მეწარმეობის საფუძვლები

მასწავლებლის სახელმძღვანელო



მეწარმეობის საფუძვლები

მასწავლებლის სახელმძღვანელო

განკუთვნილია ზოგადი განათლების საშუალო საფეხურისთვის

ავტორები: ეკა გეგეშიძე და გიორგი ჭილაძე

მომზადებულია ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს მიერ, ჯუნიორ ეჩივმენტი მსოფლიოს მასალებზე და მეთოდოლოგიით

თბილისი, 2026

მასწავლებლის სახელმძღვანელო მომზადებულია საქართველოს სკოლების საშუალო საფეხურისთვის ეროვნული სასწავლო გეგმის საფუძველზე, არჩევითი საგანისთვის „მეწარმეობის საფუძვლები“. პროგრამის გამოყენება ასევე შესაძლებელია საქართველოს სკოლების საბაზო საფეხურის დამამთავრებელი კლასისთვის, მოდიფიცირებული ფორმით.

მეთოდური სახელმძღვანელოს ავტორები: ეკა გეგეშიძე და გიორგი ჭილაძე

„მეწარმეობის საფუძვლების” პროგრამის კურიკულუმის ავტორი: ეკა გეგეშიძე

კომპლექსური დავალება PlayBook-ის ავტორი: ირინა ფრუიძე

რედაქტორი: გიორგი ჭილაძე

დიზაინერი: ელენე რთველაძე

ყველა უფლება დაცულია

არ შეიძლება ამ გამოცემის ტექსტის ან მისი რომელიმე ნაწილის აღწარმოება ან გადაცემა რაიმე ფორმითა და საშუალებით, სულერთია იქნება ეს ელექტრონული თუ მექანიკური, ასლგადამღების, ინფორმაციის აღმწარმოებელი ნებისმიერი სისტემა, ან სხვაგვარად, ჩაწერა ან შენახვა, თუ არ იქნება გამომცემლის წინასწარი წერილობითი ნებართვა.

საავტორო უფლება © 2026
ა(ა)იპ ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველო

ISBN 978-9941-8-8744-4

მეწარმეობის საფუძვლები

„სწავლებიდან პროფესიულ მზადყოფნამდე“

მეთოდური გზამკვლევი მასწავლებლებისთვის

ეს მეთოდური სახელმძღვანელო განკუთვნილია პედაგოგებისთვის, რომლებიც სამეწარმეო განათლებას განიხილავენ არა მხოლოდ საგნობრივ სწავლებად, არამედ მოსწავლეების პიროვნული, პროფესიული და მოქალაქეობრივი განვითარების თანმიმდევრულ პროცესად. სახელმძღვანელოს მიზანია ხელი შეუწყოს პედაგოგის პროფესიულ ზრდასა და განვითარებას, გააძლიეროს მისი როლი როგორც მენტორისა და ფასილიტატორისა და მიაწოდოს პრაქტიკული ინსტრუმენტები თანამედროვე, ქმედებაზე დაფუძნებული სწავლების განსახორციელებლად.

წიგნი არ შემოიფარგლება მხოლოდ აქტივობების და დავალებების აღწერით - იგი ხსნის მეწარმეობის სწავლების დიდაქტიკას, აჩვენებს. თუ როგორ გადაიქცეს იდეა სასწავლო მიზნად, მიზანი - ქმედებად, ხოლო ქმედება - გააზრებულ შედეგად. წარმოდგენილი მეთოდები, აქტივობები და შეფასების მიდგომები პედაგოგს ეხმარება სასწავლო პროცესის დაგეგმვაში, მართვასა და რეფლექსიაში, აგრეთვე, მოსწავლეებთან მუშაობის დროს ინოვაციური, ინკლუზიური და რეალურ ცხოვრებასთან დაკავშირებული პრაქტიკის დანერგვაში.

მეწარმეობის საფუძვლების კურსი მიზნად არ ისახავს მხოლოდ ბიზნესის შექმნის ტექნიკური უნარების განვითარებას. მისი მთავარი ამოცანაა მოსწავლემ შეძლოს საკუთარი შესაძლებლობების ამოცნობა, გამოცდილების გააზრება და ამ გამოცდილების გარდაქმნა რეალურ ღირებულებად - როგორც განათლების, ისე დასაქმებისა და სამეწარმეო საქმიანობის გაგრძელების პერსპექტივაში. ამ კურსში სწავლა ეფუძნება გამოცდილებაზე, პასუხისმგებლობაზე და დამოუკიდებელი გადაწყვეტილების მიღებაზე ორიენტირებულ მიდგომას.

კურსის დასასრულს მოსწავლის მიერ სამუშაოზე ან სწავლაზე ორიენტირებული პორტფოლიოს შექმნა წარმოადგენს ლოგიკურ და მნიშვნელობით დატვირთულ ფინალს. პორტფოლიო აერთიანებს კურსის განმავლობაში დაგროვილ ცოდნას, პრაქტიკულ გამოცდილებასა და რეფლექსიას და ქმნის ხიდს სკოლასა და რეალურ პროფესიულ გარემოს შორის. ამ პროცესში მოსწავლე იწყებს საკუთარი თავის აღქმას არა მხოლოდ როგორც მოსწავლე, არამედ როგორც პასუხისმგებელი, აქტიური და განვითარებაზე ორიენტირებული პიროვნება.

კურსის ბოლოს, სამუშაოსთვის მზაობის პორტფოლიოს შექმნა განიხილება, როგორც მეწარმეობრივი აზროვნების შედეგი. მოსწავლე ირჩევს საკუთარ პროფესიულ მიმართულებას, აფასებს საკუთარ ძლიერ მხარეებს, განსაზღვრავს სამიზნე აუდიტორიას (დამსაქმებელი, უნივერსიტეტი, პროგრამა) და ქმნის პროდუქტს - საკუთარ პროფესიულ პროფილს. ამგვარად, პორტფოლიო იქცევა მოსწავლის პირველ პირად „პროფესიულ პროექტად“. პორტფოლიოს ცენტრალური ელემენტია CV, რომელიც ამ კურსის კონტექსტში არ უნდა აღიქმებოდეს მხოლოდ ფორმალურ ბიოგრაფიულ დოკუმენტად. CV არის მოკლე, სტრუქტურირებული განცხადება საკუთარი ღირებულებების შესახებ, სადაც განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა პრაქტიკულ გამოცდილებას, გუნდურ მუშაობას, ინიციატივას, პასუხისმგებლობასა და პროექტებში მონაწილეობას. ამ ეტაპზე მნიშვნელოვანია, რომ მოსწავლემ CV-ში ასახოს მეწარმეობის კურსის ფარგლებში მიღებული გამოცდილება, მათ შორის, სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიკატი (Entrepreneurial Skills Pass – ESP), როგორც საერთაშორისო დონეზე აღიარებული მიღწევა. CV-ს ავსებს სამოტივაციო წერილი, რომელიც მოსწავლის მხრიდან უკვე გააზრებულ გადაწყვეტილებას გამოხატავს. წერილი ეფუძნება პირად გამოცდილებას და აჩვენებს, თუ როგორ შეცვალა მეწარმეობის კურსმა მისი ხედვა, მიზნები და მომავალი გეგმები. პედაგოგის ამოცანაა წაახალისოს მოსწავლეები, რომ სამოტივაციო წერილი იყოს კონკრეტული, არგუმენტირებული და თვითრეფლექსიური და არა ზოგადი ან შაბლონური ტექსტი. პორტფოლიოს დამატებითი დოკუმენტები - სერტიფიკატები, პროექტების აღწერები, რეკომენდაციები ან ნამუშევრების მაგალითები - შეირჩევა გააზრებულად. თითოეული დოკუმენტი უნდა პასუხობდეს კითხვას: რას ამტკიცებს ეს ჩემი უნარების, გამოცდილებისა და პასუხისმგებლობის შესახებ. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ESP სერტიფიკატის, როგორც მეწარმეობის კურსის პრაქტიკული და აღიარებული შედეგის, ჩართვას პორტფოლიოში.

ამ ეტაპზე პედაგოგის როლი მნიშვნელოვნად ფართოვდება. იგი აღარ არის მხოლოდ ცოდნის გადამცემი ან შემფასებელი, არამედ წარმოადგენს მენტორს და კარიერული მრჩეველს, რომელიც ეხმარება მოსწავლეს საკუთარი გამოცდილების გააზრებაში, სწორად წარმოჩენასა და მომავალ ნაბიჯებზე ფიქრში. სასურველია პორტფოლიოს პრეზენტაცია კლასში, თანატოლთა მხრიდან უკუკავშირის მიღება და თვითშეფასება, რაც კიდევ უფრო ამლიერებს მოსწავლის პასუხისმგებლობასა და თვითდაჯერებულობას.

მეწარმეობის საფუძვლების კურსის დასრულება არ წარმოადგენს პროცესის დასასრულს. იგი არის ახალი ეტაპის დასაწყისი - მომზადება განათლების გაგრძელებისთვის, დასაქმებისთვის ან საკუთარი გზის ძიებისთვის. საბოლოო პორტფოლიო კი ხდება ის ინსტრუმენტი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება ამ გზაზე პირველი, თავდაჯერებული ნაბიჯის გადადგმაში.

ამ პროცესში პედაგოგი არ არის მხოლოდ ცოდნის გადამცემი - იგი არის ცვლილების ინიციატორი, ახალგაზრდებისთვის და ადამიანი, ვინც ქმნის გარემოს, სადაც თამამად იბადება იდეა, ყალიბდება პასუხისმგებლობა და იწყება მომავალი.

გისურვებთ წარმატებებს!

ყოველი სასწავლო წლის ბოლოს, გაგვიზიარე მიღწეული შედეგები www.jag.ge

სარჩევი

კურიკულუმი 5

სწავლა-სწავლების ორგანიზება და მიდგომები 16

სწავლა-სწავლების მეთოდები და სტრატეგიები 29

თავი I. პროექტების მართვა 32

თავი II. მეწარმეობა და იდეები 45

თავი III. ორგანიზაცია, მეწარმეობა, იდეა და მმართველთა გუნდი 58

თავი IV. ჩვენ ერთი გუნდი ვართ 69

თავი V. მინიკომპანიის დაფუძნება 78

თავი VI. ბიზნესგეგმა 87

თავი VII. შესყიდვები, წარმოება და გაყიდვები 95

თავი VIII. მინიკომპანიის ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმები 102

განმავითარებელი ტესტები 118

სამეწარმეო უნარ–ჩვევების სერტიფიცირება (ESP) 129

ESP ლექსიკონი 135

კურიკულუმი

1. ზოგადი ინფორმაცია

სახელწოდება:	მეწარმეობის საფუძვლები
გამოქვეყნების/ცვლილების თარიღი:	2025 წლის სექტემბერი
მოცულობა საკონტაქტო საათებში:	70/72 საათი, 1 სასწავლო წელი, დამატებითი მასალების ჩათვლით 100 საათი
საგანს მიზნები:	საგანი მიზნად ისახავს, მოსწავლეს: 1. გამოუმუშავოს მეწარმეობის კომპეტენცია, რომელიც მოიცავს: • ბიზნესგეგმის/ბიზნესპროექტის ან ბიზნესკანვას მოდელის ან სოციალური მეწარმეობის ბიზნესკანვას მოდელის შემუშავების და მისი შესრულების უნარს; • გადაწყვეტილების მიღების და რაციონალური ანალიზის ინსტრუმენტების კომპეტენციებს; • ინიციატივის აღების უნარს. 2. შესძინოს მეწარმეობის პრაქტიკული უნარ-ჩვევები და გააცნოს მათ ბიზნესის და ეკონომიკის საფუძვლები მოქმედებაში (პრაქტიკაში).

პროგრამა იყენებს შემდეგ განმარტებებს:

ტერმინი	განმარტება & წყარო
კომპეტენცია	სამეწარმეო კომპეტენციის შესწავლის ფარგლებში, კომპეტენცია მოიაზრება, როგორც ცოდნის, უნარების, დამოკიდებულებებისა და ქცევის ნაკრები.
მეწარმეობა	მეწარმეობაა, როდესაც შენ მოქმედებ შესაძლებლობებსა და იდეებზე და გარდაქმნი მათ ღირებულებად სხვებისთვისაც. ღირებულება, რომელსაც ქმნი შესაძლოა იყოს ფინანსური, კულტურული ან სოციალური (FFE-YE, 2012).
მიდგომები	„მიდგომები“ არის შედეგის მოტივატორები. ისინი მოიცავს ღირებულებებს, მისწრაფებებსა და პრიორიტეტებს.
მწვანე მეწარმეობა	მწვანე მეწარმეობა არის მეწარმეობა, რომელსაც გარემოზე აქვს პოზიტიური ეფექტი და მივყავართ უფრო მდგრად მომავლამდე.
სწავლის შედეგები	სწავლის შედეგები არის ცნებები, რაც იცის, ესმის და შეუძლია შეასრულოს მოსწავლემ სწავლის დასრულების შემდგომ (Cedefop, 2009). ასეთი ცნებები შესაძლოა შეიქმნას და გამოყენებული იქნეს სასწავლო გეგმის შემუშავების პროცესში, მაგალითად, როგორიცაა სამართლებრივი ან პროფესიული ანგარიშვალდებულება (Prøitz, 2010).
ციფრული მეწარმეობა	ციფრული მეწარმეობა არის მეწარმეობა, რომელიც მოიცავს ახალი ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებას (მაგალითად, სოციალური მედიის, დიდი მოცულობის მონაცემების, მობილური ტექნოლოგიების გამოყენება). მისი გამოყენება შეიძლება ბიზნეს ოპერაციების გასაუმჯობესებლად, ახალი ბიზნეს მოდელების გამოსავლენად ან მომხმარებლებისა და დაინტერესებული მხარეების პროცესში ჩასართავად.
ცოდნა	ცოდნა ეფუძნება ფაქტებს, პრინციპებს, თეორიებსა და პრაქტიკებს, რომელიც დაკავშირებულია კვლევის ან მუშობის სფეროსთან. ევროპული კვალიფიკაციების სტრუქტურის კონტექსტში, ცოდნა განმარტებულია, თეორიულ ან პრაქტიკულ კონტექსტში (European Parliament and the Council, 2008).
შიდა კორპორაციული მეწარმეობა	შიდა კორპორაციული მეწარმეობა არის მეწარმეობა ორგანიზაციის შიგნით (see Pinchot, 1985).

2. სწავლის შედეგები

მოსწავლე:

1. ხსნის და ადგენს მარტივი პროექტის წესდებას;
2. ამზადებს CV-ს, სახიბლავს და პორტფოლიოს სამუშაოს დაწყებისთვის;
3. იყენებს იდეის გენერირების სხვადასხვა მეთოდებს და აანალიზებს მათ სხვადასხვა ინსტრუმენტების მეშვეობით;
4. ავლენს ინიციატივას და გეგმავს მისი განხორციელებისთვის საჭირო აქტივობებს;
5. აყალიბებს იდეებს ბიზნესგეგმად/პროექტად ან/და კანვას ბიზნეს მოდელად;
6. ავლენს ასაკის შესაბამის ფინანსურ უნარ-ჩვევებს;
7. გეგმავს მარკეტინგულ აქტივობებს;
8. იყენებს ინფორმაციულ ტექნოლოგიებსა და ხელოვნურ ინტელექტს საქმიანობაში;
9. იაზრებს მდგრადი განვითარების გარემოსდაცვით, სოციალურ და ეკონომიკურ მნიშვნელობას მოსახლეობის კეთილდღეობისთვის და, შესაბამისად, შეიმუშავებს პროექტებს (ბიზნესგეგმას ან ბიზნესკანვას მოდელს ან სოციალური მეწარმეობის ბიზნესკანვას მოდელს) ;
10. იაზრებს მოსახლეობის ძირითადი მახასიათებლების ცვალებადობის გამომწვევ მიზეზებსა და შედეგებს სამეწარმეო აქტივობებისას და ბაზრის კვლევისას;
11. აანალიზებს გარემოზე ზემოქმედების მნიშვნელობას;
12. იცის ბუნებრივი პირობებისა და რესურსების შეზღუდულობის გავლენა მოსახლეობის სამეურნეო საქმიანობაზე;
13. იძიებს და აანალიზებს ინფორმაციას სხვადასხვა ტიპის წყაროდან, შეუძლია ინფორმაციის შედეგების ცხრილების, გრაფიკებისა და დიაგრამების სახით წარმოდგენა;
14. ახორციელებს მცირე ზომის ბიზნესგეგმას/პროექტს.

დამატებითი ამხსნელები:

მეწარმეობის საფუძვლების საგნის შესწავლისას: მოსწავლემ უნდა შეიძინოს დამოუკიდებლობა, ეცადოს და გაბედოს თანამოაზრეებთან ერთად საქმის კეთება, აიღოს პასუხისმგებლობა და გადაანაწილოს/დელეგირება გაუკეთოს.

პროგრამა ფოკუსირებულია კრიტიკულ აზროვნებაზე, მის რეალურ ცხოვრებაში იდეების ქმედებად გადაქცევაზე და ღირებულების შექმნის ექსპერიმენტზე, პრაქტიკულ სამეწარმეო გამოცდილებაზე.

სწავლის შედეგები ცოდნის დონეებისა და მეწარმეობის სწავლების სფეროების მიხედვით				
სფერო	**კომპეტენცია**	**საფუძველი**	**საშუალო**	**მოწინავე**
იდეები და შესაძლებლობები	შესაძლებლობების აღმოჩენა	მოსწავლეებს შეუძლიათ აღმოაჩინონ შესაძლებლობა ღირებულების შესაქმნელად.	მოსწავლეებს შეუძლიათ აღმოაჩინონ შესაძლებლობები, საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად.	მოსწავლეებს შეუძლიათ ჩაეჭიდონ და გამოიყენონ შესაძლებლობა, რათა შეხვდნენ გამოწვევებს და სხვებისთვისაც შექმნან ღირებულება.
	კრეატიულობა	მოსწავლეებს შეუძლიათ განავითარონ რამდენიმე იდეა, რომლებიც სხვებისთვისაც ქმნიან ღირებულებას.	მოსწავლეებს შეუძლიათ იდეების შემოწმება და დახვეწა, რომლებიც სხვებისთვისაც ქმნიან ღირებულებას.	მოსწავლეებს შეუძლიათ იდეების გადაწყვეტილებად გარდაქმნა, რომლებიც სხვებისთვისაც ქმნიან ღირებულებას.
	ხედვა	მოსწავლეებს შეუძლიათ სასურველი მომავლის წარმოსახვა.	მოსწავლეებს შეუძლიათ შთამაგონებელი ხედვის შექმნა, რათა ჩართონ სხვებიც.	
	იდეების შეფასება	მოსწავლეებს შეუძლიათ იდეების ღირებულების გაგება და დაფასება.	მოსწავლეებს ესმით, რომ იდეებს შესაძლოა ჰქონდეთ სხვადასხვა ღირებულება, რომლის გამოყენებაც შესაძლებელია სხვადასხვა გზით.	
	ეთიკური და მდგრადი აზროვნება	მოსწავლეები აღიქვამენ მათი არჩევანისა და ქცევის გავლენას, როგორც საზოგადოებაზე, ისე გარემოზე.	გადაწყვეტილების მიღებისას, მოსწავლეები ითვალისწინებენ ეთიკურ ნორმებს და მათი განწყობა არის მდგრადი/სტაბილური.	მოსწავლეები მოქმედებენ, რათა დარწმუნდნენ, იმაში რომ მათი ეთიკური და მდგრადი მიზნები თანხვედრაშია.

რესურსები	თვითშეგნება და თვითეფექტურობა	მოსწავლეები ენდობიან მათ შესაძლებლობებს, რათა სხვებისთვისაც შექმნან ღირებულება.	მოსწავლეებს შეუძლიათ ძლიერი და სუსტი მხარეების გარჩევა	
	მოტივაცია და შეუპოვრობა	მოსწავლეებს უნდათ, რომ მისდიონ თავიანთ გატაცებას და შექმნან სხვებისთვისაც ღირებულება.	მოსწავლეებს სურთ ჩადონ მალისხმევა და რესურსები თავიანთ გატაცებაში, რათა შექმნან სხვებისთვისაც ღირებულება.	
	რესურსების მობილიზება	მოსწავლეებს შეუძლიათ აღმოაჩინონ და გამოიყენონ რესურსები პასუხისმგებლობით.	მოსწავლეებს შეუძლიათ შეაგროვონ და მართონ სხვადასხვა სახის რესურსები, რათა შექმნან ღირებულება სხვებისთვისაც.	
	ფინანსური და ეკონომიკური წიგნიერება	მოსწავლეებს შეუძლიათ ბიუჯეტის შედგენა მარტივი აქტივობებისთვის.		
	სხვების მობილიზება	მოსწავლეებს შეუძლიათ საკუთარი იდეების ნათლად და ენთუზიაზმით წარმოჩენა.		
მოქმედება	ინიციატივის აღება	მოსწავლეებს სურთ, რომ მოაგვარონ პრობლემები, რომლებიც გავლენას ახდენენ საზოგადოებაზე.	მოსწავლეებს შეუძლიათ ინიციატივის აღება ღირებულების შემქმნელ აქტივობებზე.	
	დაგეგმვა და მართვა	მოსწავლეებს შეუძლიათ მიზნების განსაზღვრა ღირებულების შემქმნელი მარტივი აქტივობებისთვის.	მოსწავლეებს შეუძლიათ სამოქმედო გეგმის შექმნა, რომელიც განსაზღვრავს მიზნების მიღწევის პრიორიტეტებსა და ეტაპებს.	
	ბუნდოვანი და გაურკვევლობის რისკების გადალახვა	მოსწავლეებს არ ეშინიათ შეცდომების დაშვების, როდესაც ახალ რამეს აკეთებენ.	მოსწავლეებს შეუძლიათ სხვადასხვა ვარიანტის სარგებლისა და რისკების შეფასება.	
	სხვებთან ერთად მუშაობა	მოსწავლეებს შეუძლიათ გუნდში მუშობა ღირებულების შესაქმნელად.	მოსწავლეებს შეუძლიათ დიდი რაოდენობის ინდივიდებთან და ჯგუფებთან მუშაობა ღირებულების შესაქმნელად.	
	სწავლა გამოცდილების მიღებით	მოსწავლეები ხვდებიან, თუ რა ისწავლეს ღირებულების შემქმნელი აქტივობების განხორციელების შედეგად.	მოსწავლეებს შეუძლიათ განიხილონ მიღწევები და წარუმატებლობები და ისწავლონ დამდგარი შედეგების საფუძველზე.	

3.სამიზნე ცნებები და ქვეცნებები

სამიზნე ცნებები	ქვეცნებები/გამომდინარე ცნებები
საჭიროება (რესურსი და შეზღუდულობა)	ყაირათიანობა დაზოგვა ბაზარი ნებაყოფლობითი გაცვლა მოთხოვნა მიწოდება
იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა და გადაწყვეტილების მიღება)	ეფექტიანობა მოთხოვნა მიწოდება წაუგებლების წერტილი ზღვრული ანალიზი დაზღვევა რისკი საავტორო უფლება/პატენტი მარკეტინგი კონკურენტული უპირატესობა
პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)	ბიზნესგეგმა მისია ღირებულების განაცხადი მიზანი, ამოცანები ღირებულების ჯაჭვი ხარისხის მართვა შესრულების ინდიკატორი
ღვაწლი (შრომა, ინციატივა, ქმედება)	მე პასუხისმგებლობის აღება ლიდეროობა გუნდუროობა პრობლემისა და საჭიროების იდენტიფიცირება
შედეგი	ეფექტიანობა ეფექტურობა ეკონომიურობა გარემოზე ზემოქმედება მდგრადი განვითარება თანასწოროობა შემოსავალი ხარჯი მოგება გადასახადი ბიზნესგეგმა ფინანსური ანგარიშგება მარკეტინგული ანგარიში

4. ცნებები და მკვიდრი წარმოდგენები

სამიზნე ცნებები	გამომდინარე ცნებები	მკვიდრი წარმოდგენები
საჭიროება (რესურსი და შეზღუდულობა)	ყაირათიანობა დაზოგვა ბაზარი ნებაყოფლობითი გაცვლა მოთხოვნა მიწოდება	• ადამიანის მოთხოვნილებები შეუზღუდავია, ხოლო მისი დაკმაყოფილების შესაძლებლობა შეზღუდული. • საჭიროება არის ის რაც ადამიანს საარსებოდ უნდა ჰქონდეს. • ჩვენთვის საჭირო ნივთები მზადდება რესურსების გამოყენებით. • რესურსები შეზღუდულია და მათ გაფრთხილება სჭირდება. • საჭირო ნივთების დასამზადებლად გამოიყენება სამი ძირითადი სახის რესურსი: ბუნებრივი რესურსები - მიწა, ხეები, მინერალები; ადამიანური რესურსები - ცოდნა ან შრომა და კაპიტალური რესურსები - მანქანები, ხელსაწყოები ან ადამიანების მიერ გაკეთებული საგნები. • ბაზარი არის ადგილი სადაც მყიდველი და გამყიდველი ხვდებიან ერთმანეთს. • კონკურენცია - მეტოქეობა მყიდველებსა და გამყიდველებს შორის, საერთოდ - ეკონომიკურ, საბაზრო სუბიექტებს შორის. • ნებაყოფლობითი გაცვლა - ბაზრებზე მიმდინარე ვაჭრობის პროცესი. • ბაზარზე ნებაყოფლობით გაცვლას აქვს ადგილი.
იდეა, (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა და გადაწყვეტილების მიღება)	ეფექტიანობა მოთხოვნა მიწოდება წაუგებლების წერტილი ზღვრული ანალიზი დაზღვევა რისკი საავტორო უფლება/პატენტი მარკეტინგი კონკურენტული უპირატესობა	• მეწარმეობა იდეების საქმედ ქცევაა! • ადამიანები ალტერნატივების წინაშე დგანან. • რისკი არის იმ შედეგის დადგომის ალბათობა, რომელიც წარმოადგენს გადახრას დაგეგმილი/მოსალოდნელი შედეგიდან და უარყოფითად მოქმედებს მიზნების მიღწევაზე. • დემოკრატიულ საზოგადოებაში ყველას აქვს არჩევანის გაკეთების საშუალება. • თავისუფალი მეწარმეობის საყრდენებია (ბურჯებია): კერძო საკუთრება, ფასების სისტემა, საბაზრო კონკურენცია და მეწარმეობის უნარი.
პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)	ბიზნესგეგმა მისია ღირებულების განაცხადი მიზან(ებ)ი, ამოცანები ღირებულების ჯაჭვი ხარისხის მართვა შესრულების ინდიკატორი	• რაიმეს კეთება დაგეგმვიდან უნდა დაიწყო. • პროექტის შედგენა პროცესის უკეთ გააზრების საშუალებაა. • პროექტის მომზადება უზრუნველყოფს: ✓ მკაფიო მიზნების და ამოცანების ფორმირებას ✓ დროის უკეთეს მენეჯმენტს ✓ საჭირო რესურსების (ადამიანები, ხელსაწყოები, მასალები) იდენტიფიცირებას, დეფიციტის ან გაფლანგვის თავიდან აცილებას. ✓ გაუმჯობესებულ კომუნიკაციას ✓ ხარჯების კონტროლს ✓ გაუმჯობესებულ ხარისხს • კარგად მართული და დოკუმენტურად გაფორმებული პროცესები ბიზნესის მდგრადობის და წამატების საფუძველია.
ღვაწლი (შრომა, ინციატივა, ქმედება)	მე პასუხისმგებლობის აღება ლიდერობა გუნდურობა პრობლემისა და საჭიროების იდენტიფიცირება	• ადამიანმა ღირსებით რომ იცხოვროს, უნდა იშრომოს, ხოლო საქმიანობის სფერომ სიამოვნება და კმაყოფილება უნდა მიანიჭოს, რათა თავად იყოს ბედნიერი. • დემოკრატიულ საზოგადოებაში ყველგან შეიძლება შენი საქმე გქონდეს. • გადასახადი - მთავრობისათვის სავალდებულო გადასახდელია. • თვითრწმენა და შეუპოვრობა მეწარმის კარგი თვისებებია. • დასახულო მიზნის მისაღწევად საჭიროა შეუპოვრობა და თვითრწმენაა. • თუ ვინმეს გაუკეთებია მეც შემიძლია გავაკეთო და თუ არავის გაუკეთებია, მე უნდა გავაკეთო/ვცადო.
შედეგი	ეფექტიანობა ეფექტურობა ეკონომიურობა გარემოზე ზემოქმედება შემოსავალი ხარჯი მოგება გადასახადი ბიზნესგეგმა ფინანსური ანგარიშგება მარკეტინგის ანგარიში	• კარგი შედეგისთვის პროცესის მართვაა საჭირო. • აღრიცხვა (ბუღალტერია) ბიზნესის ენაა. • ბიზნესის ყველაზე კარგი სურათი „ფინანსური ანგარიშგება“. • სააღრიცხვო ჩანაწერები და უწყისები მენეჯერს ეხმარება სწორი გადაწყვეტილების მიღებაში.

