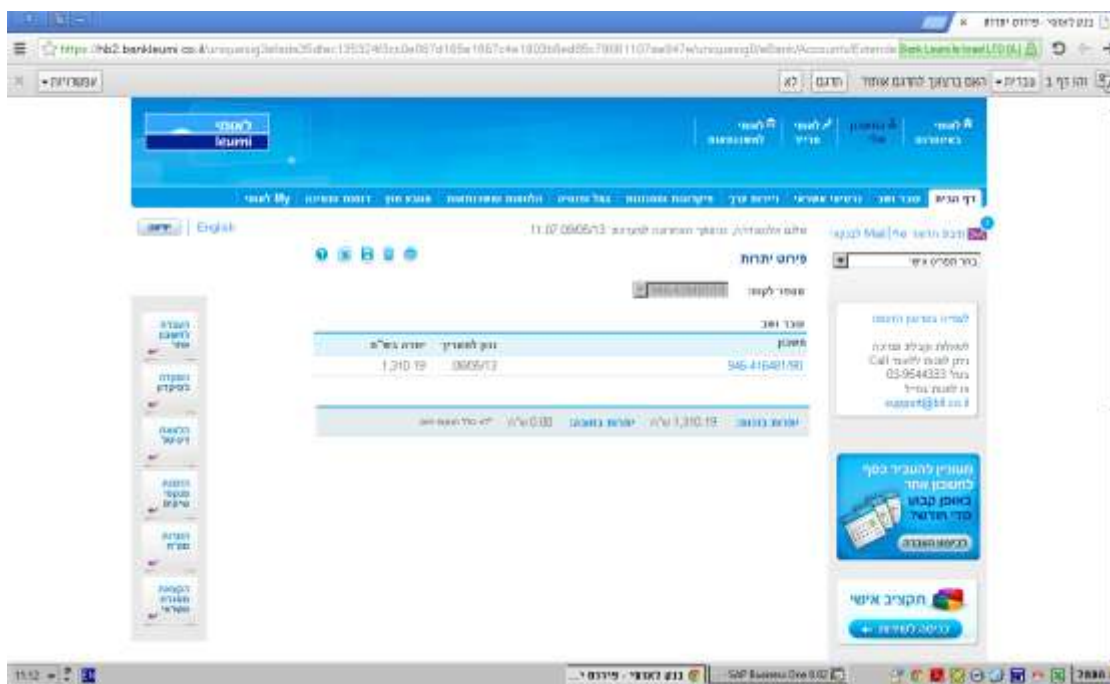
3. היבטים כספיים בתחום שיווק ומכירות משכית:

- **החלטות על מחיר ללקוח הסופי:** לאור הצלחתנו להגיע לשיווק לפני פסח, הוחלט למכור במחיר של 15 ₪ לכל ערכה של 12 יחידות. המחיר מבוסס על תקופת שיא במכירות, ומשאיר לנו רווחיות נאה של כ 10 ₪ לערכה שהם כ- 0.80 ₪ ליחידה (מעל 100%) ושוליים רחבים למבצעי הוזלות.
- **עלויות השיווק והמכירה:** פעילותנו העצמאית (חברי הקבוצה, והמתנדבים) לא חושבה כעלות. אולם, בשלבי התחרות המתקדמים הוצאנו על שדרוג הדוכן, הזמנת חולצות, הדפסת מנשר, שלט כרזה, ועוד.
- ההכנסות ממכירת המוצר עד כה: 4,425 ₪. נמכרו 3,672 יחידות שהן 306 ערכות.

דוחות כספיים ונתונים עסקיים:

<u>דו"ח רווח והפסד</u>	<u>5/26/13</u>	<u>ל -</u>	<u>8/1/08</u>	<u>לתקופה שבין</u>
הסכומים נקובים ב ש"ח				
3,610				הכנסות ממכירות מוצרים במבצע מכירה
4,425				הכנסות ממכירות מוצרים מפעילות עסקית
0				הכנסות מחסויות או אחרות
8,035				סה"כ הכנסות
1,532				הוצאות שנבעו ממבצע מכירה
0				הוצאות מכירה של מלאי מוצר מוגמר
346				הוצאות מכירה של חומרי גלם, ייצור ואחרות
1,878				סה"כ עלויות מכירה
6,157				רווח גולמי
1,755				הוצאות פיתוח
1,981				הוצאות שיווק, פירסום ומכירות
0				הוצאות הנהלה וכלליות
3,736				סה"כ הוצאות תפעול
2,421				רווח תפעולי
242				מס מנהלת - מניית בכורה 10%
2,179				רווח נקי

