Sociālā uzņēmējdarbība **Vārds, uzvārds, klase ……**

Izpēti uzņēmējdarbības biznesa audekla sastāvdaļas

Galvenie sadarbības partneri Kuri ir mūsu galvenie sadarbības partneri? Kuri ir mūsu galvenie piegādātāji? Kurus galvenos resursus mēs iegādājamies no partneriem Galvenās aktivitātes, ko veic mūsu partneri.	**Galvenās aktivitātes** Kādas ir galvenās aktivitātes, kas saistītas ar mūsu produkta radīšanu, izplatīšanas kanaļiem, klientu attiecībām, ieņēmumu avotiem. **Galvenie resursi** Kādi galvenie resursi ir nepieciešami lai radītu produktu? Kādi resursi ir nepieciešami izplatīšanas kanāliem, klientu attiecībām un ieņēmumu avotu nodrošināšanai.	**Produkta vērtība** Ko mēs piedāvājam savam klientam? Kuras klienta problēmas mēs atrisinām? Kuras klienta vajadzības apmierinām? Kādas preču un pakalpojumu komplektus mēs piedāvājam klientiem?	**Klientu attiecības** Kādas attiecības klienti sagaida no mums? Kuras attiecības jau ir nodibinātas? Ka tās ir integrētas mūsu biznesa modelī? Cik mums izmaksā šīs klientu attiecības? **Izplatīšanas kanāli** Kurus izplatīšanas kanālus vislabprātāk vēlas izmantot mūsu klienti? Kā mēs sasniedzam savus klientus tagad? Kā mūsu izplatīšanas kanāli ir saistīti? Kuri no izplatīšanas kanāliem darbojas vislabāk un ir vislētākie?	**Galvenie tirgus segmenti** Kam mēs radam savu preci/ pakalpojumu? Kuri ir mūsu vissvarīgākie klienti?
Izmaksu struktūra • Kuras ir vissvarīgākās/visbūtiskākās izmaksu pozīcijas mūsu biznesa modelī? • Kuri resursi ir visdārgākie? • Kuras aktivitātes ir visdārgākās?			**Ieņēmumu avoti** • Par ko mūsu klienti/pircēji ir gatavi maksāt? • Par ko viņi maksā šobrīd? • Kā viņi dotu priekšroku maksāt? • Cik lielā mērā katrs ieņēmumu avots piedalās kopējā uzņēmuma ieņēmumu veidošanā?	

Sociālais uzņēmums SIA UNA, kas iesaista riskam pakļautās personas, ražojot tematiskā dizaina zīmējuma izšūtus dvieļus pēc pasūtījuma.

Uzdevums. Papildini trūkstošās biznesa audekla daļas.

2.PROBLĒMA *balti dvieļi – viendabīgi * maz iespēju apliecināt savu SA *piederības zīmes izmaksā dārgi ALTERNATĪVAS: tekstūra, birkas	**4.RISINĀJUMS**	**3.UNIKALITĀTE** * bieži lietojams, reprezentatīvs, pamanāms priekšmets ar sociālās ietekmes vērtību •KSA statuss KONCEPTS: Ikvienu varam padarīt par SA!	**9.NEGODĪGĀ KONKURENCE**	**1.KLIENTU SEGMENTI** * privātais sektors – viesnīcas, viesu nami, klīnikas, bērnudārzi * SA indivīdi AGRĪNIE: *dizaina / skandināvu viesnīcas
	8. IZMĒRĀMIE RĀDĪTĀJI • pirkumi pret lapas apmeklētājiem		**5. KANĀLI**	
7.IZMAKSAS (fiksētās un mainīgās) • īre, algas, nodokļi, lapas uzturēšana •Izejmateriāli, mārketings		**6.IEŅĒMUMI**		

LIVEWORKSHEETS