5. შეფასება

საგანში „მეწარმეობის საფუძვლები“ იწერება განმავითარებელი შეფასება.

ჩვენი მეთოდოლოგიის მიხედვით, განმავითარებელი შეფასება ეფუძნება განმსაზღვრელ მაჩვენებელს, რომელიც თავის მხრივ იყენებს 10 ქულიან სისტემას.

ქულები	შეფასების დონეები	განმავითარებელი შეფასება
10	მაღალი	მოსწავლე საუკეთესოა, ყველა სასწავლო შედეგში განსაკურებული მიღწევა აქვს.
9		მოსწავლე საუკეთესოა, ყველა შედეგში განსაკურებული მიღწევა აქვს, თუმცა, ოდნავ მეტი ყურადღება და დაფიქრებაა საჭირო.
8	საშუალოზე მაღალი	მოსწავლეს ძალიან კარგი მაჩვენებლები აქვს კონკრეტული მიმართულებებით (ჩამოთვალეთ მიმართულებები), თუმცა, გასაუმჯობესებელია (ჩამოთვალეთ მიმართულებები)
7		მოსწავლეს კარგი მაჩვენებლები აქვს კონკრეტული მიმართულებებით (ჩამოთვალეთ მიმართულებები), თუმცა, გასაუმჯობესებელია შემდეგი მიმართულებები ....(ჩამოთვალეთ მიმართულებები).
6	საშუალო	მოსწავლეს საშუალო მაჩვენებლები აქვს კონკრეტული მიმართულებებით (ჩამოთვალეთ მიმართულებები), თუმცა გასაუმჯობესებელია (ჩამოთვალეთ მიმართულებები)
5		მოსწავლეს საშუალო მაჩვენებლები აქვს კონკრეტული მიმართულებებით (ჩამოთვალეთ მიმართულებები), თუმცა, არ იცის ან არ არის ჩართული, შემდეგი . . . (ჩამოთვალეთ მიმართულებები).
4	საშუალოზე დაბალი	მოსწავლე ნაკლებად ერთვება აქტივობებში, საკითხებს ზედაპირულად უდგება, აქტივობებში ნაკლებად არის ჩართული. ცნებებზე ელემენტარული წარმოდგენა აქვს. ამიტომ გასაუმჯობესებელია: . . . .
3		მოსწავლე აქტივობებში არ ერთვება, საკითებს ზედაპირულად უდგება, აქტივობებში ნაკლებად არის ჩართული. ცნებებზე ელემენტარული წარმოდგენა აქვს. ამიტომ გასაუმჯობესებელია: . . . .
2	დაბალი	მოსწავლე აქტივობებში არ ერთვება, საკითებს ზედაპირულად უდგება, აქტივობებში ნაკლებად არის ჩართული. ცნებებზე არ აქვს წარმოდგენა. ამიტომ გასაუმჯობესებელია: . . . .
1		მოსწავლე აქტივობებში არ ერთვება, საკითხებს ზედაპირულად უდგება, აქტივობებში არ არის ჩართული. ცნებებზე წარმოდგენა არ აქვს. ამიტომ, გასაუმჯობესებელია: . . . .

შეფასების ფორმები - მიმდინარე და შემაჯამებელი

მოსწავლის შეფასებისთვის შესაძლებელია გამოყენებული იქნეს სხვადასხვა მეთოდი, რომელიც შესაძლოა შერჩეულ იქნეს კონკრეტული თემატიკის მიხედვით.

1. **მრავალკომპონენტიანი შეფასება:** შეფასებისთვის გამოიყენეთ შემდეგი კრიტერიუმები: აქტიურობა/აქტივობა, გუნდური მუშაობა, ლოგიკური აზროვნება და ცნებებისა და მასალების ცოდნა, თითოეულ კომპონენტი ფასდება 10 ქულიანი შკალით, საჯარო სკოლაში არსებული შკალის მიხედვით და თითოეულ მათგანს აქვს ¼ წილი. ანუ, თუ მოსწავლემ მიიღო: 8-აქტიურობაში/აქტივობაში, 8-გუნდურ მუშაობაში, 6-შესრულებულ საშინაო დავალებაში და 10 - ცნებებისა და მასალების ცოდნაში, მისი შეფასებაა: (8+8+6+10)/4=8 ქულა.

კრიტერიუმი	ქულები									
აქტივობა	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
გუნდური მუშაობა	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
შესრულებული საშინაო დავალება	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ცნებებისა და მასალების ცოდნა	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. **საშინაო დავალება - ესსე:** მიეცით მოსწავლეებს საშინაო დავალებად ესსეს მომზადება თემატიკის მიხედვით, ინდივიდუალურად ან ჯგუფურად, მოსამზადებლად. ნაშრომი შეაფასეთ 10 ქულიანი სისტემით. ამ შემთხვევაში უნდა დადგინდეს თითოეული მოსწავლის წვლილი.
3. **საშინაო დავალება - პრეზენტაციის მომზადება:** მოსწავლეებს დაავალეთ პრეზენტაციის მომზადება კლასში განსახილველი ან/და განხილული თემის გარშემო, ჯგუფურად ან ინდივიდუალურად, რომელსაც ისინი საპრეზენტაციო ფაილის დახმარებით წარადგენენ ჯგუფის წინაშე მოსწავლეები შეაფასეთ 10 ქულიანი სისტემით, ჯგუფური დავალებების შემთხვევაში, სასურველია, დადგინდეს თითოეული მოსწავლის წვლილი.
4. **მოსწავლეთა თვითშეფასება და ურთერთშეფასება** - ზოგჯერ საჭიროა გამოყენებული იქნეს მოსწავლეთა თვითშეფასების სისტემა, იმისათვის, რომ მოსწავლეებმა ჩაიხედონ სარკეში. ქვემოთ მოცემულია მოსწავლეთა თვითშეფასებისა და ურთერთშეფასების ტესტი, რომელიც შეგიძლიათ შეავსებინოთ მათ საკუთარ თავზე და გვერდით მჯდომ მეგობარზე, ხოლო მიღებული შედეგები შეადაროთ ერთმანეთს. შეიტყოთ, რას ფიქრობს მოსწავლე საკუთარ თავზე და რას ფიქრობს მასზე მისი მეგობარი. მიღებული საშუალო ქულა შეგიძლიათ გაითვალისწინოთ ან არ გაითვალისწინოთ საგანში მოსწავლის შეფასებისას.

ა) თვითშეფასება:

სახელი და გვარი _____ თარიღი _____

შეაფასეთ თქვენი თავი და გადაწყვიტეთ, რამდენი ქულა გეკუთვნით ქვემოთ ჩამოთვლილი პუნქტების მიხედვით: ქულა ,,"10",, ნიშნავს უმაღლეს ანუ საუკეთესოს, ხოლო ,,"1",,- უმცირეს მაჩვენებელს.

ა) დისციპლინა										
ვიცავ დისკუსიის წესებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ყურადღებით ვუსმენ სხვებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ბ) კომუნიკაცია										
წინასწარ ვალაგებ გამოსათქმელ აზრს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
მსჯელობისას ვიყენებ შესაფერის ტერმინებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ეფექტიანად ვიყენებ ჩემს ცოდნას	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
გ) დამოუკიდებლად მუშაობა										
მესმის ჩემი პასუხისმგებლობები	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
დ) ვასრულებ დავალებებს:										
ვმუშაობ სახელმძღვანელოზე	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ვასრულებ სავარჯიშოებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ვასრულებ სხვა დავალებებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

როგორ ვაფასებ ჯგუფის მუშაობაში ჩემს მიერ შეტანილ წვლილს (ჩამოწერეთ საქმიანობები, რომლებშიც ჯგუფებთან ერთად მონაწილეობით).

_____
_____
_____
_____
_____

ბ) ურთერთშეფასება:

შემფასებელი: სახელი და გვარი _____ თარიღი_____

ვაფასებ: სახელი და გვარი _____

შეაფასეთ თქვენა გვერდით მჯდომი და გადაწყვიტეთ, რა ქულა გეკუთვნის ქვემოთ ჩამოთვლილი პუნქტების მიხედვით:

ქულა ,,"10",, ნიშნავს უმაღლეს ანუ საუკეთესოს, ხოლო ,,"1",,- უმცირეს მაჩვენებელს.

ა) დისციპლინა										
იცავს დისკუსიის წესებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ყურადღებით უსმენს სხვებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ბ) კომუნიკაცია										
წინასწარ ალაგებს გამოსათქმელ აზრს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
მსჯელობისას იყენებს შესაფერის ტერმინებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ეფექტიანად იყენებს საკუთარ ცოდნას	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
გ) დამოუკიდებლად მუშაობა										
ესმის მისი პასუხისმგებლობები	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
დ) ასრულებს დავალებებს:										
მუშაობს სახელმძღვანელოზე	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ასრულებს სავარჯიშოებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ასრულებს სხვა დავალებებს	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

დ) როგორ ვაფასებ მის მიერ ჯგუფის მუშაობაში შეტანილ წვლილს (ჩამოწერეთ საქმიანობები, რომლებშიც ჯგუფებთან ერთად მონაწილეობს).

_____

_____

5. **საკონტროლო სამუშაო ან შემაჯამებელი ტესტირება:** სემესტრში ერთხელ, მოსწავლეებს ჩაუტარეთ ტესტირება, რომელიც შეამოწმებს მოსწავლეთა თეორიულ ცოდნას. ტესტების ნიმუშები მოცემულია ამ სახელმძღვანელოს ბოლოს, თითოეული ტესტი არის 0,5 ქულიანი, შესაბამისად, ტესტირებისთვის უნდა შეარჩიოთ 20 ტესტი, რა თქმა უნდა, შეგიძლიათ მისი მოდიფიცირება.
6. მოსწავლეთა კომპანიის აქტივობების შედეგები არის შემაჯამებელი შეფასების კომპონენტები.

ქვემოთ ჩამოთვლილი კომპონენტებიდან შეგიძლიათ აირჩიოთ ერთი ან რამდენიმე:

- ბიზნესგეგმა ან კანვას ბიზნესმოდელი ან სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელი
- მინიკომპანიის წესდება
- ფინანსური გეგმა
- მარკეტინგული გეგმა
- სოციალური ქსელის დამზადებული გვერდი
- გეგმის საფუძველზე დამზადებული პროდუქტები
- მინიკომპანიის ლიკვიდაციის გეგმა
- მინიკომპანიის ლიკვიდაცია

6. სასწავლო რესურსები

- სახელმძღვანელო „მეწარმეობის საფუძვლები“, JA Georgia - 2025
- მასწავლებლის სახელმძღვანელო „მეწარმეობის საფუძვლები“, JA Georgia - 2025
- პროექტების მართვის ელექტრონული სასწავლო მოდული - https://jag-elearning.ge/
- სამოქალაქო ეკონომიკა სახელმძღვანელო, JA Georgia - 2006
- სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიცირების ლექსიკონი
- სოციალური მეწარმეობის საგანმანათლებლო პროგრამის მასალები: აქსელერაცია X | სოციალური მეწარმეობა
- დამატებით შესაძლებელია გამოყენებული იქნეს: საქართველოს კანონი ,,ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ“, საგადასახადო კოდექსი, კანონი მეწარმეთა შესახებ, საქართველოს კანონი „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“;
- ქეისები და სტატიები ბლოგიდან: https://ekagegshidzeblog.blogspot.com

** სასწავლო რესურსები განთავსებულია ვებ-გვერდზე www.jag.ge*

7. მეწარმეობის საფუძვლების სახელმძღვანელოს თავების გადანაწილება დროში

#	დასახელება	დრო, სთ.	დრო, სთ.
თავი I	პროექტების მართვა	4	2
თავი II	მეწარმეობა და იდეები	6	4
თავი III	ორგანიზაცია, მეწარმეობა და მმართველთა გუნდი	4	4
თავი IV	ჩვენ ერთი გუნდი ვართ	6	4
თავი V	მინიკომპანიის დაფუძნება	6	2
თავი VI	ბიზნესგეგმა	10	2
თავი VII	შესყიდვები, წარმოება და გაყიდვები	26	4
თავი VIII	მინიკომპანიის ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმები	10	6
	სულ:	72	28

8. მიზნები თავების მიხედვით

დასახელება	ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე
თავი I პროექტების მართვა	✓ გაიაზრებს პროექტს და მისი მართვის არსს ✓ გაიცნობს როლებს პროექტის მენეჯმენტში ✓ ისწავლის პროექტის მენეჯმენტის 5 პროცესს ✓ დაადგენს პროექტის დაინტერესებულ მხარეების ✓ შეისწავლის პროექტის სამ მთავარ შეზღუდვას ✓ განივითარებს საჭირო უნარებს რისკების იდენტიფიცირებისა და მართვისთვის, ასევე შეაფასებს გარემოსა და სოციალურ გავლენას, პროექტის დაგეგმვისას.
თავი II მეწარმეობა და იდეები	✓ აცნობიერებს წარმატებული მეწარმის თვისებებსა და სამეწარმეო აზროვნების თავისებურებებს; ✓ აფასებს გუნდური მუშაობისა და ლიდერობის მნიშვნელობას; ✓ შემოქმედებითად და ინოვაციურად უდგება იდეებსა და საქმიანობას; ✓ ახდენს იდეების გენერირებას და მათ დახარისხებას პროექტებისა და ბიზნესწამოყებისთვის; ✓ განსაზღვრავს მიზნებს, გეგმავს და იღებს პასუხისმგებლობას; ✓ იკვლევს პიროვნულ ღირებულებებს და იყენებს მათ გადაწყვეტილებების მიღებაში; ✓ აცნობიერებს მეწარმეობის როლს ეკონომიკურ განვითარებასა და თვითრეალიზაციაში.
თავი III ორგანიზაცია, მეწარმეობა და მმართველთა გუნდი	✓ ხსნის ორგანიზაციის არსსა და ტიპებს. ✓ ადგენს მინიკომპანიის ორგანიზაციულ სტრუქტურას და ანაწილებს როლებს. ✓ განმარტავს მეწარმეობის არსსა და შესაძლებლობების გამოყენების მნიშვნელობას. ✓ აღწერს სოციალური მეწარმეობის სახეებსა და 6P მოდელს. ✓ აფასებს მეწარმის აუცილებელ უნარებსა და პიროვნულ თვისებებს. ✓ განმარტავს მენეჯერული როლებისა და პასუხისმგებლობების სპეციფიკას. ✓ იცის - რა არის „კარგი ლიდერის“ თვისებები; ✓ ერკვევა პოტენციური კანდიდატის სამუშაოზე აყვანის პროცედურებში; ✓ ხსნის სხვადასხვა სფეროში მოღვაწე ლიდერთა თვისებებს, მსჯელობს მათ შორის მსგავსებებსა და განსხვავებებზე; ✓ ახორციელებს შეხვედრების დაგეგმვასა და მონიტორინგს. ✓ ახდენს საკუთარი ძლიერი მხარეების თვითშეფასებას.
თავი IV ჩვენ ერთი გუნდი ვართ	✓ აიდენტიფიცირებს საქონელს ან მომსახურებას, რომელიც ეფუძნება მათ თემში/საზოგადოებაში არსებულ მოთხოვნებსა ან საჭიროებებს; ✓ იცის გონებრივი იერიშის გამოყენება, საჭიროებათა ანალიზის, ჯგუფური გადაწყვეტილების მიღების და რეალური სამუშაო დავალების შესრულებისას; ✓ სახავს „გაზომვად“ მიზნებს; ✓ ახდენს კომპანიის ღირებულებების, სტანდარტების, მისიის და ხედვის „განცხადების, ეთიკის კოდექსის მომზადებას და განსაზღვრავს კომპანიის მიზნების ჩამოყალიბების თავისებურებებს; ✓ შეიმუშავებს ბიზნეს იდეას და აფასებს მის დადებით და უარყოფითი მხარეებს; ✓ იყენებს SWOT ანალიზს; ✓ არჩევს კომპანიის სახელს, იცის თუ რა არის და რა დატვირთვა აქვს კომპანიის სახელს, ლოგოს და პროფილს.

თავი V მინიკომპანიის დაფუძნება	✓ აქვს საქმის წარმოების ელემენტარული უნარი; ✓ აქვს დასაქმებისთვის მზაობის უნარი; ✓ იცის ბიზნესის დაწყებისთვის საჭირო თანხების მოზიდვის ხერხები და ახდენს აქციათა რეალიზაციას/შეძენას; ✓ იცის რა არის ინოვაციური პროდუქტი და ის, თუ როგორ შესძინოს ამა თუ იმ პროდუქტს ინოვაციური ელემენტები; ✓ იცის რა არის მარკეტინგი, მარკეტინგის 7P და მარკეტინგის 4P პრინციპები; ✓ აყალიბებს მცირე მარკეტინგულ კვლევას, გეგმავს და ახორციელებს მას; ✓ ადგენს მარკეტინგულ სტრატეგიას მარკეტინგული კვლევის მეშვეობით.
თავი VI ბიზნესგეგმა	✓ ამზადებს მარტივ ბიზნესგეგმას; ✓ გეგმავს მარტივ ბიუჯეტს (წამოწყების ბიუჯეტს front-up Budget), როგორც ბიზნესგეგმის ნაწილის; ✓ იცის დოკუმენტების შევსების თანმიმდევრობა და მასზე ადმინისტრირების განხორციელება. ✓ აღწერს პროდუქტის ან მომსახურების ღირებულების ჯაჭვს და კვლავწარმოების სპეციფიკას და აფასებს მის საწარმოო ხარჯებსა და გაყიდვების პოტენციალს; ✓ ახორციელებს ბაზრის მარტივ კვლევას და აყალიბებს მომხმარებლის პროფილს (სამიზნე აუდიტორია); ✓ შეიმუშავებს წარმოების, გაყიდვებისა და მარკეტინგის გეგმას; ✓ იაზრებს გადაწყვეტილების მიღების და ბიზნესში ეთიკის მნიშვნელობას;
თავი VII შესყიდვები, წარმოება და გაყიდვები	✓ განმარტავს ნედლეულის შესყიდვის, წარმოებისა და რეალიზაციის ძირითად ეტაპებს მინიკომპანიის საქმიანობაში. ✓ ასხვავებს წარმოებასა და მწარმოებლურობას და ხსნის მათ მნიშვნელობას ბიზნესის ეფექტიანობისთვის. ✓ ახდენს ნედლეულის შესყიდვას, პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციას დადგენილი პროცედურებისა და ფორმების გამოყენებით. ✓ იყენებს გაყიდვების ძირითად ტექნიკებს პროდუქტის ან მომსახურების მომხმარებლისთვის შეთავაზებისას. ✓ აანალიზებს მომხმარებლის საჭიროებებსა და პროდუქტის/მომსახურების მახასიათებლებს გაყიდვების პროცესის გასაუმჯობესებლად. ✓ აანალიზებს წარმოების პროცესში გამოყენებულ რესურსებს (დრო, მასალები, შრომა) და მათ გავლენას შედეგზე. ✓ აფასებს დაგეგმილი გაყიდვების პროგნოზებს/გეგმებს ფაქტიურ შედეგებთან შედარებით. ✓ ამონიტორინგებს წარმოების პროცესს და აფასებს პროდუქციის ხარისხს დადგენილი კრიტერიუმების მიხედვით. ✓ ამზადებს გაყიდვების გეგმას/პროგნოზს განსაზღვრული სამიზნე მომხმარებლისთვის. ✓ ქმნის წინადადებებს წარმოების პროცესის გაუმჯობესებისა და მწარმოებლურობის ზრდის მიზნით.
თავი VIII მინიკომპანიის ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმები	✓ აკეთებს გათვლებს მინიკომპანიის ლიკვიდაციის ძირითად ეტაპებსა და აუცილებელ პროცედურებთან დაკავშირებით. ✓ იცის ლიკვიდაციის პროცესში საჭირო ძირითადი დოკუმენტები და ანგარიშები. ✓ ხსნის, თუ რატომ არის აუცილებელი მინიკომპანიის საქმიანობის ეტაპობრივი და ორგანიზებული დასრულება. ✓ განმარტავს ფინანსური ანგარიშების (მოგება-ზარალი, ბალანსი, ფულადი ნაკადები) მნიშვნელობას ლიკვიდაციის პროცესში. ✓ ასრულებს მინიკომპანიის ოპერაციულ საქმიანობას დადგენილი ინსტრუქციების შესაბამისად. ✓ ავსებს და იყენებს ლიკვიდაციისთვის აუცილებელი ფინანსურ და მმართველობით ფორმებს. ✓ ანალიზებს მინიკომპანიის ფინანსურ შედეგებს და ადგენს მოგებას ან ზარალს. ✓ ადარებს დაგეგმილ და ფაქტობრივ შედეგებს მინიკომპანიის საქმიანობის სხვადასხვა ეტაპზე. ✓ აფასებს მიღებულ სამეწარმეო გადაწყვეტილებებს და მათ გავლენას მინიკომპანიის საბოლოო შედეგებზე. ✓ მსჯელობს მოგების განაწილების სხვადასხვა ალტერნატივის უპირატესობებსა და შეზღუდვებზე. ✓ ამზადებს მინიკომპანიის საბოლოო წერილობით მოხსენებასა და პრეზენტაცია. ✓ მიღებული სამეწარმეო გამოცდილების საფუძველზე (სწავლა, კარიერა, ბიზნესი), ამუშავებს საკუთარი მომავლის გეგმას და ამზადებს დასაქმების პორტფოლიოს.

9. დამხმარე ჩანაწერები

9.1. რეკომენდაციები სწავლებისა და შეფასების ორგანიზებისთვის

მასწავლებლისთვის სარეკომენდაციო ფორმა (დაგეგმეთ თქვენი გაკვეთილები, თქვენი საჭიროების შესაბამისად დაამატეთ/გამოაკელით უჯრები

თემატიკა	სწავლის შედეგი #	სწავლება-სწავლის მეთოდი/მეთოდები	შეფასების მეთოდი/მეთოდები	მტკიცებულება/მტკიცებულებები მოსწავლის პორტფოლიოსთვის

დამატებითი რეკომენდაციები საგანის განხორციელებასთან დაკავშირებით (საჭიროების შემთხვევაში)

საგანში „მეწარმეობის საფუძვლები“, სწავლა-სწავლის შედეგები არ მიიღწევა თანმიმდევრობით. მათზე მუშაობა სხვადასხვა თემატურ კონტექსტებში, პარალელურად უნდა მიმდინარეობდეს.

საგნის განხორციელების ზოგადი კონცეფცია: მოსწავლეებს განუვითაროს მეწარმეობრივი ხედვა და მისცეს მოტივაცია, რომ თვითონვე წამოიწყონ პროექტი ან ბიზნესი. ასევე, მისცეს სათანადო ცოდნა და განუვითაროს უნარები, რათა მათ შეძლონ მცირე საწარმოს დაფუძნება, ოპერირება ან არსებული საოჯახო ბიზნესის ფუნქციონირებაში ცვლილებების შეტანა.

კურსის განმავლობაში, მოსწავლეები ირჩევენ სასურველი ბიზნესის სახეს და წერენ მარტივ ბიზნესგეგმას.