תדפיס יתרה בבנק לזכות שרתקול"ס (נכון ליום 08.05.2013)



5/26/13 דו"ח תזרים מזומנים נכון ליום :	
0	מזומן + יתרה בבנק בתחילת התקופה
	תקבולים
240	מגיוס הון עי מכירת מניות
0	מתרומות או חסות
3,610	ממבצע מכירה
4,425	מפעילות עסקית עקרית
	תשלומים
1,532	ממבצע מכירה
0	מפעילות עסקית - קניות למלאי של יחידות מוגמרות
346	מפעילות עסקית - עלויות משתנה (עלומ מכירות)
3,736	מפעילות עסקית - עלות קבועה
2,661	מזומן + יתרה בבנק נכון להיום

התחייבויות + הון עצמי		נכסים	
	התחייבויות לזמן קצר (ספקים)		נכסים שוטפים
0	ממבצע מכירה - ספקים לשלם	2,661	מזומן יתרה בבנק
0	מפעילות עסקית - ספקים לשלם		
	התחייבויות לזמן קצר (אחרים)		לקוחות חייבים
242	מניית בכורה (10%) - לתשלום למנהלת יזמים צעירים		ממבצע מכירה
	הון עצמי	0	מפעילות עסקית
2,179	יתרת רווח לחלוקה לשלם לבעלי מניות	0	חייבים אחרים
240	השקעה של בעלי מניות		מתרומה או חסות
0	רווח נקי (שנשאר בחברה אחרי חלוקת לבעלי מניות)		
2,661	סה"כ	2,661	סה"כ

סיכום הנהלה ומטה – החלטות, תובנות ומחשבות לעתיד

מצב החברה כעת: שנת הפעילות מסתיימת, ועלינו לגבש את המשך דרכנו. יש לנו מוצר פעיל ורווחי, ומאות לקוחות מרוצים. כיסינו את השקעותינו הראשוניות, והגדלנו את קופת המזומנים של שרתקול"ס. ברשותנו אמצעי ייצור להזמנות עתידיות (ו/או למכירה לגורם בתעשייה), ידיעת השוק, קניין רוחני, ומוניטין מסחרי.

דרכנו כקבוצה: חברי הקבוצה התגבשו במהלך השנה, התמודדו עם קשיים שעמדו בדרכם, למדו דברים חדשים, והגשימו את מטרות החברה. מכול תובנותינו, ניכר כי השלב שבו יוצא המוצר לאוויר העולם הוא המלהיב ביותר ומתדלק לתהליך המכירות ולהבנת הסביבה העסקית.

החלטות עסקיות של הקבוצה לקראת סוף שנת הלימודים: אנו מתמקדים כעת בפעולת שיווק שתביא להזמנה גדולה מגוף עסקי נוסף. למיצוי האפשרויות, נחלקנו לצוותי עבודה. במקביל, נפעל לשיפור התצוגה שלנו (לאור קבלת משוב על היריד האזורי) ובאימון צוות החברה למצגת בתחרות.

תובנות של בעלי המניות: באירוע חשיפת אב הטיפוס הבנו טוב יותר את משמעות המושג "יזמים צעירים", התחברנו למוצר, קיבלנו כלים שניישם כשנגדל, וראינו מקרוב גיבוש רעיון וקבוצה. המסלול שעברנו (כיחידים וכקבוצה) בדרכה של שרתקול"ס הוא שיעור חשוב לחיים.

נספח 1- סקר שוק



יזמים צעירים ישראל
מיטור יזמי לאומי



סקר שוק לצרכים הביתיים (משקי בית)

שלום. אנחנו יזמים צעירים מחברת שרתקול"ס מחטיבת בניינים "שרת" בכפר סבא.

אנו בחנים דאיות ייצור מוצר חד-פעמי המשמש כחבק לסכ"ם ולמפית בעיצוב חדשני לשימוש בשולחן הסעודה.