მოსწავლეებს დავალებები შესაძლებელია მიეცეთ ინდივიდუალურად ან ჯგუფურად. ჯგუფური მუშაობის შემთხვევაში, ჯგუფში მოსწავლეების რაოდენობა არ უნდა იყოს ხუთზე მეტი. ჯგუფმა უნდა განსაზღვროს მისი თითოეული წევრის პასუხისმგებლობა (ლიდერის როლი), ბიზნესპროექტის ამა თუ იმ კომპონენტის ფარგლებში, თუმცა, მუშაობა მის თითოეულ ნაწილზე მიმდინარეობს ჯგუფურად.

ჯგუფური მუშაობის შემთხვევაში, საბოლოო პროექტი წარმოადგენს მტკიცებულებას ჯგუფის ყველა წევრის შეფასებისათვის. შეფასების შედეგები ერთნაირია ჯგუფის ყველა წევრისათვის.

დაუშვებელია ისეთი მოსწავლის შეფასება, რომელიც არ მონაწილეობდა ან უარი განაცხადა ჯგუფში რომელიმე კომპონენტზე/დავალებაზე პასუხისმგებლობის აღებაზე.

საგანის ფარგლებში, შესაბამისი თეორიული მასალა უნდა მიეწოდოთ იმ დროს, როდესაც ამ მასალის გამოყენების პრაქტიკული შესაძლებლობა გაჩნდება ბიზნესგეგმაზე მუშაობის პროცესში.

მოსწავლეებს უნდა განემარტოთ, რომ ამ საგანის ფარგლებში, მათ უნდა შექმნან მიკრო ბიზნესი და მოამზადონ მარტივი ბიზნესპროექტი, რომელიც მათი შეფასების მთავარი ინსტრუმენტი და მტკიცებულება იქნება.

საგანის სწავლებისას, შესაძლოა სხვადასხვა მეთოდოლოგიური მიდგომების გამოყენება, მაგალითად როგორიცაა საგანმანთლებლო მიზნებისთვის, მოსწავლეების მიერ რეალური ბიზნესის წამოწყება, წლის ბოლოს კი მისი ოფიციალურად დარეგისტრირება.

საგანი ხელს შეუწყობს სხვა საგნებიდან/საგნობრივი ჯგუფებიდან ისეთი შედეგების მიღწევას. მეწარმეობის საფუძვლების სწავლება ეფუძნება საგანთაშორის კავშირებს და მისი შედეგების მიღწევა ძლიერდება სხვა საგნობრივი ჯგუფების მიერ განვითარებული კომპეტენციების ინტეგრირებით - განსაკუთრებით რაოდენობრივი აზროვნების, კომუნიკაციის, ციფრული წიგნიერების, მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობის, შემოქმედებითი აზროვნებისა და პრობლემის გადაჭრის მიმართულებით.

9.2 რეკომენდაციები სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების (სსსმ) და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე (შშმ) მოსწავლეების სწავლებისათვის

საჭიროების შემთხვევაში, სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე მოსწავლეებისთვის, საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ მუშავდება ინდივიდუალური სასწავლო გეგმა, რომელიც ეფუძნება საგანმანთლებლო დაწესებულის მიდგომებს და წარმოადგენს მის მოდიფიკაციას (მისაღწევი სწავლის შედეგების თვისობრივ ან რაოდენობრივ ცვლილებას) და/ან აკომოდაციას (სწავლებისა და შეფასების მიდგომებში ცვლილებას მისაღწევი სწავლის შედეგების ცვლილების გარეშე) და შესაბამისად, აზუსტებს სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე მოსწავლისთვის საჭირო დამატებით საგანმანათლებლო მომსახურებას.

ინდივიდუალური სასწავლო გეგმა გამოიყენება, როგორც სახელმძღვანელო სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე მოსწავლის საგანმანათლებლო პროცესის განხორციელებისთვის. ინდივიდუალური სასწავლო გეგმის ფარგლებში, სპეციალური საგანმანათლებლო საჭიროების მქონე მოსწავლის მიმდინარე შეფასება ხორციელდება ინდივიდუალურად, განსაზღვრულ მისაღწევ სწავლის შედეგებთან, ხოლო საბოლოო შეფასება და კრედიტების მინიჭება - საგანმანათლებლო პროგრამის/საგანის მოთხოვნებთან მიმართებით.

სწავლა-სწავლების ორგანიზება და მიდგომები

ზოგადი მიზანი

პროგრამის მიზანია, მოსწავლეებს გამოუმუშავოს მეწარმეობის პრაქტიკული უნარ-ჩვევები, გააცნოს მათ ბიზნესის და ეკონომიკის საფუძვლები მოქმედებაში (პრაქტიკაში), დაანახოს თავისუფალი მეწარმეობის ღირსებები, გაუჩინოს პროფესიონალად ჩამოყალიბების სურვილი და აქციოს ისინი თავისუფალ მოქალაქეებად დემოკრატიული საბაზრო ეკონომიკის მქონე საქართველოში.

პროგრამის პრინციპებია:

- კეთილსინდისიერება

ჩვენ ყველაფერს ვაკეთებთ იმისთვის, რომ მოვიპოვოთ და შევინარჩუნოთ მომხმარებლის ნდობა და პატივისცემა.

- პიროვნების პატივისცემა

ჩვენ პატივს ვცემთ იმ ადამიანებს, რომლებსაც დიდი წვლილი მიუძღვით ჩვენი ორგანიზაციის წინაშე.

- პირადი განვითარება

ჩვენ მოსწავლეებს, მოხალისეებსა და თანამშრომლებს ვაძლევთ, როგორც პირადი, ისე პროფესიული თვალსაზრისით ზრდის საშუალებას.

- მეწარმეული სულისკვეთება

ჩვენ ვაფასებთ ყველა იმ იდეას, რომელიც გვეხმარება პროდუქციის, მომსახურების თუ საქმიანობის განახლებასა და გაუმჯობესებაში.

- გუნდური მუშაობა

ჩვენ პატივს ვცემთ ისეთ პიროვნებებს, რომელთაც უყვართ გუნდთან ერთად მუშაობა.

- ლიდერობა

ეს სხვა არაფერია, თუ არა სხვა ადამიანებზე ზრუნვა, კეთილსინდისიერება, ტოლერანტობა და მიზნისაკენ გეგმაზომიერი სწრაფვა.

პროგრამის ზოგადი მიმოხილვა

პროგრამა შედგება 8 თავისგან.

პირველი თავი ეთმობა პროექტების მართვის უნარის განვითარებას. აქ წარმოდგენილი მასალით, ახალგაზრდები ისწავლიან პროექტის მართვის პროცესებსა და კონცეფციებს. აქვე მოცემულია შაბლონები, რომლებიც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ინდივიდუალური პროექტების შესრულებისთვის. ამ თავის გავლა ასევე შესაძლებელია პირდაპირ ონლაინ „პროექტის მენეჯმენტის“ ელექტრონული სწავლების მოდულით. მასალა დაყოფილია ხუთი პარაგრაფად , რომელთა ფარგლებში, სტუდენტები უფრო მეტს შეისწავლიან და გაიგებენ პროექტის მენეჯმენტისთვის საჭირო უნარების შესახებ. ასევე გაეცნობიან, თუ როგორ გამოიყენონ ეს უნარები საკუთარ სამეწარმეო საქმიანობაში. სასწავლო მასალა შემდეგნაირად არის გადანაწილებული: 1. პროექტის მენეჯმენტის შესავალი; 2. პროექტის ინიცირება; 3. პროექტის დაგეგმვა; 4. პროექტის განხორციელება, მონიტორინგი და კონტროლი; 5. პროექტის დასრულება. მოსწავლეები/სტუდენტები იძენენ ცოდნას პროექტის მენეჯმენტის სხვადასხვა ფაზების შესახებ, სწავლობენ, თუ როგორ უნდა მართონ პროექტი თავიდან ბოლომდე, ეცნობიან სხვადასხვა მოდელებსა და ინსტრუმენტებს, რომელთა გამოყენებაც შესაძლებელია პროექტის მიმდინარეობის დროს და ასევე სწავლობენ, როგორ უნდა ითანამშრომლონ დემოკრატიულად და სამართლიანად მთელი პროექტის განმავლობაში.

თავი 2. მეწარმეობა და იდეები, მეწარმეობის არსის გაგება, მოსწავლის მე-ს შეცნობა სამეწარმეო უნარებთან მიმართებით და სხვადასხვა იდეებზე დაფიქრებას მომავალი საქმიანობისთვის. ამ თავში მნიშვნელოვანია მოსწავლემ მოამზადოს საკუთარი მოკლე ბიოგრაფიული რეზიუმე - CV და დაგეგმოს მისი ცხოვრების ხაზი.

მე-3 თავიდან მე-8 თავის ჩათვლით, პროგრამა ითვალისწინებს კომპანიის მეთოდით კომპანიის პრაქტიკულად ჩამოყალიბებას, ფუნქციონირებასა და ლიკვიდაციას. მეწარმეობის სწავლების მეთოდი ”კომპანიის” საფუძველზე.

ამ თავებში განხილული მასალა ეფუძნება თანამედროვე ეკონომიკური და ბიზნეს მეცნიერების პრინციპებს და ქმნის ბიზნეს და ეკონომიკური ცნებებისა და კანონების პრაქტიკაში გამოყენების შესაძლებლობას. მოსწავლეები ერთად მუშაობენ, რეალურად აყალიბებენ ბიზნესს, რათა მეწარმეობის საფუძვლების პროგრამის ფარგლებში, პრაქტიკულად გამოსცადონ საქმიანობის წამოწყების, საქმის აწყობის, მართვისა და დასაქმების უნარები, თავად გააანალიზონ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის საჭიროება და შეძლონ ამ ინფორმაციის მოპოვება და პრაქტიკაში გამოყენება. თავდაპირველად, დაგეგმილი განრიგის საფუძველზე ხდება მოსწავლეთა მომზადება შემოქმედებით აზროვნებაში, იდეების გენერირებასა და სამუშაოს შესრულებაში სხვადასხვა სავარჯიშოების მეშვეობით, შუალედური ეტაპია კომპანიის ფორმირება. შემდგომი ეტაპები კი პროდუქციის ან მომსახურების წარმოება და რეალიზაცია, საბოლოო ეტაპია კომპანიის ლიკვიდაცია. მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რომ მოსწავლეთა მიერ დამზადებული პროდუქციის რეალიზაცია შესაძლებელია შეზღუდული ვადის განმავლობაში (მაქსიმუმ, სამი თვის მანძილზე).

პროგრამა არის მეწარმეობის სწავლების უნიკალური მეთოდი, რომელიც საშუალებას აძლევს მოსწავლეებს, რომ მიღებული განათლება რეალური ბიზნესპრობლემების გადასაწყვეტად გამოიყენონ.

პროგრამის ფარგლებში მოსწავლეები იკვლევენ ბაზარს, აგროვებენ კაპიტალს აქციების გაყიდვით, ამზადებენ და ყიდიან პროდუქციას, აწარმოებენ საქმიან დოკუმენტაციას.

პროგრამა ”კომპანია” ეს არის პრაქტიკული მეთოდი ისეთი ეკონომიკური ცნებების გასათავებლად, როგორებიცაა: მოთხოვნა, მიწოდება, ცვლადი და ფიქსირებული ხარჯები, კლებადი უკუგება, მწარმოებლურობა.

პროგრამა „კომპანია“ ”ჯუნიორ ეჩივმენტის” იგივე სახელწოდების პროგრამის ქართული ანალოგია. კვლევები აჩვენებს, რომ მოსწავლეებს ძალიან მოსწონთ ”კომპანიის” პროგრამაში მონაწილეობა. ყველა მასწავლებელი, რომელიც მეწარმეობის სწავლებისას იყენებს ”კომპანიის” პროგრამას, მას ბიზნეს და სამეწარმეო კურსის მნიშვნელოვან ნაწილად თვლის. ეკონომიკის და ბიზნეს ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების გარდა ”კომპანიის” პროგრამა უნდა დაეხმაროს მოსწავლეებს სამუშაოს მიმართ პასუხისმგებლობის გრძნობისა და ლიდერის თვისებების გამომუშავებაში.

კომპანიის პროგრამის საფუძველზე, მოსწავლეები ქმნიან რეალურ სასწავლო კომპანიას გარკვეული დროით, როგორც წესი სასწავლო წლის მანძილზე, რათა მისმა მონაწილეებმა მიიღონ პრაქტიკული უნარ-ჩვევები წარმოებისა და მართვის საკითხებში. მოსწავლეთა კომპანია ეხმარება მათ, პრაქტიკულად აითვისონ ბიზნესის მართვის ძირითადი ცნებები, რადგან თითოეულ მათგანს შეუძლია გახდეს აქციონერი და კომპანიის მმართველთა გუნდის წევრი. მოსწავლეები მონაწილეობას იღებენ მნიშვნელოვანი საქმიანი გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში და მუშაობენ ბიზნეს გეგმის შედგენაზე, ხოლო როგორც კომპანიის თანამშრომლებს, მათ შეუძლიათ მიიღონ ანაზღაურება, პროდუქციის წარმოებაში ან კომპანიის მართვაში მონაწილეობის საფუძველზე, კომპანია – ეს არის პრაქტიკული სამუშაო, რომელიც ავითარებს თავისუფალი მოქალაქის უნარ-ჩვევებს დემოკრატიულ, საბაზრო ეკონომიკაში. ის სტიმულს აძლევს მოქალაქეთა აქტივობას ყოველდღიურ ცხოვრებაში და უჩვენებს ახალგაზრდებს, რომ აუცილებელი არ არის მოელოდე “მყარ” ანაზღაურებას სახელმწიფოსაგან ან სხვა კერძო მეწარმისგან. იმისათვის რომ უზრუნველყო ღირსეული ცხოვრება შენთვის და შენი ოჯახისათვის, უნდა მოძებნო შენი ნიშა, ადგილი, საკუთარი საქმე ქვეყნის შიდა ბაზარზე. მცირე და საშუალო ბიზნესი – აი, რამ უნდა უბიძგოს კეთილდღეობისაკენ საქართველოს ეკონომიკას გარდამავალ პერიოდში.

კომპანია იქმნება მაქსიმუმ ერთი სასწავლო წლის ვადით, იმ შემთხვევაში, თუ ის სხვა სახის თეორიულ კურსთანაა ინტეგრირებული. პროგრამის მიმდინარეობისას საჭიროა კვირაში ერთი 2 საათიანი მეცადინეობა, 36 კვირის განმავლობაში. კომპანიის პროგრამა შესაძლებელია განხორციელდეს ასევე ნაწილობრივ და შემოიფარგლოს ბიზნეს-გეგმების მომზადებით.

შესაძლებელია, რომ კომპანიის პროგრამის განხორციელებაში ჩართოთ მოწვეული ბიზნეს-კონსულტანტი, მის ვიზიტებს გეგმავს მასწავლებელი და, პარალელურად, აკვირდება მოსწავლეების მოღვაწეობას სკოლის გარეთ.

კომპანიის პროგრამა შესაძლებელია, რომ განხორციელდეს მცირე გუნდებში, რომელთა შემადგენლობა 2 მოსწავლიდან 35 მოსწავლემდეა. ჩვეულებრივ, თუ პროგრამაში ჩართულია 15 მოსწავლეზე მეტი, უმჯობესია ჩამოყალიბდეს რამდენიმე კომპანია.

კომპანიები რეგისტრაციას გადიან JA Georgia-ს ოფისში, მათ ენიჭებათ ორგანიზაციის კოდი / და რეგისტრაციის სერტიფიკატი. გთხოვთ, დაუკავშირდეთ JA Georgia-ს წარმომადგენელს, ტელეფონი: 558 565 599; ელ-ფოსტა: jag@jag.ge.

სასწავლო კურსის განმავლობაში მოსწავლეები:

- სწავლობენ პროექტების მართვის საფუძვლებს;
- ამზადებენ სამუშაოს დაწყების პორტფოლიოს;
- მუშაობენ ერთად ბიზნესგეგმის შესამუშავებლად;
- ახდენენ კაპიტალის ფორმირებას აქციების გაყიდვის გზით;
- აწარმოებენ პროდუქციას ან მომსახურებას;
- ავითარებენ პროდუქციას ან მომსახურებას;
- ბაზარზე გააქვთ და რეკლამირებას უწევენ პროდუქციას ან მომსახურებას;
- ვაჭრობენ საჯაროდ;
- მართავენ კომპანიის ფინანსებს.

მოსწავლეები მონაწილეობას იღებენ გამოფენა-გაყიდვებში და შეჯიბრებებში. მნიშვნელოვანია, ყველა პროდუქტს ჰქონდეს ჯუნიორ ეჩივმენტის მინიკომპანიის სავაჭრო ნიშანი, რომელიც დაადასტურებს, რომ ის წარმოებულია სასწავლო პროგრამის ფარგლებში.

პროგრამა ეფუძნება სწავლებას კეთებით: მოსწავლეებმა უნდა იკისრონ პასუხისმგებლობა პირად სწავლაზე. პროგრამაში ჩართული ყველა მოსწავლე დირექტორია, თუმცა, როლს თავად ირჩევენ. კომპანია ეკუთვნით მოსწავლეებს – ისინი იღებენ გადაწყვეტილებებს სკოლის მიერ დაწესებული საზღვრების ფარგლებში. დირექტორთა საბჭოს სხდომების ჩატარება კვირაში ერთხელ. აუცილებელია, სხდომების ხანგრძლივობაზე შეთანხმდეთ პროგრამის დასაწყისში. პროგრამაში კომპანია მოიხსენება, როგორც **მინიკომპანია ან მოსწავლეთა კომპანია.**

პროგრამის განხორციელებას მნივშნელოვანია გაითვალისწინოთ საბაზისო წესები და რჩევები შემდეგი საკითხების შესახებ:

1. შემოსავლის შეზღუდვა;
2. სააქციო კაპიტალი;
3. სესხი;
4. საჩუქარი;
5. ხელფასები;
6. მართვა და ორგანიზება სკოლებში;
7. მასწავლებლის როლი

ქვემოთ იხილეთ „წესები და რჩევები“ დეტალურად. გთხოვთ ყურადღებით გაეცნოთ ქვემოთ მოცემულ ინფორმაციას:

1. შემოსავლების ზღვარი

მინიკომპანიის შემოსავლის ლიმიტირება უნდა იქნეს , შეთანხმებული პედაგოგთან და JA Georgia-სთან. ჩვეულებრივ, მან არ უნდა გადააჭარბოს დაუბეგრაობას ზღვარს. თუ მოსწავლეთა კომპანიას აქვს კარგი ბიზნეს იდეა და მან გამოიმუშავა ძალიან დიდი შემოსავალი, მონაწილეებმა იგი უნდა დაარეგისტრირონ რეალურ ბიზნესად.

2. სააქციო კაპიტალი

სააქციო კაპიტალი დადგენილი და შეთანხმებული უნდა იქნეს კომპანიის ფუნქციონირების დაწყებამდე. ერთი აქციის ღირებულება არ უნდა აღემატებოდეს 20 ლარს, ხოლო ერთ აქციონერს არ უნდა ჰქონდეს 10 აქციაზე მეტი. საწყისი კაპიტალის მაქსიმალური ზღვარია 2,000 ლარი.

3. სესხები

თუ მინიკომპანიას სჭირდება სესხი, ამის ნაცვლად უნდა იფიქროთ პრივილეგირებული აქციების გამოშვებაზე, სადაც აქციონერს არ ექნება ხმის უფლება, თუმცა ექნება მოგებიდან დივიდენდის მიღების უფლება. ჩვეულებრივ, მინიკომპანიებს არ შეუძლიათ, რომ ჰქონდეთ სააქციო კაპიტალზე მეტი თანხა საქმის წამოწყებისთვის. შესაძლებელია, წარმოების დაწყება ნაკლები ინვესტიციებით და წარმოების მცირე მოცულობით, შემდგომ კი მიღებული მოგების რეინვესტირება.

4. საჩუქრები

მინიკომპანიებს შეუძლიათ, რომ მიიღონ საჩუქრები/სპონსორობა ნედლეულზე ან მომსახურებაზე, მაგრამ ეს არ უნდა კლასიფიცირდეს, როგორც სააქციო კაპიტალი. მათ შეუძლიათ მიიღონ გამოფენა-გაყიდვებში მონაწილეობის თანხა (გამოფენა–გაყიდვის სპონსორისაგან), ბილეთი ან დახმარება რაიმე ამოცანის შესრულებისათვის (მასალების გამოფენა და სხვ.). საჩუქრები და სპონსორობა ჩართული უნდა იქნეს აღრიცხვასა და ანგარიშგებაში.

5. ხელფასები

ხელფასებზე შეთანხმება უნდა მოხდეს მანამ, სანამ დაიწყება წარმოება. რეკომენდებულია, რომ მათი გადახდა დაწესდეს საათობრივი გამომუშავების, დამზადებული პროდუქტის ან დახარჯული მასალის პროპორციული წილის მიხედვით. ამ გზით, მაღალი იქნება კომპანიის ლიკვიდურობა და დარჩება მეტი თანხა წარმოებაში ინვესტირებისათვის ან ნედლეულის შესაძენად. დიდი ფულის შოვნის შემთხვევაში, შესაძლებელია ხელფასების გაზრდა ან პრემიების დანიშვნა.

6. მართვა და ორგანიზება სკოლაში

მუშაობა JA მოსწავლეთა კომპანიაში შესაძლებელია გამოყენებული იქნეს თითქმის ყველა საგანმანათლებლო პროგრამასა და საგანთან ინტეგრაციაში. პირველი წლის მუშაობის და მიღებული გამოცდილების შემდეგ, მასწავლებელი შეძლებს დაინახოს მისი განხორციელების სხვადასხვა შესაძლებლობა. მნიშვნელოვანია, მოხდეს სკოლის ხელმძღვანელობის ინფორმირება, რადგან მათ შეუძლიათ მინიკომპანიებთან მუშაობა და მთელი წლის მუშაობის დაგეგმვა იმ პედაგოგებთან, რომლებიც ჩართული იქნებიან პროგრამაში.

რეკომენდებულია ერთზე მეტი მასწავლებლის ჩართვა სკოლაში ამ პროგრამის განსახორციელებლად. კომპანიის პროგრამა იძლევა ინტერდიციპლინური სწავლების შესაძლებლობებს. მნიშვნელოვანია, სასწავლო წლის დაგეგმვა იმ მასწავლებლებთან ერთად, რომლებიც ჩართულნი იქნებიან პროცესში, ასევე, სხვა მასწავლებლების ინფორმირება კომპანიის პროგრამის მუშაობის მეთოდზე, რათა მან გავლენა არ მოახდინოს მნიშვნელოვან თარიღებზე ან სემინარებზე. სავაჭრო გამოფენები და სხვა ღონისძიებები აღნიშნულ უნდა იქნეს სკოლის კალენდარში.

7. მასწავლებლის როლი

კომპანიის პროგრამის მთავარმა მეთოდმა „სწავლება კეთებით'' შესაძლოა, რომ მთლიანად შეცვალოს საკლასო ოთახში მასწავლებლის როლი. სასწავლო პროცესში თქვენ ცოდნის გადამცემიდან მოსწავლეთა მეგზურად გადაინაცვლებთ, შთააგონებთ, მოტივაციას გაუღვიძებთ და ეხმარებით მათ საკუთარი გზის პოვნაში. ამასთან, აკონტროლებთ, მიჰყვებით და აფასებთ მოსწავლეებს მუშაობის პროცესში. ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ თქვენ ყველაფრის ექსპერტი უნდა იყოთ, თქვენი მთავარი ამოცანაა, დაეხმაროთ მოსწავლეებს, თავად შეიძინონ ცოდნა. უჩვენოთ მათ, თუ სად შეუძლიათ იპოვონ კითხვებზე პასუხები. თქვენი, როგორც მასწავლებლის როლი, დამოკიდებულია იმაზეც, თუ პროცესის რომელ მონაკვეთზე არიან ისინი.

საწყის ეტაპზე, როდესაც ისინი კომპანიას აფუძნებენ, თქვენ უნდა იყოთ ინიციატორი და მამოტივირებელი იმისა, რომ მათ კარგი იდეები შეიმუშაონ.

კომპანიის დაფუძნების შემდეგ მოსწავლეები, როგორც წესი, უფრო მეტ პასუხისმგებლობას იღებენ საკუთარ თავზე, ამ ეტაპზე მნიშვნელოვანია ესაუბროთ კონფლიქტების მოგვარების შესაძლებლობებსა და გამოწვევების მიღებაზე.

კომპანიის ლიკვიდაციის ფაზაში, მათ შესაძლოა თქვენი დახმარება დასჭირდეთ ფორმალური პროცესების სწორად წარმართვაში. თქვენი ამოცანაა, მონიტორინგი გაუწიოთ სამუშაოს და დაეხმაროთ მოსწავლეებს მის სწორად შესრულებაში.

ამ დროისთვის, შესაძლოა, ისინი უკვე შეჩვეულნი იყვნენ პრობლემების გადაჭრას და იცოდნენ კიდეც, თუ სად მოიძიონ საჭირო ინფორმაცია.

8. მოხალისის როლი

თქვენ შეგიძლიათ მოიწვიოთ მოხალისე ბიზნეს სექტორიდან, რომელიც დაგეხმარებათ კომპანიის პროგრამის უკეთ წარმართვაში. მოხალისე უნდა იყოს მრჩეველი მთელი წლის განმავლობაში. მისი მთავარი ამოცანაა, გაუზიაროს მოსწავლეებს ცოდნა და გამოცდილება ბიზნეს სამყაროდან. მოხალისის მხარდაჭერა მნიშვნელოვანი და საჭიროა სხვადასხვა ფაზებში, მას შეუძლია:

- ხელი შეუწყოს და მიაღებინოს მოსწავლეებს გამოწვევა სხვადასხვა მიზნების დასახვისას;
- მოსთხოვოს მათ იდეათა გაფილტვრა, დასვას კითხვები და ყურადღებით მოუსმინოს მოსწავლეებს;
- ჩაერთოს დისკუსიებში;
- შესთავაზოს მათ ალტერნატივები, მაგრამ გადაწყვეტილების მიღება მოსწავლეებს მიანდოს;
- უბიძგოს მათ მოქმედებისკენ და მოითხოვოს შედეგები;
- გააკეთოს კონსტრუქციული შეფასებები;
- იყოს „კარის გამღები" და დაეხმაროს მოსწავლეებს საჭირო კონტაქტების მოძებნაში, ასევე, მისცეს რჩევები მომწოდებლებთან და კლიენტებთან ურთიერთობისათვის;
- მხარი დაუჭიროს და მოტივაცია აუმაღლოს მოსწავლეებს, დაეხმაროს მათ ბეჯითად მუშაობის საჭიროების გაგებაში მიზნების მისაღწევად;
- გახადოს ისინი ცნობადი სკოლის გარეთ, რაც მათ თვითდაჯერებულობას გაზრდის;
- გააანალიზებინოს მოსწავლეებს, თუ რა ისწავლეს.

მოხალისესთან სასწავლო წლის მანძილზე რეგულარული ურთიერთობა ძალიან სასარგებლოა, განსაკუთრებით საწყის ეტაპზე. მოხალისე უნდა ესწრებოდეს ოფიციალურ შეხვედრათა უმრავლესობას. მოსწავლეებთან გასატარებელი დრო დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად სწორად მიდიან ისინი წინ და რამდენად სჭირდებათ მათ მოხალისის დახმარება, თუმცა შეხვედრების ხანგრძლივობა არ უნდა იყოს თვეში 2-4 საათზე ნაკლები. კონტაქტი შესაძლებელია ელ-ფოსტის, სატელეფონო ზარების და ღონისძიებებში მონაწილეობის გზით.

წლის განმავლობაში მათ შესაძლოა, ჰქონდეთ რამდენიმე კრიტიკული მომენტი და მნიშვნელოვანია, რომ რაც შეიძლება სწრაფად დაეხმაროთ ამ მომენტების გადალახვაში.

კრიტიკული მომენტები შესაძლოა, იყოს:

- ✓ დაწყება და იმის გაცნობიერება, რომ შეუძლიათ დააფუძნონ კომპანია;
- ✓ საბუთებთან მუშაობის დაწყება, განსაკუთრებით ბიზნეს გეგმის შედგენა;
- ✓ კომპანიის თანამშრომლების შერჩევა და განსხვავებული როლების გათავისება;
- ✓ მომენტი, როდესაც პროდუქცია არ "მუშაობს" და მოსწავლეებს უჭირთ მიზეზების ან პასუხისმგებლობების დადგენა;
- ✓ როდესაც მათ აქვთ აღმასრულებელ გენერალურ დირექტორთან დაკავშირებული კონფლიქტი;
- ✓ აღრიცხვა და ანგარიშგება;
- ✓ სავაჭრო გამოფენებისა და შეჯიბრებებისთვის მზადება;
- ✓ ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმების დასახვა.

მინიკომპანიის დაფუძნებების ეტაპებია

- ➢ კომპანიის პროგრამის კონცეფციის პრეზენტაცია - ინფორმირება და მოტივაცია;
- ➢ ჯგუფების შექმნა;
- ➢ იდეის განვითარება;
- ➢ ბიზნესიდეის ფორმირება;
- ➢ კომპანიის სახელის შერჩევა;
- ➢ როლების განაწილება და მომუშავეთა დაქირავება;
- ➢ მოხალისის შერჩევა და კავშირების შექმნა;
- ➢ საწყისი კაპიტალი;
- ➢ პირველი შეხვედრა და ნორმატიული აქტები;
- ➢ რეგისტრაცია JA Georgia-ში.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი დეტალურად:

კომპანიის პროგრამის პრეზენტაცია - ინფორმირება და მოტივაცია

მოსწავლეთა ინფორმირება უნდა მოხდეს რაც შეიძლება ადრე. მათ უნდა ჰქონდეთ საჭირო და რეალური ინფორმაცია მოსწავლეთა კომპანიაში მიმდინარე პროცესებზე. კარგი პრეზენტაცია მოსწავლეებში გააღვივებს ინტერესს და აამაღლებს მათ მოტივაციას.

იდეები მოსწავლეთა მოტივირებისათვის:

- აჩვენეთ მოსწავლეებს შეჯიბრების ან სავაჭრო გამოფენის ვიდეო, მსგავსი ვიდეოები შეგიძლიათ იხილოთ YouTube–ზე;
- წაიყვანეთ მოსწავლეები სავაჭრო გამოფენაზე ან ადგილობრივ შეჯიბრებაზე;

- განიხილეთ მათთან ერთად გასული წლების მოსწავლეთა კომპანიების იდეები;
- მოსწავლეთა შთაგონებისთვის, მოიწვიეთ ადგილობრივი ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლები და მეწარმეები;
- მოიწვიეთ წინა წლის მოსწავლეთა კომპანიის მონაწილეები საკუთარი გამოცდილების გასაზიარებლად.

ჯგუფების შექმნა

მინიკომპანიაში მუშაობა - გუნდური მუშაობაა. საუკეთესო შემთხვევაში, ჯგუფი 5-6 წევრისაგან შედგება, თუმცა შესაძლებელია, უფრო დიდი გუნდების არსებობაც. პატარა ჯგუფებში მუშაობა უფრო ადვილი და ეფექტურია, მონაწილეები მეტად არიან ჩართული პროცესში და არსებობს სწავლის უფრო მეტი შესაძლებლობა. თუმცა, თუ ბიზნესს, სპეციფიკიდან გამომდინარე, ესაჭიროება დამატებითი სამუშაო ძალა, შესაძლებელია დიდი გუნდის ფორმირებაც.

კარგი გუნდური მუშაობა გულისხმობს, მოსწავლეების თანამშრომლობას და ერთმანეთთან კომუნიკაციაში ყოფნას მნიშვნელოვან საკითხებზე, რომ ისინი თანხმდებიან კომპანიის მიმართულებაზე და მოძრაობენ საერთო მიზნისკენ.

მნიშვნელოვანია, რომ საქმიანობაში ჩართული იყოს გუნდის თითოეული წევრი. კომპანიის წარმატებისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, რომ თითოეულმა მათგანმა აიღოს თავზე პასუხისმგებლობა და მნიშვნელოვნად იგრძნოს თავი ჯგუფში.

სავარჯიშოები საკლასო ოთახში გამოსაყენებლად:

- ✓ განსაზღვრეთ ცუდი და კარგი მსმენელები;
- ✓ განსაზღვრეთ, რისი კეთება შეგიძლიათ ყველაზე კარგად;
- ✓ განსაზღვრეთ თქვენი პიროვნული თვისებები;
- ✓ შეადგინეთ თანამშრომლობის ხელშეკრულება და განსაზღვრეთ, როგორ იმუშავებთ ერთად მოსწავლეთა კომპანიაში;
- ✓ შეადგინეთ კონტრაქტი „როგორ ვიმუშაოთ ერთად".

ბიზნესიდეის ფორმირება - შემოქმედებითობის განვითარება

იდეის ჩამოყალიბება სახალისო, შემოქმედებითი პროცესია. ეს არის ფაზა, სადაც გამოიცდება მოსწავლის შემოქმედებითი უნარები.

მნიშვნელოვანია, მზად იყოთ, როგორც მასწავლებელი და გამოსცადოთ მეთოდები, რომელთა გამოყენებასაც აპირებთ საკლასო ოთახში. თქვენი ამოცანაა, შთააგონოთ მოსწავლეები და შესაძლებლობის ფარგლებში დაეხმაროთ მათ, რომ გააგრძელონ იდეათა განვითარება.

არ არის რეკომენდებული მათთვის თქვენი საკუთარი იდეების შეთავაზება. სჯობს, ცოტა მეტი დრო მისცეთ და დაუსვათ კითხვები, რომლებიც მათ ამ პროცესში დაეხმარება.

ეს არის ფაზა, რომლის განმავლობაშიც ხდება ახალი შესაძლებლობების აღმოჩენა, ახალი იდეების ფორმირება და გუნდური მუშაობა.

რამდენიმე შემოქმედებითი მეთოდი. ორგანიზების ერთ-ერთი ყველაზე მარტივი მეთოდია გონებრივი იერიში. მისი მიზანია, რაც შეიძლება მეტი იდეის ფორმირება ნულოვანი კრიტიკის ფონზე ნებისმიერი იდეის მიმართ. ამ ფაზაში განხილვა და კრიტიკა სასტიკად აკრძალულია.

გონებრივი იერიშის დაწყებამდე, აუცილებელია ძირითადი წესების დადგენა. ეს არ ნიშნავს საზღვრების ისე დაწესებას, რომ შეუძლებელი იყოს გართობა და შეიზღუდოს შემოქმედებითი თავისუფლება. ეს ნიშნავს, რომ ადამიანთა ეფექტიანი ურთიერთთანამშრომლობისთვის გარკვეული სახელმძღვანელო წესებია შემუშავებული. როდესაც ეს სახელმძღვანელო წესები ირღვევა, ადამიანები კარგავენ შემოქმედებითობას.

რამდენიმე ძირითადი წესი:

- ✓ **ფოკუსირდება რაოდენობაზე:** რაც მეტია გენერირებული იდეების რაოდენობა, მით მეტია ეფექტიანი გადაწყვეტილების მიღების შანსი.
- ✓ **კრიტიკისგან თავის შეკავება:** გონებრივი იერიშის გამოყენებისას გენერირებული იდეების გაკრიტიკება გვერდზე გადადეთ. ამის ნაცვლად, მონაწილეებმა ფოკუსირება უნდა მოახდინონ ერთმანეთის იდეების გაშლასა და მათთვის საკუთარი იდეის მიმატებაზე, ხოლო კრიტიკა შემოინახონ პროცესის მომდევნო - „კრიტიკის საფეხურისთვის". კრიტიკის აკრძალვისას მონაწილეები ხდებიან უფრო თავისუფალნი და ხდება უჩვეულო იდეების გენერირება.
- ✓ **უჩვეულო იდეების მიღება:** ვრცელი და კარგი ჩამონათვალის მისაღებად, უჩვეულო იდეები ყველაზე მისასალმებელია. არსებობს გიჟური იდეები, შეხედეთ მათ განსხვავებული პერსპექტივიდან.
- ✓ **იდეების გაერთიანება და განმტკიცება:** კარგი იდეების გაერთიანება შესაძლებელია ერთი, საუკეთესო იდეის გენერირებისათვის, რასაც გვთავაზობს სლოგანი "1+1=3". ეცადეთ, ერთმანეთს მიუსადაგოთ განსხვავებული იდეები.

მასალები საკლასო ოთახში გამოსაყენებლად:

- ✓ ექსპერტის შემოქმედებითობა;
- ✓ თქვენი სამიზნე ჯგუფია გზა, რომლის საშუალებითაც იდეებზე იმუშავებთ;
- ✓ იფიქრეთ ბიზნეს იდეის შემუშავების საკუთარ გზაზე;
- ✓ შემთხვევითი სიტყვები - შემოქმედებითობის სავარჯიშო;
- ✓ შემოქმედებითი ბარათების არჩევა - სავარჯიშო მასწავლებლებისთვის.

იდეების შეფასება

მას შემდეგ, რაც მოსწავლეები დაასრულებენ შემოქმედებით პროცესს, მნიშვნელოვანია შეაჯეროთ და დაახარისხოთ იდეები პრიორიტეტულობის მიხედვით. ზოგი მათგანი შესაძლოა, უარყოფილ იქნეს მყისიერად. სთხოვეთ მოსწავლეებს, განიხილონ თითოეული იდეა და დაასახელონ, მათი აზრით, რომელ მათგანს აქვს პოტენციალი.

არსებობს იდეათა შეფასების რამდენიმე გზა:

PMI არის იდეის დადებითი და უარყოფითი ასპექტების პოვნა. მიეცით მოსწავლეებს სამი წუთი დადებით მხარეების და სამი წუთი უარყოფით მხარეების პოვნისთვის. ამის შემდეგ, ორი წუთი იმის განსაზღვრისთვის, არის თუ არა ეს საინტერესო და შემდეგ გააგრძელებინეთ იდეაზე მუშაობა.

სვოტ (SWOT) ანალიზი არის სტრუქტურირებული დაგეგმვის მეთოდი ძლიერი მხარეების, სისუსტეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების გასაანალიზებლად, რომელიც გამოიყენება იდეის, პროექტის ან ბიზნესის შეფასებისთვის. სვოტ (SWOT) ანალიზი შეიძლება განხორციელდეს პროდუქტის, ადგილის, ინდუსტრიის ან ადამიანისათვის.

- **ძლიერი მხარეები:** ბიზნესის ან პროექტის მახასიათებლები, რომლებიც განაპირობებენ სხვებთან შედარებით მის უპირატესობას. შეხედეთ იდეის ძლიერ მხარეებს. რას მოიტანს იდეა ბაზარზე? არის თუ არა ის ინოვაციური? შეგვიძლია თუ არა ვაწარმოოთ პროდუქტი დაბალ ფასად?
- **სისუსტეები:** მახასიათებლები, რომლებიც გუნდს, სხვებთან შედარებით არაუპირატეს მდგომარეობაში აყენებს. მაღალი საწარმოო ხარჯი? არამოთხოვნადი პროდუქცია? ძლიერ მარკეტინგზე მოთხოვნა?
- **შესაძლებლობები:** ელემენტები, რომლითაც პროექტმა შეიძლება მოიპოვოს უპირატესობები. ეს არის ახალი და განსხვავებული ბაზრების, სამიზნე ჯგუფების, ახალი გზების ძიება პროდუქტის წახალისების ან გავრცელებისათვის.
- **საფრთხეები:** გარეშე ფაქტორები, რომლებმაც შეიძლება გამოიწვიონ პრობლემები ბიზნესში ან პროექტში. შესაძლებელია, უკვე არის ვიღაც, ვინც აწარმოებს მსგავს პროდუქციას, სთავაზობს მას უფრო დაბალ ფასად ან არსებობს გარკვეული კანონები და რეგულაციები, რომლებიც ართულებენ კონკრეტული პროდუქციის წარმოებას.

შესაბამისად, მოსწავლეებს შეუძლიათ, განსაზღვრონ, თუ რა ცვლილებებია შესატანი იდეაში, განაგრძონ მასზე მუშაობა ან უარყონ ის.

იდეის განვითარებისას მათ სჭირდებათ ფოკუსირება პროდუქტის ან მომსახურების სამიზნე ჯგუფზე, თუ რა სახის საჭიროებებს მოიცავს და რა სარგებელს მოუტანს პროდუქტი მომხმარებელს/სამიზნე ჯგუფს.

სოციალური მეწარმეობა

სულ უფრო მეტი მინიკომპანია ერთვება სოციალურ მეწარმეობაში. მათ სურთ, გაერთიანების საფუძველზე, გადაჭრან სოციალური პრობლემები. ეს კომპანიები ფოკუსირებული არიან ორმაგ მიზანზე: იშოვნონ ფული და ამასთან, განახორციელონ სოციალური ცვლილებები. ხშირად ვხედავთ, რომ სოციალურ მეწარმეობაში ჩართული კომპანიები გაცილებით დიდი ენთუზიაზმით მუშაობენ. სოციალური მეწარმეობა არის ბიზნესის ზრდა, რომელსაც შეუძლია, მოიტანოს გასაოცარი შედეგები ახალგაზრდული წამოწყებისთვის. ზოგიერთი კომპანია იღებს გადაწყვეტილებას , რომ თანხის ნაწილი მოახმაროს ქველმოქმედებას. თქვენ შეგიძლიათ გამოიყენოთ სოციალური მეწარმეობის პროგრამის ზოგიერთი სავარჯიშო, მაგალითად ემპათიის კანვასი, ან სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელი თუ სოციალური საწარმოს შექმნას გადაწყვიტავთ.

პროდუქტის ან მომსახურების შერჩევა

პროდუქციის ან მომსახურების შერჩევა არის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება, რომელსაც იღებს კომპანია. უნდა უზრუნველყოთ, რომ გადაწყვეტილების მიღებაზე სათანადო დრო დაიხარჯოს და მოსმენილ იქნეს კომპანიის ყველა წევრის მოსაზრება.

შეაგულიანეთ მოსწავლეები, არ აირჩიონ საცალო გაყიდვები (იყიდონ და გაყიდონ სხვის მიერ წარმოებული პროდუქცია), რაც ალბათ ყველაზე იოლი გზაა. მათ შეუძლიათ სცადონ, რომ იყვნენ უფრო ინოვაციურები პროდუქციის ან მომსახურების არჩევისას.

ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე კითხვა, რომლებზეც მათ შეუძლიათ იფიქრონ პროდუქტის ან მომსახურების განხილვისას:

- ✓ არის თუ არა მოთხოვნა თქვენს პროდუქტზე ან მომსახურებაზე?
- ✓ რა ტიპის მომხმარებელი შეიძენს თქვენს საქონელს ან მომსახურებას? გაქვთ თუ არა კარგი შესაძლებლობები, რომ იყოთ ეფექტურები ბაზარზე ?
- ✓ შექმნიან და გაყიდიან თუ არა თქვენი კომპანიის წარმომადგენლები პროდუქტს ან მომსახურებას?
- ✓ გაქვთ თუ არა საშუალება, რომ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება გაიყიდოს საჯაროდ?
- ✓ ხომ არ არღვევს თქვენი პროდუქცია ვინმეს საავტორო უფლებებს?
- ✓ როგორ აწარმოებთ თქვენ პროდუქციას?
- ✓ როგორი იქნება პირდაპირი და არაპირდაპირი ხარჯი თქვენი პროდუქტის შექმნისას ან მომსახურების გაწევისას?
- ✓ მიიღებთ თუ არა მოგებას პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვით ?
- ✓ აწარმოებს თუ არა ვინმე მსგავს პროდუქტს ან მომსახურებას? რითი იქნებით მათგან განსხვავებული?
- ✓ გაქვთ თუ არა შესაძლებლობა, რომ შემდეგი წლისათვის მოახდინოთ პროდუქტის ან მომსახურების დივერსიფიკაცია?

რა არის ინოვაცია?

ინოვაცია არის ახალი იდეების წარმატებული ექსპლუატაცია. ამისათვის სულაც არ არის აუცილებელი ახალი პროდუქტის ან მომსახურების გამოშვება. ყველაზე რადიკალური ინოვაცია ორგანიზაციისათვის ხშირად ბიზნესპროცესები და მათი მართვაა. ეს არის ინოვაციები, რომლებიც ცვლიან უკვე არსებულ გზებს და არაპირდაპირი სარგებლით აუმჯობესებენ ბიზნესს.

ინოვაციები კომპანიებისათვის წარმოუდგენლად მნიშვნელოვანია იმ მიზნით, რომ სწრაფად განვითარებადი ტექნოლოგიების მსოფლიო ბაზარზე ისინი იყვნენ კონკურენტულები და წარმატებულები. კომპანიის პროგრამა უზრუნველყოფს მოსწავლეებისთვის შესაძლებლობას, შეხედონ ბიზნესს სხვაგვარად და ინოვაციების, ახალი იდეებისა და შემოქმედებითი მიდგომის წყალობით, შექმნან ახალი, წარმატებული საწარმო.

კომპანიის სახელი

კომპანიის სახელი უნდა იყოს შექმნილი მანამ, ვიდრე გაიმართება პირველი შეხვედრა, რადგან ის გამოყენებული უნდა იქნეს წესდების შედგენისას. შეუძლებელია, მოსწავლეებმა გამოიყენონ ტერმინი „შპს“ ან მსგავსი რამ მინიკომპანიისათვის სკოლაში, ვინაიდან მომხმარებელმა შეიძლება იფიქროს, რომ ეს რეალური კომპანიაა. მინიკომპანიებმა ყოველთვის უნდა გამოიყენონ აბრევიატურა „CP“ (კომპანიის პროგრამა) სახელწოდების წინ ან შემდეგ, ან შეიტანონ „მინიკომპანია“ სახელწოდებაში სრულად.

ისინი უნდა დარწმუნდნენ, რომ სახელს, რომელსაც შეარჩევენ, არავინ იყენებს რეალურ ბიზნეს-სამყაროში.

როლები მოსწავლეთა კომპანიაში

თითოეულ ადამიანს აქვს კარგი თვისებები განსხვავებული მიმართულებით. ზოგი შემოქმედებითი უნარებით არის დაჯილდოვებული, ზოგს ადამიანთა მართვა შეუძლია, ზოგს კი ვაჭრობა ეხერხება.

პროექტების წარმართვაში ზოგს ლიდერის, ზოგს კი შემსრულებლის როლი ერგება. ყველა განსხვავებულია და ეს არის ის, რაც მოსწავლეებმა უნდა დაინახონ და რასაც პატივი უნდა სცენ კომპანიაში.

ამოსავალი წერტილი უნდა იყოს ისეთი ბიზნესის შექმნა, სადაც მათ ეყოლებათ ადამიანები განსხვავებული უნარ–ჩვევებით და სადაც ყველა გააუმჯობესებს ერთმანეთს.

მინიკომპანიების მონაწილეებმა უნდა გაინაწილონ სულ მცირე სამი როლი:

- აქციონერი;
- საბჭოს წევრი;
- მუშაკი/დასაქმებული.

ქვემოთ განხილულია თითოეული მათგანის წვლილი კომპანიაში:

1. აქციონერი

- აქციონერები ფლობენ კომპანიას. ყველა მოსწავლეს კომპანიაში უნდა ჰქონდეს მინიმუმ ერთი აქცია.

2. საბჭოს წევრი

საბჭო:

- შედგება კომპანიის ყველა მონაწილისგან
- ნიშნავს კომპანიის გენერალურ მენეჯერს
- იღებს ბიზნესისთვის ყველა მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებას
- აქვს ცენტრალური როლი კომპანიაში სტრატეგიის შემუშავების, ხედვის ფორმირების და ძირითადი მიზნების დასახვისას.

საბჭო დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ კომპანია სასურველი მიმართულებით მიდის. მისმა წევრებმა ასევე მუდმივად უნდა აკონტროლონ ფინანსური მდგომარეობა. თავმჯდომარე, რომელიც ხელმძღვანელობს შეხვედრებს, აირჩევა საბჭოს წევრებიდან (იგი არ უნდა იყოს გენერალური დირექტორი).

3. მუშაკი/დასაქმებული

იმისთვის, რომ მოსწავლეებმა გადაინაწილონ განსხვავებული როლები და პოზიციები, მათ მთლიანობაში უნდა გადახედონ ბიზნეს იდეას. ყველა პატარა კომპანიას ჰყავს გენერალური დირექტორი/მენეჯერი. უფრო მეტიც, CP კომპანიებს ჰყავთ ფინანსური დირექტორი/მენეჯერი, ადამიანური რესურსების დირექტორი/მენეჯერი, გაყიდვების და მარკეტინგის დირექტორი/მენეჯერი. თუ ისინი აწარმოებენ საკუთარ პროდუქციას, ჩვეულებრივ, უნდა ჰყავდეთ წარმოების და შესყიდვების მენეჯერები. თუ მათი მიზანი მზა პროდუქციის ყიდვა–გაყიდვაა, აუცილებლად დასჭირდებათ შესყიდვების მენეჯერი. როგორც ხედავთ, ბიზნეს იდეა ნაწილობრივ აკონტროლებს, რა სამუშაო ადგილები სჭირდებათ მოსწავლეებს კომპანიაში. მმართველი გუნდის პოზიციების სახელების მოდიფიცირება შესაძლებელია თქვენი სურვილის მიხედვით, მაგალითად, დირექტორების ნაცვლად, შეიძლება დაარქვათ პრეზიდენტი და ვიცეპრეზიდენტები.

განაცხადი სამსახურისთვის

თუ საბჭო გადაწყვეტს, მენეჯერმა უნდა გაავრცელოს ინფორმაცია სამუშაო ადგილების შესახებ და დაგეგმოს აპლიკაციების გადარჩევისა და ინტერვიუების პროცესი. დაინტერესებულმა პირებმა აპლიკაცია უნდა წარუდგინონ საბჭოს თავმჯდომარეს, მმართველ დირექტორს ან მასწავლებელს. აპლიკაციამ უნდა აჩვენოს, რამდენად შეესაბამება აპლიკანტი სამუშაოს მოთხოვნებს. ის უნდა მოიცავდეს CV- ს, დიპლომებს, სერტიფიკატებსა და რეკომენდაციებს.

სამუშაოზე აყვანის ინტერვიუ

საუკეთესო აპლიკანტებს, როგორც წესი, იწვევენ გასაუბრებაზე. ინტერვიუს ორი მიზანი აქვს: პირველ რიგში, დამსაქმებელს სურს, უფრო კარგად გაიცნოს პოტენციური თანამშრომელი. აგრეთვე, დამსაქმებელი ადარებს ინტერვიუს დროს მიღებულ შთაბეჭდილებას აპლიკაციაში ასახულ მონაცემებთან. ინტერვიუ კომპანიაზე უფრო მკაფიო წარმოდგენას უქმნის თავად აპლიკანტს.

ინტერვიუებს ატარებს გენერალური დირექტორის ან საბჭოს თავმჯდომარის შემთხვევაში მთელი კლასი მასწავლებლის ან მოხალისის ფასილტაციით. ეს პროცესი სხვა ინტერვიოებისას წარიმართება/დაორგანიზდება მისი უშუალო მმართველობით.

კონტრაქტი

საბჭო საბოლოოდ ამტკიცებს თანამშრომლებს სხვადასხვა პოზიციებზე. ყველა მოსწავლეს უნდა ჰქონდეს ხელმოწერილი კონტრაქტი. ინტერვიუების ჩატარების შემდეგ, საბჭომ უნდა დანიშნოს ოფიციალური შეხვედრა თანამშრომლებთან. კონტრაქტის პირობებს ორივე მხარე უნდა ეთანხმებოდეს.