נודה לך על הקדשת כמה דקות מזמנך במענה על שאלותינו:

1. האם הינך משתמש/ת בחבקים למפית / לסכ"ם בעריכת שולחן?

• ק. 1.למפית. 2.לסכ"ם.

• לא.

2. האם הינך מוקף/ה לרכוש מוצר חדשני שמחזיק סכ"ם + מפית לכל סועד?

• ק.

• לא.

3. האם חשוב לך שהמוצר יהיה מחומר ממוחזר ידידותי לסביבה?

• ק.

• לא.

4. האם תעדיף לקנות את החבק

• כולל סכ"ם חד-פעמי ומפית.

• חבק חד-פעמי בלבד.

5. באיזה עיצוב היית מעדיף את המוצר?

• חלק בגווני שונים.

• צבעוני ומאיר.

• צבעוני ועם כיתוב ברכה ("חג שמח" / יום הולדת שמח").

6. כמה היית מוכן לשלם עבור ערכה של 12 יחידות חבק (ב ש"ח)?

• 15-20.

• 20-25.

• 25-30.

• אחר.

תודה על שיתוף הפעולה.

נספח 2- תמונת גיליון לפני חיתוך



נספח 3- מכתב תודה לרוני פלסט- חנות למוצרים חד-פעמיים



יזמים צעירים עושים עסקים

24/05/2013

לכ'

מר יהודה,

"חני פלסט" כלים חד-פעמיים, ארזות נייר ופלסטיק.

כפר-סבא

הנדון: רכישת "משכית" מחברת "שרתקול"ס" יזמים צעירים כפר-סבא

יהודה שלום,

אנו מודים לך על רכישת 15 ערכות (180 יחידות מוצר) של "משכית" מחברתנו.

בפגישה שקיימנו הוחלט על המשך הקשר העסקי בינו:

א. הזמנות מספות מהדגמאות שסיפקנו לך יכולות להתבצע בכל עת.

ב. להזמנת דגמאות מספות סוכם שניערך בהתאם לבקשת הלקוח.

בברכה,

איתמר צור

מנכ"ל שרתקול"ס

מקבצת יזמים צעירים

זמים צעירים ישראל ובנה לאומי בשיתוף רשת העיר

האנשים המאחורי המוצר

מבוא ל"משימה" מאת ד"ר אילנה גרין... המוצר "משימה" הוא פתרון טכני...



סיפור עם כיסוי

המאגד לסכום של חטיבת הביניים שרת והכיסי לאייפון עם רמקול של ישיבת הרצוג עברו קשיים בדרך לייצור, אבל המאמץ היה שווה. אז אל תתפלאו אם תשתמשו בהם ממש בקרוב

מאת אריה אברמסון

בשנת 2011, כשהייתי בן 17, הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון.

הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון.

הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון. הייתי צעיר וחסר ניסיון.



לרשת עם רמקול... המוצר "משימה" הוא פתרון טכני...



יזמים צעירים ישראל ובנק לאומי בשיתוף רשת העיר

ירידי המכירות מי מציג מזה

המד בכפר שבא 7 תלמידים **קובייה מוטורית**

ישיבת הרצוג יעקב בכפר שבא 11 תלמידים **כיסוי לאייפון עם רמקול**

זאב כרצליה 15 תלמידים **עציץ שיפור**

ישיבת הרצוג יעקב בכפר שבא 10 תלמידים **מאגר לסכום ומפיית**

אלון בכפר שבא 9 תלמידים **כח נייד רב פעמי**

שחר כרצליה 14 תלמידים **מגבת דו צדדית**



ישיבת הביניים שרת בכפר שבא ירושלים קריאטיב/מוראבי

היוזמות שיעשו את כל ההבדל

תלמידי בתי הספר בשרון כבר השלימו את ההכנות, והמוצרים השונים ממתניעים להיות מוצגים ביריד. בתפריט: מגבת דו צדדית, קובייה מוטורית, פח נייד ועוד. מאת אריה אברמזון

משתתפים: 14 תלמידים מסכבה ט', המוצר: "No-Sweat" - מכבת דו צדדית שכנעה האחד בד הסגף וינה בבורה יצילה יחד משאר המגבת ובגובה השני כי שלא מחליק בקלות - כירי שנתון היה לזכות את המגבת על מכשירי הניידים כלי לארגן שהם יספיקו על הרצפה ויחלבלבלו.