თქვენ შეიძლება სთხოვოთ მოსწავლეებს, დაწერონ მოკლე აპლიკაცია იმ სამუშაოსთვის, რომლის მიღებაც სურთ, ასევე, მათ შეუძლიათ, იმუშაონ CV-ის წერაზე. დაეხმარეთ მოსწავლეებს კომპანიის ფორმალური სტრუქტურის შექმნაში, თანამშრომელთა დაქირავების პროცესის ჩათვლით.

ხელფასები

მოსწავლეებმა უნდა მიიღონ ანაზღაურება შესრულებული სამუშაოსთვის. საბჭო თანხმდება სამუშაო დროის ხანგრძლივობაზე და ჯილდოებზე. როგორც წესი, საათობრივი ანაზღაურება დაბალია კაპიტალის გაზრდის მიზნით და მოსწავლეებს უნდა შეახსენოთ, რომ ფული, რომელსაც ისინი საკუთარ თავს გადაუხდიან, გათვალისწინებული იქნება მათ მიერ შექმნილი პროდუქციის ან მომსახურების ფასში. შესაძლოა, ხელფასები გადახდილი იქნეს ყოველთვიურად.

მოხალისე

მოხალისე უნდა იყოს გარეშე პირი, რომელიც იქნება გზამკვლევი და მრჩეველი მოსწავლეებისთვის. მოხალისის მთავარი ამოცანაა, გაუზიაროს მოსწავლეებს საკუთარი ცოდნა და გამოცდილება რეალური ბიზნეს სამყაროდან და ჩამოუყალიბოს მათ ბიზნესის მუშაობის ხედვა. ის გამოდის ორგანიზატორის როლში. მნიშვნელოვანია, რომ მოხალისე არ ეხმარება მოსწავლეებს კომპანიის მართვაში, არამედ ახდენს მათ მოტივირებას, ფოკუსირებას და ხელმძღვანელობას. მოხალისე უნდა ესწრებოდეს ყველა ოფიციალურ შეხვედრას, რათა ფლობდეს სწორ ინფორმაციას კომპანიის შესახებ.

ყველა მინიკომპანიას უნდა ჰყავდეს მინიმუმ ერთი მოხალისე ადგილობრივი ბიზნეს სექტორიდან.

შესაძლოა, მოსწავლეებმა თავად მოიძებნონ ის. თუმცა, უფრო ხშირად მათ დახმარება სჭირდებათ.

საწყისი კაპიტალი

იმისთვის, რომ გადაიხადოს წინასწარი ხარჯები და აწარმოოს ის, პროდუქტი რასაც შემდომში გაყიდის, კომპანიას სჭირდება საწყისი კაპიტალი.

მოსწავლეებმა უნდა შეაფასონ პირდაპირი საჭიროებები და გადაწყვიტონ, როგორ დააფინანსებენ მათ. უნდა ახსოვდეთ, ეს შეიძლება მოხდეს მანამ, ვიდრე შესაძლებლობა ექნებათ, მომხმარებელს მიჰყიდონ პროდუქცია.

მათ შეუძლიათ, ფული მოიზიდონ კომპანიის აქციების გაყიდვით. უთხარით, ფრთხილად მოიქცნენ ნებისმიერი სახის სესხთან მიმართებაში. მინიკომპანიამ უნდა იპოვნოს ვინმე, ვინც მზად იქნება იყოს სესხის გარანტორი.

მოსწავლეებმა ფრთხილად უნდა განსაზღვრონ საჭირო თანხის ოდენობა. მისმა მცირე რაოდენობამ შეიძლება გამოიწვიოს ფინანსური პრობლემები, ხოლო სახსრების გადაჭარბებით შეიძლება არაეფექტურად იქნეს გამოყენებული აქციონერთა ფონდები. უნდა ახსოვდეთ, რომ როდესაც კომპანია იხურება, აქციონერები ელოდებიან ჩადებული თანხის ამოღებას.

ხელმძღვანელი გამოსცემს „აქციათა წიგნს“ და ყურადღებით იწერს თითოეული გამოშვებული აქციის სერიულ ნომერს.

მოსწავლეთა კომპანიები ზრდიან კაპიტალს „ჩვეულებრივი აქციების“ გამოშვებით. არსებობს დადგენილება კაპიტალის მაქსიმუმისა, რომელიც შეიძლება შეივსოს აქციების გაყიდვით. აქციების გაყიდვა შესაძლებელია მეგობრებზე, ნათესავებსა და ნაცნობებზე (მათ შორის მასწავლებლებსა და მრჩევლებზე).

- ყველა მოსწავლე უნდა იყოს აქციონერი.
- არცერთი აქციონერი არ უნდა ფლობდეს აქციათა დადგენილ რაოდენობაზე მეტს.
- მოსწავლეებმა ყურადღებით უნდა აწარმოონ აქციების წიგნი და იყვნენ მზად, საჭიროების შემთხვევაში გადასცენ ის აღრიცხვის მიზნებისათვის. ყველა არ გაყიდული აქცია უკან უნდა დაუბრუნდეს კომპანიის ხელმძღვანელს.

- აქციების გაყიდვისას, მოსწავლეებმა ყურადღებით უნდა ჩაიწერონ თითოეული ტრანზაქციის დეტალები ყოველი აქციისათვის. ეს ინფორმაცია ქმნის აქციათა რეესტრის საფუძველს, რომელსაც ინახავს ხელმძღვანელი.

მათ ასევე შეუძლიათ მოლაპარაკებები აწარმოონ მომწოდებლებთან ფასდაკლებების თაობაზე, შესაბამისად, ნაკლები იქნება კომპანიისთვის საჭირო საწყისი კაპიტალი.

მინიკომპანიის ოფიციალური დაფუძნება

მინიკომპანიის დაფუძნებას უნდა ჰქონდეს ოფიციალური სახე.

კომპანიის ყველა მონაწილე მოწვეულ უნდა იქნეს პირველშეხვედრაზე და მოწვევა უნდა განხორციელდეს სატელეფონო ზარის საშუალებით, რამდენიმე დღით ადრე. ასევე, მოწვეულ უნდა იქნეს მოხალისე.

მოსწავლეებმა უნდა მოამზადონ დოკუმენტები, დაუგზავნონ წერილობითი მოწვევა დამფუძნებლებს / მესაკუთრეებს, მასწავლებელს და მოხალისეს.

მოხალისეს და მასწავლებელს არა აქვთ ხმის უფლება. თუმცა, შეუძლიათ აზრი გამოთქვან შეხვედრის მიმდინარეობისას.

შეხვედრისთვის მზად უნდა იყოს:

- კომპანიის სახელი;
- დამფუძნებელთა სახელები და მისამართები.

შეხვედრის მიმდინარეობისას მოსწავლეებმა უნდა:

- დაამტკიცონ სადამფუძნებლო დოკუმენტები (ბიზნეს იდეის ჩათვლით);
- აირჩიონ დირექტორთა საბჭო;
- შეათანხმონ პროტოკოლი.

სადამფუძნებლო კრების ყველა წევრმა ხელი უნდა მოაწეროს წესებს.

რეგისტრაცია JA Georgia-ში.

დაფუძნების პროცესის დასრულებისთანავე, ინფორმაცია უნდა იქნეს მიწებებული JA Georgia-სთვის, მეილი: jag@jag.ge

ოპერირება

ოპერირების ფაზებია:

1. ბიზნესგეგმა
2. დავალებები
3. ლიდეროზა
4. ფულის მართვა
5. შესყიდვები და წარმოება
6. ფინანსები და ბუღალტრული აღრიცხვა
7. მარკეტინგი
8. გაყიდვები
9. ადამიანური რესურსები
10. შუალედური ანგარიშგება
11. სავაჭრო გამოფენები და შეჯიბრებები
12. მინიკომპანიის დახურვა/ლიკვიდაცია

1. ბიზნესგეგმა

ბიზნეს გეგმაზე მუშაობა არის პროცესი, რომელიც გრძელდება საკმაოდ დიდი ხნის განმავლობაში. ამიტომ მოსწავლეებმა ადრევე უნდა დაიწყონ მასზე მუშაობა .

ბიზნეს გეგმა არის კომპანიის სახელმძღვანელო საშუალება, ამასთან, ის არის ცოცხალი დოკუმენტი, რომელიც დაეხმარება მათ დარჩნენ არჩეულ გზაზე.

ყველა ახალ საწარმოს სჭირდება ბიზნეს გეგმა. ეს გულისხმობს მთელი პროექტის გაშლას. უფრო მნიშვნელოვანია, რომ ის უზრუნველყოფს კომპანიას დოკუმენტით, რომელიც გამოიყენება პერსპექტიულ ინვესტორებთან და აქციონერებთან მოლაპარაკებების დაწყებისას.

პროცესში შესაძლებელია მოხალისის ჩართვა, რათა მან ითამაშოს პერსპექტიული ფინანსისტის როლი, რომელთანაც მოსწავლეები გაივარჯიშებენ მცირე პრეზენტაციაში.

2. დავალებები

მას შემდეგ, რაც მოსწავლეებს მზად ექნებათ ბიზნეს გეგმა, ჩაატარეთ სადამფუძნებლო კრება და აღნიშნეთ, რომ ისინი უკვე მზად არიან კონკრეტული დავალებების შესასრულებლად.

მნიშვნელოვანია, რომ მოსწავლეებმა საკუთარ ხელში აიღონ ინიციატივა, მიიღონ გადაწყვეტილებები და შეაფასონ ამ გადაწყვეტილებათა შედეგები.

მნიშვნელოვანია, რომ თქვენ ინფორმირებული იყოთ პროგრამის ვადებზე და მისცეთ მოსწავლეებს შესაბამისი რჩევები.

3. ლიდერობა

მოსწავლეთა კომპანიის ლიდერობა ადვილი არ არის საქმე. როგორც მასწავლებელს, თქვენ შეგიძლიათ, გაუზიაროთ მოსწავლეებს საკუთარი გამოცდილება.

მმართველი დირექტორი პასუხისმგებელია ყოველდღიურ ოპერაციებზე. თქვენ შეგიძლიათ აუხსნათ მათ კომუნიკაციის მნიშვნელობა და ის, რომ მმართველი, აგრეთვე, კარგი მსმენელიც უნდა იყოს. ბევრ კომპანიაში დირექტორი ასევე პასუხისმგებელია კონფლიქტების გადაჭრა-მოგვარებაზე, მაშინ, როდესაც სხვა კომპანიებს ამისთვის ადამიანური რესურსების მენეჯერები ჰყავთ.

მოსწავლეთა კომპანიების უმეტესობა, სასწავლო წლის განმავლობაში, აწყდება კონფლიქტურ სიტუაციებს ,ამიტომ უმჯობესია მზად იყვნენ ამისთვის მათ უშუალოდ წარმოქმნამდე.

4. ფულის მართვა

ფინანსური დირექტორი პასუხისმგებელია ფულის მართვაზე. საქართველოში მინიკომპანიისთვის სპეციალური ანგარიშის გახსნა არ არის შესაძლებელი. თუმცა, კარგი იქნება, თუ ფინანსური დეპარტამენტის წარმომადგენელი, მშობლის, თანხმობით გამოიყენებს პირად ანგარიშს ფულის მართვისთვის

5. შესყიდვები და წარმოება

მომარაგებაზე პასუხისმგებელ პირს (შესყიდვების დეპარტამენტი) შესასრულებელი ექნება სხვადასხვა ამოცანა. ერთ-ერთი მათგანი არის მომარაგებისა და სხვა აღჭურვილობის უზრუნველყოფა, რომელიც საჭიროა მინიკომპანიის ფუნქციონირებისათვის.

შესაძლებელია, მოსწავლეებისათვის მომგებიანი იყოს შეკვეთების სხვადასხვა კომპანიისგან მიღება, მაგრამ, ამავე დროს, დაუშვებელია მათზე დიდი დროის დახარჯვა. გარდა ამისა, თუ კომპანიას სჭირდება საწარმოო მარაგების შეძენა, ეს სწორედ ამ დეპარტამენტის ამოცანა იქნება. ისინი დადგებიან უამრავი გამოწვევის წინაშე და შესაძლებელია, დასჭირდეთ დრო შესაბამისი მიმწოდებლის მოძებნისათვის.

შესყიდვების წარმომადგენლებმა მჭიდროდ უნდა ითანამშრომლონ ფინანსურ დეპარტამენტთან, რათა უზრუნველყონ შესყიდვების შესაბამისობა ბიუჯეტთან და ფინანსურ შესაძლებლობებთან.

მოსწავლეები უნდა დარწმუნდნენ, რომ საქონლის ან მომსახურების შეძენისას ყოველთვის აქვთ წერილობითი შეთანხმება, .

მოხალისეს შეუძლია დახმარება ურთიერთობების ჩამოყალიბებასა და კარგი პრაქტიკის დამკვიდრებაში.

თუ ისინი გადაწყვეტენ საზღვარგარეთ პროდუქტის წარმოებას, მნიშვნელოვანია, რომ ბიუჯეტში გაითვალისწინონ იმპორტისთვის დადგენილი განბაჟების პროცედურები.

მასწავლებელს და მოხალისეს შეუძლიათ, ურჩიონ მოსწავლეებს, რომ აწარმოონ ისეთი პროდუქტი, რომელიც ადვილად რეალიზებადი იქნება,

6. ფინანსები და ბუღალტრული აღრიცხვა

მინიკომპანიების არსებობა გულისხმობს ფორმით რეალურ საწარმოებთან ახლოს ყოფნას, რამდენადაც ეს შესაძლებელია.

გათვლილი რისკის აღება და პასუხისმგებლობა მიღებულ გადაწყვეტილებასა და აქტივობებზე - პროგრამის მნიშვნელოვანი ნაწილია. კომპანიები ორგანიზებულია შეზღუდული პასუხისმგებლობის კომპანიის მოდელის მიხედვით, მაგრამ ისინი არ არიან რეგისტრირებული მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად. მინიკომპანიები მუშაობენ JA-YE მოქმედი ნორმატივების მიხედვით, რომლითა საფუძველზე კომპანია რეგისტრირდება შეზღუდული გარანტიით და ასევე, იგი შესაძლებელია რეგისტრირებული იყოს საქველმოქმედო მიზნებისათვის.

როდესაც საქმე ეხება ბუღალტერიას, კომპანიამ იგი უნდა აწარმოოს აღრიცხვის ნორმატიული პროცედურებით.

ყველა დოკუმენტი უნდა იყოს სპეციალურ ფაილში, დანომრილი და ბუღალტრულად დაუყონებლივ გატარებული. მხოლოდ ამ გზით მოახერხებს კომპანია ნებისმიერ დროს თავისი ფინანსური მდგომარეობის გადახედვას.

ფინანსური განათლება მნიშვნელოვანია კომპანიის ყველა წევრისათვის და მოიცავს ბიუჯეტის განხილვისა და ფინანსური ანგარიშის ცოდნას.

საქმიანობის პერიოდში ადვილი შესაძლებელია, რომ მოსწავლეებს დაავიწყდეთ ქვითრები ან ის, თუ ვინ არის მათზე პასუხისმგებელი ანგარიშგებისათვის. მსგავსმა შეცდომებმა შესაძლებელია გამოიწვიოს საქმის გართულება ფინანსური მენეჯმენტისათვის.

თუ კომპანია იღებს ინვესტიციებთან, მარკეტინგთან ან სხვა მსგავს საკითხებთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებას, მნიშვნელოვანია მოსწავლეებმა იცოდნენ მათი ფინანსური ასპექტები.

ფასების გათვლა და შეფასებები არის ამ ფაზის მთავარი საკითხები, რომლებიც მინიკომპანიამ უნდა გააკონტროლოს.

ხომ არ არის წარმოება უფრო ძვირი ვიდრე იყო მოსალოდნელი? თუ ასეა, მათ დასჭირდებათ ფასის კორექტირება, რათა კომპანიამ მიიღოს მოგება ამ პროდუქტიდან.

ეს კონტროლი კი უნდა განხორციელდეს წარმოების, შესყიდვებისა და ფინანსურ დეპარტამენტებს შორის თანამშრომლობის საფუძველზე.

7. მარკეტინგი

ყველა მინიკომპანიას აქვს შეზღუდული სახსრები მარკეტინგისთვის, მაგრამ მარკეტინგული გეგმის მიყოლა არსებული შეზღუდვების ფარგლებშიც მნიშვნელოვანია. მასში მცირე ცვლილებების შეტანა შესაძლებელია

შეხვედრებზე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ცვლილების შემთხვევაში, საჭიროა დისკუსია და მისი საბჭოს სხდომაზე გადაწყვეტა.

არსებობს მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელების უამრავი საშუალება: სოციალური მედია, ინტერნეტი, კომერციული საშუალებები, გამოცემები, პირადი გაყიდვები, სავაჭრო ღონისძიებებში მონაწილეობა და ა.შ. არ არის აუცილებელი, მინიკომპანიამ ყველა საშუალება გამოიყენოს, თუმცა, მნიშვნელოვანია, მოსწავლეების მიერ არჩეული ყველა არხი და საშუალება იყოს გაცნობიერებული.

კომპანიას უნდა ჰქონდეს ადვილად აღსაქმელი და ცნობადი პროფილი, რაც გულისხმობს იმას, რომ მათ უნდა იფიქრონ დიზაინისა და ფერის შერჩევაზე.

ლოგო მნიშვნელოვანი ელემენტია. ფერი და ლოგო გამოყენებული უნდა იქნეს დოკუმენტების ბეჭდვისას, მიმოწერაში, კომპანიის ვებ-გვერდზე, სოციალურ მედიაში, ანგარიშებში, პრეზენტაციებსა და გამოფენებზე.

ასევე, მოსწავლეებმა უნდა იმსჯელონ, რა შთაბეჭდილების მოხდენა სურთ მომხმარებელსა და პოტენციურ კლიენტებზე. როგორ წარმოადგენენ კომპანიას საუკეთესოდ?

აუხსენით, რომ მომხმარებელთან შეხვედრამდე ყოველთვის სასარგებლოა შეთანხმდნენ საერთო პრეზენტაციაზე, სლოგანზე და იმაზე, თუ რაზე სურთ ფოკუსირება.

უმრავლესობისათვის, ეს არის პირველი შეხვედრა პოტენციურ მომხმარებელთან ან კლიენტთან, ამიტომ კარგი იქნება, თუ ივარჯიშებენ და ირგვლივ თავდაჯერებულ გარემოს შექმნიან.

8. გაყიდვები

მომხმარებელთან შეხვედრამ შესაძლებელია ზოგიერთი მოსწავლე შეაშინოს. ამიტომ, მნიშნელოვანია ასეთი სიტუაციებში გავარჯიშება.

შეგიძლიათ ჩაატაროთ ტრენინგი კლასში, ვიდრე ისინი რეალურ გარემოში გადაინაცვლებენ. როლური თამაში სასარგებლო ვარჯიშია. სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოიარონ საკლასო ოთახი, სადაც ზოგი გამყიდველია, ზოგი კი მომხმარებელი (გაცვალეთ როლები).

ამ სავარჯიშოს მიზანია კონტაქტების დამყარება და ერთმანეთის გაცნობა. კარგი იქნება, თუ მოსწავლეები, გასაუბრების შემდეგ, ერთმანეთს გაუზიარებენ შენიშვნებს.

მიზანშეწონილია, შეთანხმდნენ ისეთ ერთობლივ გაყიდვაზე, სადაც ორივე მხარე აღიარებს პროდუტისგან მიღებულ სარგებელს. ასევე მნიშვნელოვანია, დახელოვდნენ გაყიდვების პროცესის დასრულებაში.

წლის მაღალი შედეგები დამოკიდებულია სავაჭრო ღონისძიებაზე, რომელიც ორგანიზებულია სკოლის ან JA-ის მიერ. ისინი უზრუნველყოფენ კომპანიებისათვის შესაძლებლობას, საჯაროდ გამოფინონ და გაყიდონ თავიანთი საქონელი და ერთმანეთს შეადარონ მიღწეული შედეგები სხვა მოსწავლეთა კომპანიების შედეგებს.

9. ადამიანური რესურსები (HR)

ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი ორგანიზაციის სამუშაო ძალის მართვას ემსახურება. ის პასუხისმგებელია სამუშაო ძალის მოზიდვაზე, შერჩევაზე, ტრენინგზე, მხარდაჭერასა და წახალისებაზე. ადამიანური რესურსების მენეჯერის მთავარი ამოცანაა, შექმნას სასიამოვნო სამუშაო და უსაფრთხო სამუშაო გარემო.

კონფლიქტების თავიდან აცილების მიზნით, მოსწავლეებმა უნდა განიხილონ მათი საწარმოს საერთო მიზნები. ასევე, უნდა შეთანხმდნენ თანამშრომლობის ფორმაზე, იმისათვის, რომ მიაღწიონ ამ მიზნებს. იმის მიუხედავად, რომ თითოეულ დასაქმებულს საკუთარი პასუხისმგებლობის სფერო გააჩნია, მათ არ უნდა დაივიწყონ, რომ გუნდის წევრები არიან და საერთო მიზნისკენ წინსვლაც მხოლოდ გუნდური მუშაობითაა შესაძლებელი. შიდა კონკურსი შესაძლოა ნიშანი აღმოჩნდეს იმისა, რომ რაღაც კარგად არ მიდის ან რომელიმე წევრი ვერ აღიქვამს კომპანიას, როგორც ერთ მთლიანს.

კომპანიის დაფუძნებამდე ყველა მოსწავლემ ხელი უნდა მოაწეროს კონტრაქტს საერთო მიზნებისა და პასუხისმგებლობების შესახებ.

10. შუალედური ანგარიშგება

კომპანიის პროგრამის მიმდინარეობისას, კარგი იქნება შუალედური ანგარიშგების მომზადება. ეს მნიშვნელოვანია და დაეხმარება კომპანიას, დაინახოს სირთულეები, რომლებიც მას მიზნისკენ მიმავალ გზაზე აქვს. გარდა ამისა, თქვენთვის, როგორც მასწავლებლისთვის, ეს სამუშაოს შეფასების კარგი საფუძველი იქნება. იგი კარგი შესაძლებლობაა ინტერდისიპლინური თანამშრომლობისთვისაც.

ანგარიშგება უნდა მოიცავდეს ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რა ეტაპზეა კომპანია.

11. სავაჭრო გამოფენები და შეჯიბრებები

ბევრი მოსწავლისთვის სავაჭრო გამოფენებსა და შეჯიბრებებში მონაწილეობა სასწავლო წლის გახალისებასთან ასოცირდება. ეს არის სასარგებლო გამოცდილება. მოსწავლეები ხვდებიან სხვა კომპანიების და სკოლების წარმომადგენელ მოსწავლეებს. მათ შესაძლებლობა ეძლევათ, შეაფასონ საკუთარი საქმიანობა სხვა კომპანიებთან შედარების საშუალებით, ასევე მონაწილეობა მიიღონ სხვადასხვა შეჯიბრებებში. მოსწავლეები ხვდებიან ადგილობრივი ბიზნესის წარმომადგენლებს და ეძლევათ შანსი, წარუდგინონ მათ საკუთარი კომპანია.

ასეთი შეჯიბრება შესაძლოა, მოსწავლეებისთვის კარგი მოტივატორი აღმოჩნდეს. მათ მნიშვნელოვანია, ახსოვდეთ, რომ გამარჯვება მთავარი არ არის. გამოფენები და შეჯიბრებები კარგი ადგილია შეხვედრებისა და ადამიანების გაცნობისათვის.

ბევრი კომპანია კარგად არის მომზადებული და გაყიდვების მიმართულებით დიდი მოლოდინები აქვს. შესაძლოა, მოსწავლეების მოლოდინი არ გამართლდეს (მყიდველთა ნაკლებობის გამო). უმჯობესია, ამ შესაძლებლობაზე თავიდანვე ესაუბროთ და დარწმუნდეთ, რომ მათი იმედები რეალობასთან ახლოსაა.

მოსწავლეებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ კომპანიის მომზადება და ღონისძიებებში მონაწილეობა საბოლოო შეფასების ნაწილია.

12. მინიკომპანიის დახურვა

მინიკომპანია უნდა დაიხუროს სასწავლო წლის დასრულებისას. გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ კომპანიის სალიკვიდაციო პროცედურები უფრო დიდხანს გრძელდება, ვიდრე ეს შესაძლებელია წარმოვიდგინოთ. ნახევარი წლის შემდეგ, იანვარში, საბჭოს შეხვედრაზე უნდა გადაწყდეს ლიკვიდაციის თარიღი.

მონაწილეებს უნდა ახსოვდეთ, მხედველობაში მიიღონ სხვა აქტივობები, როგორებიცაა გამოცდები, დღესასწაულები, სასკოლო ტურები და ა.შ. სალიკვიდაციო პროცესი უნდა დაიწყონ დაგეგმილ ლიკვიდაციამდე მინიმუმ ექვსი კვირით ადრე.

ლიკვიდაციის პროცესი მნიშვნელოვანი და აუცილებელია. მოსწავლეებმა უნდა ისწავლონ საქმის ბოლომდე მიყვანა.

ლიკვიდაციის პროცედურები:

1. საბოლოო ანგარიშზე მუშაობა;
2. ლიკვიდაციისთვის მოსამზადებელი შეხვედრა;
3. საბოლოო ანგარიშგება;
4. წლიური გენერალური შეხვედრა;
5. საბოლოო შეხვედრა კომპანიის ლიკვიდაციისთვის;
6. შეფასება;
7. მომავლის გეგმები.

ზოგადი რჩევები

მეწარმეობის საგანის სწავლება არ გახლავთ ადვილი, რადგან ჩვენ ცოდნის დაგროვებას ვამჯობინებთ უნარების გამომუშავებას. ეს საგანი უფრო გამჭოლი კომპეტენციების გამომმუშავებელია, თუმცა, მისი ადგილი ეროვნულ სასწავლო გეგმაში სოციალურ მეცნიერებებშია.

მოსწავლეები შეიძლება არც კი დაეთანხმონ ამ კურსის ფუნდამენტურ იდეებს – იმას, რომ არსებობს უნივერსალური ღირებულებანი და რომ ჩვენ შეგვიძლია მათ მიხედვით ვისწავლოთ ცხოვრება.

ნუ შეშინდებით. ეს თავი დაგეხმარებათ გაუმკლავდეთ რთულ სიტუაციებს, რომლებიც დროდადრო შეიძლება წარმოიქმნას საკლასო ოთახში.

როგორ უნდა მოვიქცე იმ შემთხვევაში, თუ მოსწავლე არ მეთანხმება და/ან მედავება?

- დაიწყეთ იმით, რომ მიულოცეთ საკუთარ თავს. ისეთ მოსწავლეთა უმეტესობა, რომლებსაც თქვენთან დაუთანხმებლობის გამოხატვა არ ეზარებათ, აქტიურად არიან ჩართულნი განხილვაში და გახსნილნი არიან სწავლებისათვის.
- ეცადეთ, ზედმეტად არ იღელვოთ. მოსწავლეთა უმეტესობა მასწავლებლებს იმის გამო ედავება, რომ სურთ გაერკვიონ ახალ იდეებში, რომლებსაც მათ მასწავლებელი აცნობს. ეს კარგია. მეორე მხრივ, ზოგიერთი მოსწავლე კითხვებს მხოლოდ ხელის შესაშლელად და დროის გასაყვანად სვამს ხოლმე. თუ ასე მოხდა, შეინარჩუნეთ სიმშვიდე და ნათლად დაანახეთ კლასს, რომ სიტუაციას კვლავაც თქვენ აკონტროლებთ.
- რამდენადაც შესაძლებელი იქნება, ეცადეთ, ამ კითხვით კლასს მიმართოთ. ეცადეთ პრობლემის განხილვაში დანარჩენი კლასი ჩართოთ. ზოგჯერ მოსწავლე თავისმა თანატოლებმა უფრო ადვილად შეიძლება დაარწმუნონ, ვიდრე ამას თქვენ მოახერხებდით.
- ნაცვლად იმისა, რომ პირდაპირ უთხრათ მოსწავლეს, რომ მისი თვალსაზრისი მცდარია, დასვით მიმანიშნებელი კითხვები, რომლებიც მოსწავლეს პასუხს უკარნახებს.
- როგორ უნდა მოვიქცე იმ შემთხვევაში, თუ მოსწავლე დამისვამს კითხვას, რომელიც გაკვეთილის თემას არ შეეხება?
- ეცადეთ გაარკვიოთ, რატომ გისვამთ მოსწავლე ამ კითხვას.
- თუ კითხვა საუბრის სხვა თემაზე გადასატანად და/ან დროის გასაყვანად არის დასმული, უთხარით მოსწავლეს, რომ თქვენ ამ საკითხს მასთან ერთად გაკვეთილის შემდეგ განიხილავთ და შემდეგ ასეც მოიქეცით.
- თუ კითხვა გულწრფელი ცნობისმოყვარეობის გამოა დასმული, უპასუხეთ მოსწავლეს. თქვენ ორი ძირითადი არჩევანი გაქვთ:

1. თუ თვლით, რომ საკითხი მნიშვნელოვანია და საინტერესო განხილვას გამოიწვევს, დაუთმეთ რამდენიმე წუთი კლასთან ერთად მის განხილვას.

2. თუ თვლით, რომ საკითხი ყურადღებას იმსახურებს, მაგრამ მისი ახლა განხილვა გაკვეთილის მთავარი თემიდან მეტისმეტად შორს წაგიყვანთ, ჩააწერინეთ მოსწავლეს მისთვის მნიშვნელოვანი საკითხი, რათა არ დაავიწყდეს. თუ დრო გექნათ, განიხილეთ შეკითხვა გაკვეთილის ბოლოს, ან ინდივიდუალურად ამ მოსწავლესთან ერთად გაკვეთილის დამთავრების შემდეგ.

კომპანიის პროგრამის უპირატესობები

რა გადაწყვეტილებაც არ უნდა მიიღონ მოსწავლეებმა მომავალში, კომპანიის პროგრამის აქტიურ მონაწილედ ყოფნა მათ ღირებულ, პრაქტიკულ გამოცდილებას მისცემს, რომელსაც მათი კარიერული არჩევანი დაეფუძნება.

თითოეულ მოსწავლეს მიეცემა შანსი განავითაროს ისეთი უნარები, როგორიცაა: კომუნიკაცია, გადაწყვეტილების მიღება, ორგანიზება და დროის მართვა.

ზოგიერთი მოსწავლე გაითავისებს სპეციალიზებულ როლს ორგანიზაციაში, როგორიცაა მარკეტინგის დირექტორი ან ადმინისტრაციული მენეჯერი, განივითარებს დამატებით უნარ-ჩვევებს.

ქვემოთ ჩამოთვლილია უნარები, რომელთა გამომუშავებაც მოსწავლეებს შეუძლიათ კომპანიის პროგრამის განმავლობაში.

1. გუნდური მუშაობა
    - გუნდის მიზნების იდენტიფიცირებაში მონაწილეობა.
    - გუნდისა და საკუთარი ამოცანების შეთავსება.
    - სხვებთან ერთად ეფექტური მუშაობა და მათი მხარდაჭერა საერთო მიზნების მისაღწევად.
    - საკუთარი და კოლეგების დროის ეფექტურად გამოყენების დაგეგმვა.
2. პრობლემის გადაჭრა
    - პრობლემის იდენტიფიცირება და ანალიზი.
    - შესაფერისი გადაწყვეტილების და პროცედურების შერჩევა.
3. კომუნიკაცია
    - აქტიური მონაწილეობა შეხვედრებსა და დისკუსიებში.
    - მოლაპარაკებების წარმოება მიზნებსა და პროცედურებზე შესათანხმებლად.
    - წარმატებული კომუნიკაცია მომხმარებლებთან და კოლეგებთან.
    - აღქმადი და გასაგები მიმოწერის წარმოება ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენებით.
    - პრეზენტაციების მომზადება.
4. მარკეტინგი
    - მარკეტინგული კვლევის გეგმის შემუშავება და მისი მიყოლა.
    - სამიზნე აუდიტორიის დადგენა.
    - გაყიდვებისთვის შესაფერისი სტრატეგიების შერჩევა.
    - ურთიერთობების შექმნა მყიდველებთან და მომწოდებლებთან.
5. ოპერირება
    - რესურსების, ხარისხის, იურიდიული, ჯანმრთელობის დაცვისა და უსაფრთხოების მოთხოვნების განსაზღვრა.
    - შეფასების სისტემის შემუშავება.
    - სისტემების ხარისხის სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანა.
    - გარეშე ფაქტორების გავლენის შეფასება.
6. ფინანსები
    - საჭირო ფინანსური რესურსების იდენტიფიცირება და სხვადასხვა მათი წყაროებიდან დაფინანსება.
    - ბიუჯეტის ინფორმაციის გამოყენება მოლოდინების შეფასებისთვის.
    - ფინანსური ინფორმაციის ჩანაწერების წარმოება ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენებით.
    - ფინანსური მდგრადობისთვის სტრატეგიების შერჩევა.
    - აუდიტის დასკვნისთვის თვალყურის მიდევნება.
7. ადამიანური რესურსები და ტრენინგები
    - ადამიანური რესურსებისთვის აუცილებელი მოთხოვნების შემუშავება და სისტემის მომზადება მათთან შესახვედრად.
    - ტრენინგების იდენტიფიცირება.
    - შეფასების სისტემის შემუშავება და მისი გამოყენება მოტივაციის ასამაღლებლად.
    - პერსონალური განვითარების პროცედურების გამოყენება და პირადი მიზნების გადახედვა.

სწავლა-სწავლების მეთოდები და სტრატეგიები

1. პირდაპირი ლექცია

მასწავლებელი ცალმხრივად აწვდის სასწავლო მასალას (ფაქტები, თეორიები, კონცეფციები). შესაძლებელია მისი კომბინირებული ვარიანტები იქნეს გამოყენებული: ფრონტალური კითხვებით; მინი-ლექცია + დისკუსია; საკვანძო კითხვებით და სხვ;

მისი გამოყენება რეკომენდირებულია ახალი ცნებების ახსნის, რთული თემების სწრაფი გადმოცემის, ისტორიული ან თეორიული საფუძვლების მიმოხილვის დროს.

2. ქეისების ანალიზი (Case Study Method)

მოსწავლეები/სტუდენტები სწავლობენ რეალური ან სიმულაციური კომპანიების ისტორიებს. იგი ავითარებს ანალიტიკურ აზროვნებას და პრობლემების გადაჭრის უნარს.

3. პროექტზე დაფუძნებული სწავლება (Project-Based Learning)

სტუდენტები თავად ქმნიან პროქტის იდეას, ამზადებენ ბიზნეს-გეგმას ან პროექტის წესდებას და ტესტავენ მას.

ამ დროს ხდება უნარ-ჩვევების პრაქტიკული განვითარება (გუნდური მუშაობა, დაგეგმვა, ფინანსური გათვლები).

4. სიმულაციები და როლური თამაშები (Simulation & Role-Play)

„სტარტაპერის თამაში“: სტუდენტები იღებენ როლებს (პრეზიდენტის, ფინანსური მენეჯერის, ინვესტორის, კლიენტის ან სხვა როლს). ამზადებს მათ რეალურ ბიზნეს-სიტუაციებში გადაწყვეტილებების მიღებისთვის.

5. პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება (Problem-Based Learning)

სტუდენტები გამოიკვლევენ კონკრეტულ პრობლემას მისი გადაჭრის მიზნით, მაგალითად: „როგორ შევამციროთ გარემოზე ზეგავლენა აგრო-ბიზნესში?“. ეს მეთოდი ავითარებს კრეატიულ და კრიტიკულ აზროვნებას.

6. ინვესტორების ხიბლვა (Pitching Sessions)

სტუდენტები ამზადებენ ხიბლის ბანს - პრეზენტაციებს ინვესტორებისთვის („Pitch Deck“). ეს მეთოდი ხელს უწყობს კომუნიკაციის, მოლაპარაკების და დამაჯერებლობის უნარებს.

7. მენტორობა და მეწარმეების მოწვევა სტუმრად (Mentorship & Guest Entrepreneurs)

სტუდენტებს ხვდებიან პრაქტიკოს მეწარმეებს. ამ დროს ხდება რეალური გამოცდილების გაზიარება, მოტივაცია და შთაგონება.

8. ჰაკათონები და სტარტაპ ბანაკები (Hackathons, Startup Camps)

ინტენსიური გუნდური მუშაობა მოკლე დროში პროდუქტის ან მომსახურების შესაქმნელად. ამ დროს ხდება სწრაფი აზროვნებისა და ინოვაციური მიდგომების განვითარება.

9. ონლაინ პლატფორმების და AI ინსტრუმენტების გამოყენება

ChatGPT, Trello, Canva, Lean Canvas Template, https://www.mentimeter.com/ და https://kahoot.com/ და სხვა ციფრული რესურსები. ამზადებს სტუდენტებს თანამედროვე ბიზნეს-ინსტრუმენტების გამოყენებისთვის.

10. გონებრივი იერიში (Brainstorming)

ჯგუფში თავისუფალი იდეების გენერაცია, კრიტიკის გარეშე. შესაძლებელია შებრუნებული გონებრივი იერიში იქნეს გამოყენებული, როცა იდეების კრიტიკა ხდება. ეს მეთოდი ავითარებს კრეატიულობას და პრობლემების ინოვაციურად ხედვის უნარს.

11. ჯგუფური დისკუსია/განხილვა (Group Discussion)

თემის განხილვა მცირე ან დიდ ჯგუფში. ხელს უწყობს აზრების გაცვლას, მოსაზრებების შედარებას და კრიტიკულ აზროვნებას.

12. იფიქრე-იმსჯელე წყვილში-გააზიარე (**Think–Pair–Share**)

სტუდენტი ჯერ ინდივიდუალურად ფიქრობს, შემდეგ წყვილებში და ბოლოს ჯგუფში ხდება აზრების გაზიარება. ეს მეთოდი ზრდის ჩართულობას და თვითგამოხატვის უნარს.

13. სახეირო & საზიანოს პირისპირ - დებატები (Pros & Cons Debate)

მცირე ჯგუფები იცავენ განსხვავებულ პოზიციებს, რა იქნება სახეირო და რა დამაზიანებელი. შესაძლებელია, გამოყენებული იქნეს ჯგუფებში მუშაობისას, გონებრივი იერიშისა და სხვა მეთოდებთან/სტრატეგიებთან კომბინაციაში. ავითარებს არგუმენტაციისა და დამაჯერებლობის უნარს.

14. პლიუსი-მინისი-საინტერესო (plus, Minus, Interesting (PMI))

ეს არის მარტივი გადაწყვეტილების მიღებისა და შემოქმედებითი აზროვნების ინსტრუმენტი. ხდება იდეის ყველა დადებითი და უარყოფითი ასპექტების ჩამოთვლა, შემდეგ კი ხდება ნეიტრალური/საინტერესო ასპექტების, შესაძლებლობების ან კითხვების ჩამოთვლა. ხშირად გამოიყენება კლასებში ან ჯგუფურ დისკუსიებში იდეების სისტემატურად შესაფასებლად.

15. “ექვსი აზროვნების ქუდი“ (Six Thinking Hats)

1. თეთრი ქუდი - ფაქტები და ინფორმაცია

კონცენტრირება მხოლოდ ფაქტებზე, მონაცემებზე, სტატისტიკასა და ობიექტურ ინფორმაციაზე. კითხვა: *„რა ვიცით?“ „რა ინფორმაცია გვჭირდება?“*

2. წითელი ქუდი - ემოციები და ინტუიცია

გამოხატავს გრძნობებს, ინტუიციას, შინაგან რეაქციას. კითხვა: *„რას ვგრძნობ ამ იდეასთან დაკავშირებით?“*

3. შავი ქუდი- კრიტიკა და რისკები

აქცენტი ნეგატიურ მხარეებზე, საფრთხეებსა და სირთულეებზე. კითხვა: *„რა შეიძლება არ გამოვიდეს?“*

4. ყვითელი ქუდი - სარგებელი და დადებითი მხარეები

ხედავს შესაძლებლობებს, უპირატესობებსა და კარგ შედეგებს. კითხვა: *„რამ შეიძლება კარგად იმუშაოს?“*

5. მწვანე ქუდი - კრეატიულობა და იდეები

ფოკუსი ახალი იდეების გენერირებაზე, ალტერნატიულ გზებზე, შემოქმედებით მიდგომებზე. კითხვა: *„რა სხვა ვარიანტები არსებობს?“*

6. ლურჯი ქუდი - პროცესის მართვა

აკონტროლებს აზროვნების პროცესს, ადგენს სტრუქტურას, აჯამებს შედეგებს. კითხვა: *„როგორ ვმართავთ დისკუსიას?“*

ჯგუფური დისკუსიისას მონაწილეები *„იხურავენ ქუდებს“* - ანუ იღებენ ერთ კონკრეტულ აზროვნების სტილს. ყველა ცდილობს დროებით იმავე კუთხით იფიქროს. შემდეგ ქუდები იცვლება და იდეა სხვადასხვა პერსპექტივიდან განიხილება. ბოლოს, ლურჯი ქუდი (პროცესის მენეჯერი) აჯამებს შედეგებს.

16. „რა მოხდება, თუ...?“ (What If Scenarios)

სტუდენტები განიხილავენ ჰიპოთეტურ სიტუაციებს (მაგალითად „რა მოხდება, თუ ჩვენი პროდუქტის ბაზარზე კონკურენტი გამოვიდოდა?“). ხელს უწყობს პროგნოზირებას და სტრატეგიულ აზროვნებას.

17. SWOT ანალიზი

ჯგუფურად ან ინდივიდუალურად ადგენენ ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების იდენტიფიცირებას. მეთოდი ავითარებს ანალიტიკურ და სტრატეგიულ ხედვას.

18. იდეების რუკა (Mind Mapping)

ვიზუალური დიაგრამების შექმნა იდეების კავშირის გამოსახატად. აადვილებს კონცეფციების დამახსოვრებას და ორგანიზებას.

19. ქეისის მოკლე მაგალითები (Mini-Cases)

რეალური ან გამოგონილი ბიზნესქეისის სწრაფი განხილვა. აჩვენებს, როგორ მუშაობს თეორია პრაქტიკაში.

20. „Fishbowl“ მეთოდი

მცირე ჯგუფი დისკუსიას მართავს ცენტრში, დანარჩენები უსმენენ გარკვეული პერიოდი და შემდეგ ერთვებიან. ხელს უწყობს დაკვირვებით და აქტიური მოსმენით სწავლებას.

21. როლური თამაშები (Role Play)

სტუდენტები ირგებენ მეწარმის, ინვესტორის, მომხმარებლის ან გუნდის წევრის როლს. ხელს უწყობს ემპათიას, მოლაპარაკების უნარს და რეალურ ცხოვრებაში გამოყენებას.

22. პოსტერის პრეზენტაცია ან მინი-ხიბლვა (Poster Presentation or Mini-Pitch)

იდეის წარდგენა მოკლე პრეზენტაციით ან ვიზუალური პლაკატით. ავითარებს შემაჯამებელი აზროვნებისა და კომუნიკაციის უნარს.

23. „გასვლის ბილეთი“

გაკვეთილის ბოლოს თითოეული სტუდენტი წერილობითი ფორმით პასუხობს კითხვებს - რა ვისწავლე, რა კითხვები მაქვს, კიდევ რა უნდა ვისწავლო? - ეხმარება მასწავლებელს სწრაფ უკუკავშირში. ეს მეთოდი მეწარმეობის პროგრამაში ინტეგრირებულია ყველა თავის ბოლოს სახელით - „შეჯამება“

24. გამოცდილებაზე დაფუძნებული სწავლება (Experiential Learning)

იგივეა, რაც „სწავლა კეთებით“ – რეალური პროექტების, სტარტაპების, ბიზნეს ინკუბატორების ჩართვა სწავლებაში. მიჩნეულია მეწარმეობის სწავლების ყველაზე წარმატებულ სტრატეგიად

25. Lean Startup სტრატეგია

სწრაფი ტესტირება, მინიმალური სიცოცხლისუნარიანი პროდუქტის (MVP) შექმნა. მოსწავლეები/სტუდენტები სწავლობენ „ცდა – შეცდომა – გაუმჯობესება“ ციკლს.

26. თანამშრომლობითი სწავლება (Collaborative Learning)

ჯგუფური მუშაობა, პარტნიორობა ადგილობრივ ბიზნესებთან. ავითარებს ლიდერობის და გუნდური მუშაობის უნარებს.

27. მრავალდისციპლინარული მიდგომა (Interdisciplinary Approach)

მეწარმეობის დაკავშირება სხვა დისციპლინებთან: IT, გარემოს დაცვა, ფინანსები, ხელოვნება. ხდება ფართო ხედვის ჩამოყალიბება და გამჭოლი კომპეტენციების ფორმირება

28. დიზაინერული აზროვნება

ეს სტრატეგია არის მომხმარებელზე ორიენტირებული ინოვაციების შექმნა. ეტაპები: ემპათია - განსაზღვრა - იდეაცია - პროტოტიპირება - ტესტირება.

29. თამაშით სწავლება (Gamification)

ქულების, ჯილდოების, კონკურსების, სიმულაციური თამაშების გამოყენება. ზრდის მოტივაციას და ჩართულობას. მოსწავლეების/სტუდენტების ჩართვა სოციალური პრობლემების გადაჭრაში ბიზნეს-ინიციატივებით. აერთიანებს ეკონომიკურ სარგებელსა და სოციალურ პასუხისმგებლობას.

30. საფიქრალი

ამ სტრატეგიის დროს მოსწავლეებს სთხოვენ, კომენტარი გაუკეთონ იდეას (რომელიც ხშირად მაქსიმის ფორმითაა გამოხატული) და/ან აზროვნების მასტიმულირებელ კითხვას. მოსწავლეები მაქსიმის გარშემო წერენ 100-150 სიტყვისაგან შემდგარ პასუხს. შემდეგ კი ამ საკითხის განხილვა შესაძლებელია ჯგუფში ან მთლიან კლასში.

31. „სპექტრული“ სავარჯიშო - ვეთანხმები - არ ვეთანხმები - ნეიტრალური ვარ

ოთახის საპირისპირო ბოლოებში დადებთ/გააკრავთ წარწერებს „ვეთანხმები“ და „არ ვეთანხმები“. ეს ოთახს „სპექტრად“ გადააქცევს. თქვენ კითხულობთ მთელ რიგ განცხადებებს. ის, თუ სად დადგებიან მოსწავლეები, აჩვენებს, თუ რამდენად ეთანხმებიან ან არ ეთანხმებიან ისინი ამ განცხადებას.

- თუ მოსწავლე განცხადებას მთლიანად ეთანხმება, იგი უნდა დადგეს წარწერასთან „ვეთანხმები“.
- თუ მოსწავლე განცხადებას მთლიანად არ ეთანხმება, იგი უნდა დადგეს წარწერასთან „არ ვეთანხმები“. მოსწავლე, რომელიც განცხადებას ეთანხმება, და არც არ ეთანხმება, უნდა დადგეს ცენტრში, ორ წარწერას შორის.
- მოსწავლე, რომელიც განცხადებას ძირითადად (მაგრამ არა მთლიანად) ეთანხმება, უნდა დადგეს მონაკვეთში ოთახის შუაგულსა და წარწერას „ვეთანხმები“ შორის.
- და ასე შემდეგ.

აუცილებლად უთხარით მოსწავლეებს, რომ ისინი მზად უნდა იყვნენ, განმარტონ თავიანთი პოზიცია ოთახში, რომელიც ასახავს მათს პოზიციას კონკრეტული საკითხის მიმართ. ყოველი განცხადების შემდეგ სთხოვეთ ორ მოსწავლეს, განმარტონ თავიანთი თვალსაზრისი. აუცილებლად გამოიძახეთ რამდენიმე სხვა მოსწავლეც, რათა გქონდეთ აზრებისა და შეხედულებების მეტი მრავალფეროვნება. სთხოვეთ დაახლოებით 3-5 მოსწავლეს, კომენტარები გაუკეთონ ყოველ განცხადებას.

32. სოკრატულ მეთოდზე (ელენქტიკაზე) დაფუძნებული სწავლება

სოკრატული მეთოდი, რომელსაც ელენქტიკური დიალოგის ფორმა აქვს (ἔλεγχος[1] – გამოკითხვა, გამოძიება), წარმოადგენს სწავლების ერთ-ერთ უძველეს და, ამავდროულად, რეფლექსიურ და კრიტიკულ აზროვნებაზე ორიენტირებულ სტრატეგიას. ეს მიდგომა ეფუძნება ღრმა, თანმიმდევრულ და სტრუქტურირებულ შეკითხვებს, რომლებიც მიზნად ისახავს სტუდენტის აზროვნების პროცესში ჩართულობას, მის მიერ საკუთარი პოზიციების გადახედვასა და ცოდნის თვითდამკვიდრებას.

სოკრატული მეთოდი არ გულისხმობს ინფორმაციის პირდაპირ მიწოდებას ან ცოდნის გადაცემის ტრადიციულ ფორმას. პირიქით, ის უპირატესობას ანიჭებს დიალოგს, დისკუსიასა და აქტიურ მსჯელობას, რაც განაპირობებს მოსწავლის ინტელექტუალურ განვითარებასა და დამოუკიდებელი, არგუმენტირებული აზროვნების ჩამოყალიბებას. ამ პროცესში მასწავლებლის როლი ტრანსფორმირდება – იგი ხდება სტუდენტის/მოსწავლის თანამგზავრი აზროვნების პროცესში.

სოკრატული სწავლების მიდგომა ასევე განიხილება, როგორც პრობლემის შემოქმედებითად გადაჭრის უნარის საფუძველი, ეთიკური მგრძნობელობისა და დემოკრატიული კომუნიკაციის კულტურის განვითარებისთვის.

33. ბლოგინგი

ბლოგინგის გამოყენება სწავლების მეთოდად ნიშნავს, რომ მოსწავლეები/სტუდენტები ქმნიან და აქვეყნებენ წერილობით ნამუშევრებს ონლაინ პლატფორმაზე (ბლოგზე). ეს პროცესი მათ აძლევს შესაძლებლობას, მოამზადონ ტექსტი რეალური აუდიტორიისთვის და არა მხოლოდ მასწავლებლისთვის. ჩართულია რამდენიმე კომპონენტი - 1. აქტიური სწავლება სტუდენტი ხდება არა მხოლოდ ინფორმაციის მიმღები, არამედ მისი შემქმნელი; 2. რეფლექსიური სწავლება: წერას თან ახლავს საკუთარი აზრების ფორმულირება და გაღრმავება; 3. კოლაბორაციული სწავლა: ბლოგს თან ახლავს კომენტარები, უკუკავშირი თანაკლასელებისგან, რაც ზრდის სოციალურ ინტერაქციას. ზოგიერთი გამზადებული ბლოგი იხილეთ ბმულზე: https://ekagegshidzeblog.blogspot.com/

34. იმერსიული სწავლება (Immersive Learning)

არის სწავლების ისეთი მიდგომა, როდესაც მოსწავლე მთლიანად „შეიჭრება“ სასწავლო გარემოში და სწავლობს გამოცდილების, მოქმედებისა და პრაქტიკის გზით, თითქოს იგი იმყოფება რეალურ ცხოვრებაში.

35. 3W+ შემდეგი ნაბიჯი (KWL+Next Step) - არის სწავლების მეთოდი, როცა მოსწავლე შემდეგ კითხვებს სცემს პასუხს: რა ვიცოდი? რას ველოდი? რას ვისწავლე? ა რა არის ჩემი შემდეგი ნაბიჯი?.

- რა ვიცოდი - მოსწავლე ფიქრით ბრუნდება თემამდე არსებულ ცოდნაზე. იწერს ყველაფერს, რაც უკვე იცის თემასთან დაკავშირებით. ეს ქმნის „საწყის წერტილს“.
- **W (Want to know – რა მინდა ვიცოდე)** - მოსწავლე წერს კითხვებს, ინტერესებს, იმას, რისი გაგებაც სურს ამ თავში/გაკვეთილში. ეს აძლევს სწავლას მიმართულებას და ამაღლებს მოტივაციას.
- **L (Learned – რა ვისწავლე)** - გაკვეთილის ბოლოს მოსწავლე აფიქსირებს, რა ახალი გაიგო, რა საკითხებზე მიიღო პასუხი. ეს აჩვენებს მიღწეულ შედეგს.
- + შემდეგი ნაბიჯი (+**Next Step**) - მოსწავლე განსაზღვრავს, კიდევ რისი სწავლა სჭირდება , რაზე უნდა იმუშაოს დამატებით, ან როგორ გამოიყენოს მიღებული ცოდნა პრაქტიკაში. ეს ქმნის უწყვეტი სწავლების ხედვას. როგორ უნდა მოვიქცე იმ შემთხვევაში, თუ . . .