על בני לירום, כמו ספה אוניברסיטאות ומשרדים. התלמידים בחור כסוצר הזה ספני שהם סכורים שניתן לשנות את דרך החיים של האנשים לטובה, לעודד אותם למחזור גייר תוך כדי הסבת עניין הנאה לפעולות השגרתיות היומיומיות. מורבר בבורה אקולוגי השומר על איכות הסביבה ועל סביבת עבודה נקייה.

חטיבת הביניים סמדר כרצליה
שם החברה: בלנט

שאנו שותלים מהרגע הראשון. האפליקציה כפילה ספרים, סרטונים ותמונות הנעשות למצב הנסח ככל שלב כנפוחה. הטיבה לבחירה: בתקופה של חום, שבה כל הילדים משחקים המתעסקים רוב הזמן עם מוצרים טכנולוגיים כגון אייפון, אייפד, הקמפה הרעה לנסות ולפתח את חייגן הסביבתי בקרב ילדים. מורבר בחורה שלמה לילדים הושתתת על מחזור חיי הגי מה, הריצולת הוא לנרדם לילדים ללמוד ולי ראות את הופי שיש כנפוחה של הנעדרים שנתקו מחיי היומיום שלהם.

חטיבת הביניים שרת בכפר שבא

שם החברה: שרתהולס
משתתפים: 13 תלמידים מסכבה ט', המוצר: טשבת - מאגר לסכום ומפיית לארוח בבית ובנסיעות.

הטיבה לבחירה: המחיה המהירה לאחר סיעור מוחות עם הורי התלמידים, תצורך כמאני לסכום עלה, עם גוש על הינינה, נוחת ואמתיקות. לאחר ספר שוק המנות עסקיות רחוקות נבחר הפרס הנביל כצדק. טשבת סיפרה מטרטון מודפס ובו שני תאים - לסכום ולמפיית. יתרונות טשבת בלבו מיד: הוא מאפשר ארוח טרברי, נוח, יבחיני ואופנתי בשולחן המשרה הביתי וב שוק המסעדות.

חטיבת הביניים אלון בכפר שבא

שם החברה: כנפיים
משתתפים: 9 תלמידים מסכבה ט', המוצר: פחסי - פח נייד רב פעמי ככיר רת של של כרזיסל, המוצר מטרטון ומשמש לאכסון מסולת אישית נגייה. על הפח מטי בעז המכונת "להציל את הכורה". הטיבה לבחירה: הפח עוזר לשומר על סביבת עבודה נקייה, מסודרת ואפי השית. המוצר פונה לכלל הצופיה, ברנט

בית הספר המר ותורה ומדע בכפר בכפר שבא

שם החברה: אנרימאני
משתתפים: 7 תלמידים מסכבה י', המוצר: קובייה המוטורית - קובייה מוטורית לעזור לאנשים בעלי מוגבלות מוטורית לילדים בגיל הורד להנעיל פניי לידות מטרטות יוזמות פשוטות. ככל שאה של הקובייה יש אלמנט אחי נשוחים נעללים, רוכסן וכפתור, סמךדן שאותו המשיי המשי יסיל להנעיל.

הטיבה לבחירה: התלמידים חיפשו מוצר חרישני בעל ערך מוסף שלא ישיש רק לפנאי או הנאה, אלא גם יסיל לשיור או תרטייל. הקמפה יבאה לרררד לאחי בירור והבנה סוכרד ממוגז זה עשורבר על בעיית מוטוריתיה אינו קיים כפוק, ושוחץ מהפכת הנאה הנשתמש גם ילכר ושפח את תנרי עותרי העטוריות.

ישיבת הרצוג יעקב בכפר שבא

שם החברה: סניקס
משתתפים: 10 תלמידים מסכבה ט', המוצר: כיסוי לאייפון הכולל רמקול חיי שני שמתחבר לכניסת האודיו של המכשיר ולכן אינו עורר מטרטוללה של המכשיר. הטיבה לבחירה: מרובי ברמקול חום יותר מהרמקול הפנימי. הרעיון נועד לסייע לאנשים שלא שומעים טוב ולצעני רים שמתפשים לחלוק מוזיקה או שיחות ולא רוצים להיסחב עם רמקולים חיצוניים ככורים ומטרטוללים.