თავი I. პროექტების მართვა

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ გაიაზრებს პროექტს და მისი მართვის არსს;
- ✓ გაიცნობს როლებს პროექტის მენეჯმენტში;
- ✓ ისწავლის პროექტის მენეჯმენტის 5 პროცესს;
- ✓ დაადგენს პროექტის დაინტერესებულ მხარეების;
- ✓ შეისწავლის პროექტის სამ მთავარ შეზღუდვას;
- ✓ განივითარებს საჭირო უნარებს რისკების იდენტიფიცირებისა და მართვისთვის, ასევე შეაფასებს გარემოსა და სოციალურ გავლენას, პროექტის დაგეგმვისას.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

პროექტის მართვისა და დაგეგმვის უნარი, გუნდში მუშაობა და კომუნიკაცია, რისკების შეფასება და მართვა, კრიტიკული აზროვნება და პრობლემების გადაჭრა, დროის მენეჯმენტი და ორგანიზებულობა, კრეატიულობა და ინიციატივა, ციფრული უნარები და თანამედროვე ინსტრუმენტების გამოყენება (მაგალითად Trello და AI ჩატბოტები), სოციალური პასუხისმგებლობა, გარემოსდაცვითი აზროვნება, თვითშეფასებისა და თანატოლთა შეფასების უნარი

საკვანძო ცნებები და ტერმინები:

პროექტი, პროექტის მენეჯმენტი, პროექტის ინიცირება, პროექტის განსაზღვრა, პროექტის წესდება, დაინტერესებული მხარეები, პროექტის სპონსორი, პროექტის მენეჯერი, გუნდის წევრები, პროექტის განრიგი, სამუშაოს გაყოფის სტრუქტურა, აღსრულების პროცესი, რისკი, რისკის მართვა, სამი ძირითადი შეზღუდვა, მიღების კრიტერიუმები, დაშვებები, შეზღუდვები, მონიტორინგი და კონტროლი, დახურვა, თვითშეფასება, თანატოლთა შეფასება, აქტივობა, დახურვის პროცესი, ეტაპი, ეტაპების დაგეგმვა, ინიცირების პროცესი, კომუნიკაციის მენეჯმენტი, მიღებული გაკვეთილები, მონიტორინგისა და კონტროლის პროცესი, რესურსი, მცოცავი მოცულობა, მოცულობა, პროექტის გუნდი, შესრულება.

სავარაუდო დრო: 4 აკადემიური საათი (დამატებით 2 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- კარგი იდეა მხოლოდ დასაწყისია - წარმატებას მოაქვს მისი ორგანიზებულად განხორციელება.
- დრო, ბიუჯეტი და მოცულობა - სამივე უნდა დააბალანსო, რომ პროექტი მიიყვანო მიზნამდე.
- გუნდი ძლიერია მაშინ, როცა თითოეულმა იცის თავისი როლი და პასუხისმგებლობა.
- გეგმა იქმნება, რომ მას მიჰყვე - მაგრამ ჭკვიანი მენეჯერი იცის, როდის უნდა შეცვალოს იგი.
- პროექტის წარმატება იზომება არა მხოლოდ შედეგით, არამედ გავლენით ადამიანებზე და გარემოზე.
- რისკების იგნორირება მათი გაზრდის ყველაზე სწრაფი გზაა.
- ტექნოლოგია არ ცვლის ადამიანურ კრეატიულობას, მაგრამ აძლიერებს მის შესაძლებლობებს.

მიმოხილვა

ამ თავში მთავარი ყურადღება გამახვილებულია პროექტის მართვაზე. პროექტი აღწერილია, როგორც დროებითი აქტივობა, რომელსაც აქვს დასაწყისი და დასასრული და რომელიც ქმნის უნიკალურ პროდუქტს ან სერვისს. მასში ხაზგასმულია სამი მთავარი შეზღუდვა: დრო, ბიუჯეტი და მოცულობა. პროექტის წარმატებისთვის აუცილებელია სტრატეგიების განსაზღვრა, რესურსების სწორად განაწილება, ხარისხის სტანდარტების დაცვა და რისკების წინასწარ გათვალისწინება.

მოსწავლეები ეტაპობრივად ეცნობიან პროექტის მართვის ხუთ პროცესს: ინიცირებას, დაგეგმვას, განხორციელებას, მონიტორინგსა და კონტროლს და დასრულებას. თითოეული ეტაპი აღწერილია კონკრეტული მაგალითებითა და სავარჯიშოებით. მაგალითად, ინიცირების პროცესში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირებას და პროექტის მიზნების განსაზღვრას, მაშინ როცა დაგეგმვისას ყურადღება გამახვილებულია აქტივობების თანმიმდევრობასა და დროის მართვაზე.

თავში საინტერესო ინოვაციური ელემენტია ხელოვნური ინტელექტის ჩატბოტების გამოყენება, როგორიცაა ChatGPT. ისინი წარმოდგენილია როგორც სასწავლო პარტნიორები, რომლებიც ეხმარებიან სტუდენტებს იდეების დაზუსტებაში, ინფორმაციის მოძიებასა და გადაწყვეტილებების მიღებაში. ამ გზით, სტუდენტები სწავლობენ არა მხოლოდ მეწარმეობას, არამედ თანამედროვე ტექნოლოგიების ეფექტურ გამოყენებასაც.

მოსწავლეები პრაქტიკულად მუშაობენ კონკრეტულ პროექტზე – „გროსერიდო“, რომელიც ხანდაზმულთათვის სასურსათო პროდუქტების მიწოდებას ითვალისწინებს. ეს მაგალითი ნათლად აჩვენებს, როგორ შეიძლება თეორიული ცოდნა რეალურ საჭიროებას მოერგოს. პროექტის ფარგლებში გუნდი განსაზღვრავს მიზნებს, ანაწილებს როლებს, აფასებს რისკებს, ამზადებს პროექტის წესდებას და გეგმავს საქმიანობას. განსაკუთრებული ადგილი ეთმობა გარემოსა და სოციალური ზეგავლენის გათვალისწინებასაც: განხილულია, როგორ შეიძლება პროექტი შეესაბამებოდეს მდგრადობის პრინციპებს (5R) და როგორ ახდენს ის გავლენას საზოგადოებაზე, განსაკუთრებით ხანდაზმულთა კეთილდღეობაზე.

დაგეგმვის ეტაპზე სტუდენტები სწავლობენ სამუშაოს დაყოფის სტრუქტურას (WBS), პასუხისმგებლობების განაწილების მატრიცას (RAM) და თანამედროვე ციფრული ინსტრუმენტების, მაგალითად Trello-ს, გამოყენებას. განხორციელებისას ისინი სწავლობენ მიზნებზე ორიენტირებულ მუშაობას, ბიუჯეტის სწორად ხარჯვას და მიღწეული პროგრესის შესახებ რეგულარულად კომუნიკაციას დაინტერესებულ მხარეებთან.

დასრულების ეტაპი კი აერთიანებს მიღწეული გამოცდილების ანალიზს, თვითშეფასებასა და თანატოლთა შეფასებას. გუნდი აფასებს შესრულებულ სამუშაოს, ასკვნის, რა გამოვიდა კარგად და რა შეიძლებოდა გაუმჯობესებულიყო. ეს პროცესი ხელს უწყობს არა მხოლოდ პროექტის დახურვას, არამედ მომავალი საქმიანობის უკეთ დაგეგმვას.

საერთო ჯამში, თავი I ქმნის მყარ საფუძველს მეწარმეობის შესასწავლად. თეორია და პრაქტიკა ორგანულადაა შერწყმული, სტუდენტები სწავლობენ პასუხისმგებლობას, გუნდურ მუშაობას, სტრატეგიულ აზროვნებასა და იმ უნარებს, რომლებიც აუცილებელია ნებისმიერი წარმატებული ბიზნესის წამოსაწყებად.

თემის მიწოდების სტრატეგიები:

თემა გაყოფილია 5 ნაწილად, რომლებიცაა:

ნაწილი 1: პროექტის მენეჯმენტის შესავალი
ნაწილი 2: პროექტის ინიცირება
ნაწილი 3: პროექტის დაგეგმვა
ნაწილი 4: პროექტის განხორციელება, მონიტორინგი და კონტროლი
ნაწილი 5: პროექტის დასრულება

ეს თავი ხელმისაწვდომია ელექტრონულად ბმულზე: https://jag-elearning.ge/# თუმცა, ყველა მასალა განთავსებულია მოსწავლის წიგნშიც.

მოსწავლეები იძენენ ცოდნას პროექტის მენეჯმენტის სხვადასხვა ფაზის შესახებ, სწავლობენ, თუ როგორ უნდა მართონ პროექტი თავიდან ბოლომდე, ეცნობიან სხვადასხვა მოდელებსა და ინსტრუმენტებს, რომელთა გამოყენებაც შესაძლებელია პროექტის მიმდინარეობის დროს და ასევე სწავლობენ, როგორ უნდა ითანამშრომლონ დემოკრატიულად და სამართლიანად მთელი პროექტის განმავლობაში.

ნაწილი	საჭირო დრო
1	15 წთ.
1	30 წთ.
2	45 წთ.
3	45 წთ.
4+5	45 წთ.

ნაწილი 1: პროექტის მენეჯმენტის შესავალი

„პროექტის მენეჯმენტის შესავალში“ მოსწავლეები უფრო ახლოს გაეცნობიან, თუ რას წარმოადგენს პროექტის მენეჯმენტი და როგორ შეიძინონ უფრო მეტი ცოდნა პროექტის სხვადასხვა ფაზის შესახებ.

რჩევები დაწყებამდე:

გააცანით მოსწავლეებს სავარჯიშო, და ამავდროულად, იმსჯელეთ იმის შესახებ, თუ რომელ პროექტებში მონაწილეობდნენ ისინი. ჩამოწერეთ დაფაზე საჭირო ინფორმაცია, რაც ეხება მოსწავლეთა მიერ დასახელებულ ყველა პროექტს (მაგალითად, დაბადების დღის წვეულების ორგანიზებისა და სასკოლო პროექტები, სხვა პოპულარული პროექტები). ამით თქვენ ხელს შეუწყობთ მოსწავლეებს, დაფიქრდნენ და შეაფასონ საკუთარი შესაძლებლობები პროექტების მენეჯმენტთან დაკავშირებით, რასაც ისინი ადრე არ მიიჩნევდნენ მნიშვნელოვნად პროფესიულ კონტექსტში.

გაითვალისწინეთ, რომ ისეთი საგანი, როგორიცაა პროექტის მენეჯმენტი, მოიცავს საკმაოდ ფართო სფეროს და ზოგისთვის იგი არის სრულიად უცნობი.

გაიცანით გუნდი:

ეს თავი მომზადებულია მეწარმე მოსწავლის - ემას, გაბის, სალისა და ლეონის სცენარის მიხედვით. ისინი ერთად იწყებენ კომპანიას, რომელიც ხანდაზმულებს სასურსათო პროდუქტების შეძენაში ეხმარება. თავის თითოეული ნაწილი იწყება მათი ისტორიით იმ მიზნით, რომ შესაბამისი კონტექსტი მიეცეს პროექტის მენეჯმენტის იმ ინსტრუმენტებს, რომელიც თავშია გამოყენებული. აგრეთვე, იმ ფაზებს, რომლებშიც ისინი იმყოფებიან.

აქტივობა 1.1: რა არის პროექტი?

აქტივობა იწყება კითხვით: რა არის პროექტი? და შემოთავაზებულია 2 პასუხი. სწორია ბ პასუხი.

ასევე დამატებით ახსნაში შესაძლებელია ჩაწერონ:

1. დროებითი/დროში შეზღუდული. მას აქვს დასაწყისი და დასასრული;
2. ის ქმნის უნიკალურ პროდუქტს, მომსახურებას ან/და გადის კონკრეტულ შედეგზე.

3. პროექტი არ არის ყოველდღიური, ყოველკვირეული ან თუნდაც ყოველთვიური რუტინა ან ისეთი საქმიანობა, როგორიცაა, მაგალითად, კბილების გახეხვა ან დღიური სამუშაო. ამ აქტივობებს ეწოდება „მიმდინარე ოპერირება“ - ანუ, მიმდინარედ საქმეების გაკეთება.

პროექტის რამდენიმე მაგალითია: კომპანიაში ახალი პროდუქტის ან მომსახურების შექმნა, ან თუნდაც ისეთი მარტივი რამ, როგორიცაა საოჯახო სადილის ორგანიზება, სასკოლო ნაშრომის დაწერა ან დაბადების დღის წვეულების დაგეგმვა.

ხშირად, სკოლაში ყოფნისას თუ თავისუფალ დროს, ჩვენ ვიყენებთ პროექტის მენეჯმენტის სხვადასხვა ინსტრუმენტს ისე, რომ ამაზე არც კი ვფიქრობთ. რამდენიმე მათგანი შეიძლება მნიშვნელოვანი იყოს მოსწავლისათვის/სტუდენტებისთვის სახალისო მომენტების შესაქმნელად, ბევრის შესახებ კი შეიძლება თავადაც არ იცით, რომ მათ გამოიყენეს ეს ინსტრუმენტები.

კარგი ორგანიზების უნარი თქვენ შეიძლება გამოავლინოთ პირად ცხოვრებაში, მაგალითად, წვეულების წინ, მაგრამ ის შეუმჩნეველი დარჩეს კლასში და ინფორმაციამ ვერასოდეს მიაღწიოს მასწავლებლამდე.

კითხვის მიზანია გამოკვეთოს და აჩვენოს, რომ პროექტის მენეჯმენტში, ამა თუ იმ ფორმით, ყველას აქვს გარკვეული გამოცდილება, და რომ ეს უნარები ხანდახან ვლინდება ისეთ სიტუაციებში, რომლებზეც მოსწავლეებს/სტუდენტებს წინასწარ არც კი უფიქრიათ. ეს ინდივიდუალური დავალებაა, მაგრამ შესაძლებელია, რომ რამდენიმე პირმა ჯგუფურად შესრულოს იგი, შემდეგ კი საკლასო ოთახში მსჯელობა გამართონ ამ საკითხებზე.

მსჯელობის მიმართულებები:

- ✓ შეგიძლიათ გამართოთ დისკუსია თემაზე „რა არის პროექტი?”
- ✓ განიხილოთ რეალური ცხოვრების მაგალითები (სასკოლო ღონისძიება, დაბადების დღის დაგეგმვა, საქველმოქმედო აქცია);
- ✓ ტერმინების გასაგებად გამოიყენოთ AI ჩატბოტი.

აქტივობა 1.2: ძირითადი როლები პროექტის მენეჯმენტში

ემა განმარტავს გუნდის შიგნით განსხვავებულ როლებს. მოსწავლეებმა უნდა წაიკითხონ თითოეული წინადადება და სწორი ტერმინი ჩასვან შესაბამის წინადადებაში. ტექსტში მოცემულია საკმარისი მინიშნებები იმისთვის, რომ მათ ეს სწრაფად გაარკვიონ!

სიტყვების თანმიმდევრობაა:

1. პროექტის მენეჯერი;
2. დაინტერესებულ მხარეებს;
3. პროექტის სპონსორი;
4. გუნდის წევრები.

აქტივობა 1.3: პროექტის მენეჯმენტის პროცესები

ამ აქტივობაში ლეონი საუბრობს პროექტის მენეჯმენტის სხვადასხვა პროცესზე, რომელსაც მოსწავლეები მასთან ერთად გაივლიან. განმარტავს, რომ ეტაპობრივად გასავლელია ხუთი თანმიმდევრული პროცესი.

მოსწავლეებმა ყურადღებით უნდა წაიკითხონ ტექსტი, რადგან მათ დასჭირდებათ პასუხები ქვემოთ მოცემული აქტივობის შესასრულებლად. თავსატეხის გადასაჭრელად, სურათების სწორი თანმიმდევრობით გადალაგებაა საჭირო, სახელმძღვანელოში მოსწავლეებმა უნდა მიუწერონ თანმიმდევრული ნომერი პროცესებს.

დამატებითი აქტივობა მსმენელთა ჩართვის მიზნით: დასვით შეკითხვა: „რომელი პროცესი მიგაჩნიათ ყველაზე რთულად და რატომ?“. მოაწყვეთ მოკლე დისკუსია კლასთან და იმსჯელეთ მათი განსხვავებული პასუხების გარშემო და აღნიშნეთ, რომ გუნდში განსხვავებული პრეფერენციების არსებობა პოზიტიურია.

ამ გზით გუნდში თქვენ გეყოლებათ მოტივირებული წევრები პროექტის მენეჯმენტის ყველა პროცესის განხორციელების დროს.

ამ აქტივობის სწორი პასუხია:

1. ინიცირების
2. დაგეგმვის
3. განხორციელება/აღსრულება
4. მონიტორინგი და კონტროლი
5. დასრულება

აქტივობა 1.4: პროექტის მენეჯმენტის სამი შეზღუდვა

სალი განმარტავს, რომ თქვენ უნდა გაითვალისწინოთ: ***მოცულობა, ბიუჯეტი და დრო*** თითოეული პროექტის განხილვისა და დაგეგმვის განმავლობაში. თუ ერთი რომელიმე ელემენტი შეიცვლება, ის გავლენას მოახდენს მეორეზე.

თქვენს მოსწავლეებს მიეცით საშუალება, რომ მათ წაიკითხონ სხვადასხვა „ცვლილებები“ და განიხილონ, თუ რა სახის შეზღუდვებია ისინი.

სწორი პასუხებია:

ა) **დრო:** თქვენ დაგჭირდებათ ქალაქში წასვლა და სარეზერვო ადგილის მოძებნა და შეთანხმება.

ბ) **მოცულობა:** მათ უნდა შეამცირონ საკვების ხარისხი და აირჩიონ შედარებით იაფი ვარიანტი.

ნაწილი 2: პროექტის ინიცირება

ამ ნაწილში „პროექტის ინიცირება“ ჩვენ უკეთ გავეცნობით მოსწავლეთა ჯგუფს.

ისინი დაგვეხმარებიან პროექტის ინიცირების პროცესის სხვადასხვა ფაზაში.

ინიცირების პროცესი

ლეონი განმარტავს პროექტის მენეჯმენტის სამ მიზანს. შემდეგ ის აზუსტებს რამდენიმე ძირითად საკითხს, პროექტის უკეთ განსაზღვრისათვის.

პროექტის განსაზღვრა: ძირითადი კითხვები

თქვენ იწყებთ რამდენიმე ძირითადი კითხვით: „რატომ?“, „ვინ?“, „რა?“, „როდის?“, „სად?“, „როგორ?“ . ეს კითხვები დაეხმარება მოსწავლეებს, რომ მათ მეტი გაიგონ იმ ბიზნესის შესახებ, რომელსაც, მაგალითად, თვითონ დაიწყებენ.

აქტივობა 1.5: პროექტის განსაზღვრა

აქტივობისას მათ ყურადღებით უნდა წაიკითხონ თითოეული წინადადება და დაფიქრდნენ, შეძლებენ თუ არა მას დაუკავშირონ ზემოთ მოცემული ერთსიტყვიანი კითხვებიდან რომელიმე. თუ მათ თქვენი დახმარება დასჭირდებათ, დაუსვით შემდეგი კითხვა: „თუ ხმამაღლა წაიკითხავთ წინადადებას, აღმოაჩენთ, რომ ეს არის პასუხი კონკრეტულ კითხვაზე. ბოლოს მათ უნდა დაწერონ, რომელ კითხვაზე პასუხი არ არის მიცემული პროექტის აღწერაში, გამორჩენილია პასუხი კითხვაზე „როდის“. ასევე მოსწავლეებს უთხარით, რომ მოინიშნონ შემდეგი ინფორმაცია: *ჩვენ გვსურს მომსახურების დაწყება პარასკევს, 17 ივნისს. ჩვენ წინასწარ, მოსამზადებლად გვჭირდება დაახლოებით 6 თვე იმისთვის, რომ დავგეგმოთ ყველა შედეგის შესრულება. სკოლის საბჭო დაამტკიცებს ჩვენს გეგმებს, სავარაუდოდ, აპრილის ბოლო კვირაში.*

ამის შემდეგ მოსწავლეები დაჰყავით ჯგუფებად და უთხარით, რომ გუნდურად შეადგინონ პროექტის მოკლე აღწერა ამ 6 კითხვის გამოყენებით. შესაძლებელია მისცეთ მიმართულება პროექტის იდეის ან სფეროს სახით, მაგალითად: გარემოს დაცვა, ნარჩენების მართვა, ენერგიის დაზოგვა, ბავშვების სასწავლო რესურსებით უზრუნველყოფა და ა.შ.

აქტივობა 1.6: დაინტერესებული მხარეების განსაზღვრა

ამ აქტივობით მოსწავლეები უფრო მეტს იგებენ დაინტერესებული მხარეების და მათი დადგენის შესახებ.

დაინტერესებული მხარეები არიან ის ადამიანები ან ორგანიზაციები, რომლებსაც აქვთ ინტერესი პროექტის მიმართ და გავლენა მის შედეგებზე - როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი. ისინი შეიძლება იყვნენ პროექტის უშუალო მონაწილეები ან მისი შედეგების მომხმარებლები.

ამ სავარჯიშოში იყენებთ ცხრილს, სადაც სივრცეები გამოტოვებულია. თქვენს მსმენელთა კონტინგენტზეა დამოკიდებული იმის გაგება, თუ ვის რომელი როლი უფრო მეტად შეესაბამება. გაბის მონათხრობში აღწერილია ყველა დაინტერესებული მხარის როლი, ანუ ისტორია მოიცავს ყველა პასუხს. თქვენმა მოსწავლეებმა უნდა ჩასვან სწორი სახელი სწორ სვეტში, შემდეგ კი ელექტრონული ფოსტის მისამართები უნდა გადმოიტანონ, რომელიც ყველაზე ადვილი გასაკეთებელია მას შემდეგ, რაც ყველა დაინტერესებული მხარის სახელი ექნებათ სწორად მინიშნებული ისრით - ისინი უბრალოდ უნდა შეუსაბამოთ სახელებს.

მოცემული ცხრილი შემდეგნაირად უნდა იყოს შევსებული

სახელი	როლი პროექტში	საკონტაქტო ინფორმაცია
რუბენ აგილარი	სპონსორი	reuben@localstore.org
კირა ბელტრანი	ხანდაზმულთა სახლი	keira@elderlyhome.org
ემმა	პროექტის მენეჯერი	carmen@school.org
სალი	გუნდის წევრი	soren@school.org
ბარბარა ბრასელსი	სკოლის საბჭო	brusselsb@schoolboard.org

პროექტის წესდების შექმნა

ლეონი განუმარტავს სტუდენტებს, თუ რა არის პროექტის წესდება და რისთვის გამოიყენება იგი. ვინაიდან ამ განმარტებასთან დაკავშირებული აქტივობა არ არის მოცემული, ამიტომ, შესაძლებელია, რომ დაიწყოს საუბარი პროექტის წესდების გამოყენების შესახებ.

მოსწავლეებმა უნდა წაიკითხონ ლეონის და მისი გუნდის მიერ შექმნილ პროექტის წესდებას.

ჰკითხეთ თქვენს მოსწავლეებს: რატომ არის მნიშვნელოვანი პროექტის წესდების შექმნა?

პასუხები შეიძლება იყოს შემდეგი:

- პროექტის შექმნის მიზნის გამოსახატავად;
- მიღწეული პროგრესის შესაფასებლად;
- იმის გასაგებად, თუ რა ვარაუდები/მოლოდინები არსებობს პროექტთან დაკავშირებით;
- რა შეზღუდვები შეიძლება არსებობდეს პროექტის დაწყებამდე და თუ ყველა თანახმაა, როდის წარმოიქმნება ეს შეზღუდვები.

პროექტზე მუშაობისას ახალგაზრდებს არ უნდა დაავიწყდეთ გარემო და სოციალური გავლენა. მოსწავლის წიგნში ახსნილია თითოეული მათგანი.

თქვენ შეგიძლიათ მოსწავლეებს დამატებით დაუსვათ შემდეგი კითხვები:
გარემოსთან მიმართებაში

- ✓ როგორ მოქმედებს თქვენი პროექტი გარემოზე?
- ✓ თუ იცით, რა არის მდგრადი განვითარების მიზნები?
- ✓ თუ გსმენიათ მწვანე გადასვლის (ტრანზიციის) შესახებ?
- ✓ რა ნაბიჯებს გადადგამთ, რომ პროექტმა ნაკლები ზიანი მიაყენოს გარემოს?
- ✓ რომელი რესურსების გამოყენებაა საჭირო და არის თუ არა ისინი განახლებადი?
- ✓ შესაძლებელია თუ არა პროექტში ნარჩენების შემცირება ან გადამუშავება?
- ✓ როგორ შეამცირებს თქვენი პროექტი ენერგიის მოხმარებას ან ნახშირორჟანგის გამოყოფას?
- ✓ გაქვთ თუ არა გათვალისწინებული ალტერნატიული, ეკოლოგიურად უსაფრთხო მასალების გამოყენება?
- ✓ რა არის პროექტის შესაძლო გრძელვადიანი გავლენა ეკოსისტემაზე?