חטיבת הביניים זאב כרצליה

שם החברה: רע'מ רעיון עם מטררה
משתתפים: 15 תלמידים מסכבה ט', המוצר: עציץ עם סיסור - המוצר כולל קוספה עם רעיים, ארשה ומלי לשותילה כמי כפילי יש אפליקציה המנערת את חיי המנה



מדובר בחוויה שלמה לילדים המושתתת על מחזור חיי הצמת. הרציונל הוא לגרום לילדים ללמוד ולראות את היוזמי שיש בצמיחה של הצמחים שנוחקו מחיי היומיום שלנו על עציץ עם סיפור חטיבת הביניים זאב כרצליה

"היריד הוא אירוע מאוד מרגש"

ריקי לוי, רכזת אזור השרון, על מטרות יריד המכירות שיתקיים ב-2 במאי

רכזת אזור השרון ריקי לוי על יריד המכירות של המודיעין "ירידי ייעודי ב-2 במאי בקיץ G בכפר שבא. יריד המכירות הוא אחד האירועים החשובים בחומכיט ויש לו שני מטרות מטרות: אחת היא רכוח כפעם ור אשונה אחרימסר וכיצד הוא מכר, ועל כן הוכנסו צריכת לוגיק עם מוצר כפילי לרצות מטררה שניתן הוא להמנסות שילום כריסוב חוב ותרטיול כולות שיחות ומכירת היריד הוא אירוע מאוד מרגש, מאחי שוקהכונת מתנסה לו אשירה מכירת המוצר שפוק, כרי וחליך אויך ומורכב שוק עברו פתחילת המשרה.



נספח 5- עזרי יחסי ציבור וקידום מכירות







יומים צעירים ישראל
 מיסודו של בנק לאומי

**השאירו את האורחים מופתעים!
 כל פעם מחדש!**



חבק לסטו"ם ומפית
 לאירוח בבית ובמסעדות

M&S-KIT

- * שומר על מיניית הסכו"ם
- * אתמטי, יעיל ונוח שימוש
- * מניע במגוון עיצובים
- * משמש כגיטיק חברתי ושיחוקי

מפתח יומים - "יומנו" ע"מ
 מיסודו של בנק לאומי
 מימון:

054471000 - 052723333
 054471000 - 052723333






נספח 6- מכתב תודה לדפוס הנמל

24.03.2013

לכבוד:

צחי בן שטרית, מנכ"ל חברת דפוס הנמל.

צחי, שלום.

אנו, ילדי כיתה ט' בחטיבת ביניים שרת בכפר סבא, כנציגי חברת **שרתקולס** בפרויקט **יזמים צעירים**, מבקשים להודות לך ולחברת **דפוס הנמל** על הירתמות לתהליכי הפיתוח, העיצוב והייצור של מוצר הדגל שלם: **משכית (M&S kit)**.

תודות לכם (ולצד מתנדבים אחרים מהתעשייה), זכה המיזם שלם בליווי מקצועי תעשייתי. עזרתכם הזניקה אותם להיות אחת הקבוצות המתקדמות ביותר מכלל הפרויקט בארץ, ועל כך: שוב תודה רבה.

נשמח בהעברת תודה אישית נוספת, לאולג שורשן בפיתוח המוצר, לריקי אטוס בעיצוב הגראפי, ולדוד אדרי בייצור.

השתתפותם בתחרות יזמים צעירים חושפת את משכית בערצים מגוונים בתעשייה. אם גאים ושמחים לציין את שם חברת דפוס הנמל כשותפה לדרכם וכתומכת בתהליך. כן, אם פועלים נמרצות להזמנת הזמנה עסקית שימושית, שתיוצר 'במסלול היחק' בינים אינשאללה...

בברכת חג שמח,

ילדי קבוצת "שרתקולס" מבית הספר שרת.

מלווי הקבוצה: אסתי בן ארצי, לאה חליוה, אריה וייס, חגית קלמנביץ, אלי פיינגולד, קן גרינגראס, אלכסה גורלי.