სოციალურ გავლენასთან მიმართებაში

- ✓ ვინ ისარგებლებს ყველაზე მეტად თქვენი პროექტით?
- ✓ რა დადებით ცვლილებებს მოუტანს პროექტი ადგილობრივ საზოგადოებას?
- ✓ არის თუ არა რაიმე ჯგუფი, რომელსაც პროექტმა შეიძლება უარყოფითი გავლენა მოუტანოს?
- ✓ როგორ შეცვლის პროექტი ადამიანების ყოველდღიურობას ან ჩვევებს?
- ✓ შექმნის თუ არა პროექტი ახალ სამუშაო ადგილებს ან საგანმანათლებლო შესაძლებლობებს?
- ✓ როგორ შეუწყობს პროექტი ხელს თანასწორობისა და ინკლუზიის განვითარებას?
- ✓ რომელი სოციალური პრობლემის გადაჭრაში ეხმარება თქვენი პროექტი?

ნაწილი 3: პროექტის დაგეგმვა

ნაწილის მიზანია, უფრო მეტი გავიგოთ პროექტის დაგეგმვის შესახებ და რომ ეს პროცესი დავყოთ აქტივობებად კერძოდ:

- სამუშაო დაჰყავით აქტივობებად;
- განსაზღვრეთ აქტივობების პრიორიტეტული თანმიმდევრობა;
- შეაფასეთ თითო აქტივობისთვის საჭირო დრო;
- გაანაწილეთ როლები და პასუხისმგებლობები.

დაგეგმეთ, თუ როდის და როგორ უნდა განახორციელოთ პროექტზე მონიტორინგი და კონტროლი.

თქვენი მოსწავლეები უფრო მეტს შეიტყობენ სხვადასხვა ინსტრუმენტების შესახებ, რაც მათ დაეხმარებათ დაგეგმვის პროცესში.

ემა განმარტავს, თუ რა არის დაგეგმვის პროცესი.

პროექტის დროის გრაფიკის შედგენა

გაბი ყველა საფეხურს ჰყოფს იმ მიზნით, რომ გუნდისთვის შექმნას შესაფერისი დროის გრაფიკი. განსაკუთრებით, ყურადღებას ამახვილებს დამოკიდებულ და დამოუკიდებელ საქმიანობას შორის განსხვავებებზე.

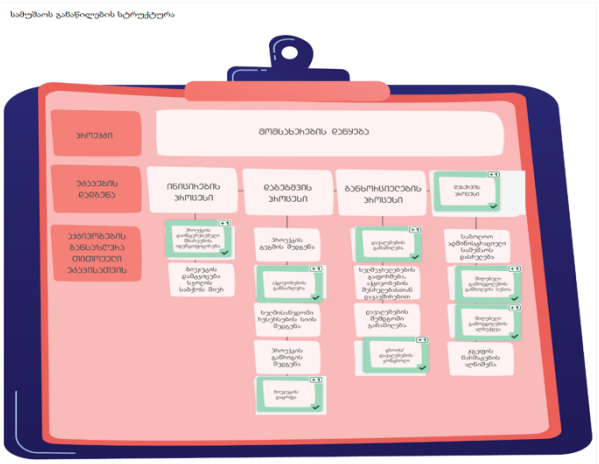
აქტივობა 1.7: სამუშაოს განაწილების სტრუქტურა

მსმენელები შეავსებენ სამუშაოს დაყოფის სტრუქტურის უჯრებს, რომლებიც წარმოდგენილია შაბლონის სახით. ეს საჭიროა იმის აღსაქმელად, თუ ანალოგიურ სიტუაციაში, როგორ შეავსონ უჯრები „გროსერიდოს“ გუნდმა. გადაიტანეთ სწორი სურათები სწორ „ზონაში“. გამოიყენეთ ტექსტი იმის გასაგებად, თუ როგორ გამოიყურება პროცესის განვითარება.

საბოლოოდ, იგი ასე უნდა გამოიყურებოდეს:

როლებისა და პასუხისმგებლობის განაწილება

ისინი განაგრძობენ ამ სავარჯიშოს შესრულებას პასუხისმგებლობების გადანაწილების მატრიცის გამოყენებით/შემოწმებით, რათა გაიაზრონ, რომ წამოწყების (სტარტაპის) თითოეულ წევრს აქვს საკუთარი მოვალეობები. ეს ინფორმაცია მოცემულია მოსწავლის წიგნში.



დაგეგმეთ როდის, რაზე და როგორ იმსჯელებთ.

ემა განმარტავს, რომ პროექტის განხორციელებისას გუნდის ყველა წევრი და დაინტერესებული მხარე საჭიროებს სიახლეებს. ქვემოთ თქვენ შეძლებთ ნახოთ, რა შეთანხმებები აქვთ დადებული მხარეებს, ამასთან დაკავშირებით.

ჰკითხეთ მოსწავლეებს/სტუდენტებს, სხვა რომელ გარიგებებს დადებდნენ ისინი ჯგუფის შიგნით იმისთვის, რომ გუნდის წევრი და დაინტერესებული მხარეები იყვნენ კმაყოფილნი.

აქტივობა 1.8: რისკის დაგეგმვა

ჩვენ დავასრულებთ პროდუქტის რისკის შეფასების მატრიცით. აქ მოსწავლეებმა/სტუდენტებმა უნდა გაიგონ, რომელ „შეზღუდვას“ ემუქრება რისკი, თუ შემოთავაზებული ინციდენტი მოხდება. დაე იმსჯელონ მათ, თუ რა შეიძლება იყოს ეს: „რესურსები“, „დრო“, „მოცულობა“ თუ „ხარისხი“? ან შეიძლება თუ არა, რომ ეს იყოს მათი კომბინაცია?

რა შეიძლება განვითარდეს არასწორად	**რისკის დონე:** **L = დაბალი** **M = საშუალო** **H = მაღალი**	**ზემოქმედების სფერო:** **R = რესურსები** **T = დრო** **S = მოცულობა** **Q = ხარისხი**	**როგორ ავიცილოთ თავიდან ან გამოვასწოროთ ეს?**
წვეულების ადგილის გაუქმების ალბათობა ბოლო წუთს	L	Q	შეარჩიეთ სარეზერვო ადგილი, რომელიც ყოველთვის ხელმისაწვდომია, მაგალითად, ხანდაზმულთა სახლის ბაღი
ხანდაზმულთა სახლი არ იჩენს სათანადო ინტერესს	M	R	უზრუნველყავით აქციები სხვა ახლომდებარე ხანდაზმულთა სახლებში
დეკორაციებს არ გვაწვდიან	H	S+Q	გაესაუბრეთ ადგილობრივი მაღაზიის მფლობელს და ასევე თან იქონიეთ ხელნაკეთი დეკორაციები

ეს აქტივობები შეიძლება შესრულდეს მოსწავლეს მიერ ინდივიდუალურად ან სხვებთან ერთად. კლასი ჯგუფებად დაჰყოთ და თითოეულს მისცეთ შესაძლებლობა, შეასრულოს განსხვავებული აქტივობა. იმსჯელეთ მსმენელებთან და საშუალება მიეცით მათ, რომ დაუსვან ერთმანეთს კითხვები, რათა გაიგონ, თუ კონკრეტულად რა ისწავლეს დაგეგმვის პროცესის შესახებ.

ნაწილი 4: განხორციელება, მონიტორინგი და კონტროლი

დროა დაიწყოს განხორციელება! მოსწავლეები აქამდე მუშაობდნენ შედარებით ნელ ტემპში. ახლა კი უფრო სწრაფად მოქმედებაა საჭირო. ამ თავში პროექტის გეგმა იქნება მათი გზამკვლევი.

დაგეგმვა: როდის და როგორ უნდა მოხდეს პროცესის მონიტორინგი და კონტროლი.

გაბი განუმარტავს სტუდენტებს, თუ თავსატეხის რა ნაწილებისგან შედგება პროექტის გეგმა; ბიუჯეტი, რისკები, მოცულობა, ეტაპები, დოკუმენტაცია და კომუნიკაცია. ახლა ყველაფერი ერთიან სახეს მიიღებს.

აქტივობა 1.9: პროექტის მენეჯმენტის ინსტრუმენტების გამოყენება

გაბი განმარტავს მათი პროექტის მენეჯმენტის ნომერ პირველ ინსტრუმენტს; ტრელო (Trello). ის ეხმარება მათ ფეხი აუწყონ ყველა იმ საქმიანობას, რომლებიც სჭირდებათ მათ ამ ფაზის დასასრულებლად.

დაეხმარეთ მოსწავლეებს ანგარიშის შექმნაში - მათ ამის გაკეთება შეუძლიათ Trello.com–ზე პროფილის შექმნით. შემდგომ, ისინი გააგრძელებენ თავიანთი პირველი პროექტის დაფის შექმნას, დაამატებენ ისეთ სხვადასხვა სვეტებს, როგორიცაა: ა) ანგარიში ამჟამინდელი სტატუსის შესახებ; ბ) შესასრულებელი, შეუსრულებელი და შეჩერებული საქმეები; აგრეთვე, გ) მომავალ კვირას და შემდგომ პერიოდში შესასრულებელი საქმეები.

მათ შეუძლიათ აირჩიონ სასურველი ფონის სურათი, უკეთესი ვიზუალისთვის!

ტრელოს გარდა, შესაძლოა გამოიყენონ გუგლის დრაივზე დოკუმენტების განთავსება ან და სხვა პლატფორმები პროექტის მართვის ინსტრუმენტად, მათი უფასო ვერსიების შესაძლებლობებია:

პლატფორმა	მომხმარებლის ლიმიტი	ძირითადი ფუნქციები	შეზღუდვები უფასო ვერსიაში	საუკეთესო გამოყენება
Trello	ულიმიტო	Kanban დაფები, ჩეკლისტები, ბორტების ტემპლეიტები	Advanced automation შეზღუდულია, reporting მინიმალური	მარტივი პროექტები და ვიზუალური მართვა
Asana	15-მდე	Task list, Kanban, Calendar, Basic integrations	Timeline, advanced reporting და goals ფასიანში	მცირე გუნდები Agile/Kanban პროცესით
ClickUp	ულიმიტო	Tasks, Docs, Goals, Time tracking	Advanced automation შეზღუდული	უნივერსალური all-in-one მართვის სისტემა
Monday.com	2-მდე	Kanban, Table view, Templates	მომხმარებელთა ლიმიტი, automation შეზღუდული	პირადი ან წყვილის პროექტები
Notion	თითქმის ულიმიტო	დოკუმენტები, მონაცემთა ბაზები, Kanban	Advanced permissions ფასიანში	პროექტის მართვა + დოკუმენტაცია ერთში
Airtable	ულიმიტო (1,000 ჩანაწერი თითო ბაზაზე)	Spreadsheet + Kanban, Templates	ჩანაწერების და automation ლიმიტი	მონაცემზე დაფუძნებული პროექტები
MeisterTask	ულიმიტო	Kanban დაფები, Basic integrations	Reporting და automation ფასიანში	მარტივი და ვიზუალური ბორტები
Jira	10-მდე	Scrum, Kanban, Backlog, Agile reporting	Advanced permissions და integrations შეზღუდული	IT/პროგრამირების გუნდები

მოსწავლეები რეგისტრირდებიან რომელიმე ინსტრუმენტზე.

აქტივობა 1.10: შექმენით ანგარიში მოსწავლის ამჟამინდელი სტატუსის შესახებ

„გროსერიდო“–ს გუნდი ყოველ კვირას ამზადებს ასეთ ანგარიშს, რომლის გადახედვაც ყველა დაინტერესებულ მხარეს შეუძლია. ამ გზით ყველა ჩართულმა ადამიანმა ზუსტად იცის, თუ საით, რა მიმართულებით მიდის პროექტი.

დაეხმარეთ მოსწავლეებს, შექმნან საკუთარი ანგარიში. მათ შეუძლიათ ძირითადად ეს ფოტოს სხვადასხვა სეგმენტებზე გადაწერა და გამოსახულების გადიდება მასზე დაწკაპუნებით.

ჰკითხეთ მოსწავლეებს: რა შეიძლება შეიცვალოს ამ ანგარიშში იმისთვის, რომ პროექტი ნაკლებად პოზიტიური გახდეს?

ნაწილი 5: პროექტის დასრულება

დროა დავხუროთ/დავასრულოთ პროექტი! გუნდმა ბევრი იმუშავა იმ ღონისძიებების დასაწყებად, რომლებზეც ოცნებობდნენ და მიაღწიეს კიდეც წარმატებას.

„ჩვენ ეს შევძელით!“

პროექტის გუნდის წევრები ერთმანეთს ეუბნებიან, რომ ისინი ახლა მზად არიან პროექტის დასასრულებლად. ეს ის ეტაპია, რომელსაც ხშირად დიდ მნიშვნელობას არ ანიჭებენ. თუმცა, ძალიან მნიშვნელოვანია ყურადღება გაამახვილოთ მიღწევებსა და/ან შეცდომებზე , რომლის მაგალითზეც მიიღეთ გამოცდილება და ცოდნა!

პროექტის დასრულების პროცესი.

ემა განმარტავს **პროექტის** დასრულების პროცესის სხვადასხვა ელემენტს.

მაგალითად: აუცილებელია მომზადდეს პროექტის დასრულების შესახებ პრეზენტაცია ყველა დაინტერესებული მხარისათვის, შეგროვდეს და დაარქივდეს პროექტთან დაკავშირებული დოკუმენტაცია და განთავსდეს ისინი პროექტის პორტფოლიოში, ხელი მოეწეროს და გამოქვეყნდეს პროექტი, რათა დადასტურდეს მისი დასრულება და შეიქმნას „ნასწავლი გაკვეთილების“ შესახებ დოკუმენტი, დასრულდეს თვითშეფასებისა და თანატოლთა შეფასების სესია.

თვითშეფასება და თანატოლთა შეფასება

ლეონი განმარტავს, თუ როგორ წარიმართა მათი თანატოლების შეფასების სესია. მას მოჰყავს ნათელი მაგალითი, თუ როგორ შეგიძლიათ ჩაატაროთ ასეთი სესია. ეს საკმაოდ მარტივია: აიღეთ პატარა, წებოვანი ქაღალდი და ახსენით თქვენი ამჟამინდელი შთაბეჭდილება ამ ადამიანის შესახებ. ასევე, დაამატეთ მოსაზრება იმის შესახებ, თუ მომავალშირისი გაკეთება შეუძლია ამ ადამიანს განსხვავებულად შემდეგში.

ჰკითხეთ მოსწავლეებს: მოსწონთ თუ არა მათი თანატოლების შეფასების სესიების ჩატარება და/ან უკუკავშირის გაცემა ?

რატომ კი ან რატომ არა?

დამატებითი აქტივობა: შეხვდით პროექტის მენეჯერს

ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველო 30 წელზე მეტია, რაც თანამშრომლობს სკოლებთან იმ მიზნით, რომ ახალგაზრდებს გაუჩნდეთ რწმენა საკუთარი სამეწარმეო შესაძლებლობების მიმართ. ჩვენ დარწმუნებულნი ვართ, რომ სამუშაო გარემო და ბიზნესთან კონტაქტი მნიშვნელოვანია სოციუმში ორიენტაციისთვის.

პროექტის მენეჯერთან სასწავლო ვიზიტი კარგი გზაა უფრო მეტი ინფორმაციის მისაღებად. სასწავლო ვიზიტმა, სასწავლო პროცესში დახმარებასთან ერთად, უნდა მისცეს ახალგაზრდებს შესაძლებლობა, ფართოდ გაახილონ თვალები და დაინახონ ის მიღწევები, რომლებსაც ზოგი შეიძლება სათანადოდ არ აფასებდეს, მაგალითად, რა არის საჭირო იმისთვის, რომ პროექტის მენეჯერი იყო.

თქვენი, როგორც პედაგოგის, როლი არის ის, რომ იყოთ პასუხისმგებელი კლასზე და იზრუნოთ სწავლებაზე სასწავლო ვიზიტის დაწყებამდე და მის შემდგომ პერიოდში. პროექტის მენეჯერის როლი არის გააცნოს სტუდენტებს სიტუაცია „ფარდის მიღმა“ და დაანახოს პროექტის მენეჯერის სახე.

სასწავლო ვიზიტის მიზანია, რომ ახალგაზრდები შეხვდნენ პროექტის მენეჯერს სამუშაო გარემოში. მათი მიზანია, რომ შეხვედრის შემდეგ ჰქონდეთ ნათელი წარმოდგენა იმაზე, თუ რას ნიშნავს იყო პროექტის მენეჯერი და გაითავისონ, რომ აქვთ თვისებები და შესაძლებლობები იმისათვის, რომ გახდნენ მენეჯერები.

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების“ აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები);
- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიინტერესა);
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება).

ეს სამი კითხვა აძლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცია): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად“ - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

დავალება: სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ მოკლე ესსე ქვემოთ ჩამოთვილიდან ერთ-ერთ თემაზე:

1. **რა არის პროექტი ჩემს ყოველდღიურ ცხოვრებაში?**
   - როგორ ვიყენებ პროექტის დაგეგმვას და მართვას სახლში, სკოლაში ან მეგობრებთან.
2. **რატომ არის მნიშვნელოვანი პროექტის მიზნების დასახვა?**
   - რა როლს თამაშობს მიზნების სიზუსტე და გაზომვადობა.
3. **პროექტის მენეჯერის როლი და ჩემი ხედვა**
   - როგორი უნდა იყოს ლიდერი, რომელიც წარმატებულად მართავს გუნდს.
4. **სამი შეზღუდვა - დრო, ბიუჯეტი და მოცულობა ჩემი გამოცდილებით**
   - მაგალითი საკუთარი ცხოვრებიდან, როცა ერთ-ერთი შეზღუდვა ყველაზე მეტად დამეუფლა.
5. **რისკები და მათი მართვა ჩემს პროექტში**
   - როგორ ვხვდები შესაძლო რისკებს და რა ნაბიჯებს ვდგამ პრობლემების თავიდან ასაცილებლად.
6. **როგორ ვხედავ AI ჩატბოტების გამოყენებას პროექტის მართვაში?**
   რა სარგებელი და შეზღუდვები შეიძლება ჰქონდეს ხელოვნურ ინტელექტს.
7. **გუნდის მუშაობა და როლების გადანაწილება**
   - რატომ არის საჭირო პასუხისმგებლობების სწორი განაწილება.
8. **გარემოსდაცვითი და სოციალური გავლენა: ჩემი პროექტის მაგალითზე**
   - როგორ შეიძლება პროექტმა დადებითად ან უარყოფითად იმოქმედოს გარემოსა და საზოგადოებაზე.
9. **რას ვსწავლობ შეცდომებისგან?**
   - რატომ არის მნიშვნელოვანი პროექტის პროცესში არამარტო წარმატების, არამედ შეცდომების გააზრებაც.
10. **მომავალი პროექტი, რომლის განხორციელებაც მინდა**
    - საკუთარი იდეის აღწერა, მისი მიზნები და დაგეგმილი ნაბიჯები.

თქვენი შეხედულებისამებრ, ესსე შეგიძლიათ მისცეთ მოსამზადებლად 3-5 კაციან ჯგუფებს, ასევე უფრო დააკონკრეტოთ ესსეს თემატიკა და ჯგუფში მომზადდეს არა 3, არამედ 5 ან 10 ესსე, ასევე სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ პრეზენტაცია მის გარშემო, გამოყავით 1 ან 2 გაკვეთილი პრეზენტაციების მოსასმენად და იმსჯელეთ ამ საკითხების გარშემო. თუ მოსწავლეები ესსეს ჯგუფურად მოამზადებენ, შეფასება ჯგუფში შემავალ თითოეულ მოსწავლეს ინდივიდუალურად უნდა დაუწეროთ. ესსეს მოსამზადებლად შეუძლიათ გამოიყენონ, საძიებო სისტემა

www.google.com, www.youtube.com, ხელოვნური ინტელექტის პლატფორმები, ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს ვებ-გვერდი, სადაც ეს მასალები განთავსებულია ელექტრონულად www.jag.ge.

ტერმინთა განმარტებები

აქტივობა (Activity) – სამუშაოს მკაფიო, დაგეგმილი ნაწილი, რომელიც სრულდება პროექტის განმავლობაში და ემსახურება კონკრეტული შედეგის მიღწევას.

აღსრულების პროცესი (Execution Process) – პროექტის განხორციელების ეტაპი, რომელიც მოიცავს დაგეგმვის პროცესში განსაზღვრული აქტივობების შესრულებას.

დაშვებები (Assumptions) – პროექტის დაგეგმვისას მიღებული მოსაზრებები ან ფაქტორები, რომლებიც ჭეშმარიტად მიიჩნევა, თუმცა არ არსებობს მათი სრული დამადასტურებელი მტკიცებულება.

დაინტერესებული მხარეები (Stakeholders) – პირები ან ორგანიზაციები, რომლებსაც აქვთ პირდაპირი ან არაპირდაპირი ინტერესი პროექტის პროცესისა და შედეგის მიმართ.

დახურვა (Project Closure) – პროექტის საბოლოო ეტაპი, როდესაც ყველა აქტივობა დასრულებულია, შედეგები შეფასებულია და პროექტი ოფიციალურად იხურება.

დახურვის პროცესი (Closing Process) – პროცესი ან პროცესების ერთობლიობა, რომელიც ხორციელდება პროექტის, ფაზის ან კონტრაქტის ფორმალურად დასრულების მიზნით.

ეტაპი (Stage) – პროექტში მნიშვნელოვანი მონაკვეთი ან მოვლენა, რომელიც აღნიშნავს კონკრეტული ფაზის დასრულებას ან ახალი ეტაპის დაწყებას.

ეტაპების დაგეგმვა (Planning Stages) – განრიგის დაგეგმვის მეთოდი, რომელიც წარმოადგენს პროექტის საქმიანობების ეტაპობრივ განაწილებას განსაზღვრული ვადების მიხედვით.

თვითშეფასება (Self-Assessment) – პროცესი, რომლის დროსაც პიროვნება დამოუკიდებლად აფასებს საკუთარ შესრულებას, პროგრესსა და შედეგებს.

ინიცირების პროცესი (Initiation Process) – ის პროცესები, რომლებიც ხორციელდება ახალი პროექტის ან პროექტის ახალი ფაზის დასაწყებად, ოფიციალური ნებართვის მიღების გზით.

კომუნიკაციის მენეჯმენტი (Communication Management) – პროექტის მენეჯმენტის კომპონენტი, რომელიც განსაზღვრავს როგორ, როდის, ვის მიერ და რა ფორმით მოხდება ინფორმაციის გავრცელება პროექტის შესახებ.

მიღებული გაკვეთილები (Lessons Learned) – პროექტის მიმდინარეობისას დაგროვილი ცოდნა და გამოცდილება, რომელიც გამოიყენება მომავალი პროექტების გაუმჯობესებისთვის.

მიღების კრიტერიუმები (Acceptance Criteria) – წინასწარ განსაზღვრული პირობები, რომლითაც ფასდება პროექტის საბოლოო შედეგის მიღება და დამტკიცება.

მონიტორინგი და კონტროლი (Monitoring and Control) – პროცესი, რომლის დროსაც ხდება პროექტის პროგრესის შეფასება და საჭიროების შემთხვევაში ცვლილებების შეტანა.

მონიტორინგისა და კონტროლის პროცესი (Monitoring and Control Process) – მთელი პროექტის განმავლობაში მიმდინარე პროცესი, რომელიც უზრუნველყოფს სამუშაოების დროულ და ბიუჯეტის ფარგლებში შესრულებას.

მოცულობა (Scope) – სამუშაოს ზომა და შინაარსი, რომელიც უნდა შესრულდეს პროდუქტის, მომსახურების ან შედეგის მისაღებად განსაზღვრული მახასიათებლებით.

მცოცავი მოცულობა (Scope Creep) – პროექტის ფარგლების უკონტროლო გაფართოება დროის, ბიუჯეტის და რესურსების შესაბამისი კონტროლის გარეშე.

პროექტი (Project) – დროებითი, კონკრეტულ მიზანზე ორიენტირებული საქმიანობა, რომელიც ქმნის უნიკალურ პროდუქტს, მომსახურებას ან შედეგს და აქვს დასაწყისი და დასასრული.

პროექტის განსაზღვრა (Project Definition) – პროცესი, რომლის დროსაც ფორმულირდება პროექტის მიზნები, ამოცანები, მოსალოდნელი შედეგები, რესურსები და განხორციელების პირობები.

პროექტის გუნდი (Project Team) – პირთა ერთობლიობა, რომლებიც პროექტის მენეჯერთან ერთად ასრულებენ პროექტის სამუშაოებს მისი მიზნების მისაღწევად.

პროექტის ინიცირება (Project Initiation) – პროექტის დაწყების ეტაპი, როდესაც განისაზღვრება მიზნები, ამოცანები, დაინტერესებული მხარეები და პროექტის განხორციელების დასაშვებობა.

პროექტის მენეჯერი (Project Manager) – პირი, რომელიც პასუხისმგებელია პროექტის დაგეგმვაზე, შესრულებაზე, მონიტორინგზე და მის წარმატებით დასრულებაზე.

პროექტის მენეჯმენტი (Project Management) – ცოდნის, ინსტრუმენტებისა და მეთოდების გამოყენების პროცესი პროექტის მიზნების მისაღწევად.

პროექტის სპონსორი (Project Sponsor) – პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც უზრუნველყოფს პროექტის ფინანსურ ან სხვა ტიპის რესურსებს და მხარს უჭერს მის წარმატებას.

პროექტის წესდება (Project Charter) – დოკუმენტი, რომელიც ოფიციალურად ადასტურებს პროექტის დაწყებას და განსაზღვრავს მის მიზნებს, როლებს, ვადებსა და მიღების კრიტერიუმებს.

პროექტის განრიგი (Schedule / Timeline) – პროექტის გეგმა-განრიგი, რომელიც ასახავს აქტივობებს, ვადებს, ხანგრძლივობასა და ეტაპებს.

რისკი (Risk) – გაურკვეველი მოვლენა ან მდგომარეობა, რომელიც მისი დადგომის შემთხვევაში დადებით ან უარყოფით გავლენას ახდენს პროექტის მიზნებზე.

რისკის მართვა (Risk Management) – პროცესი, რომელიც მოიცავს რისკების იდენტიფიცირებას, შეფასებას და მათი ზემოქმედების შემცირების ღონისძიებების დაგეგმვას.

რესურსი (Resource) – გუნდის წევრი ან ნებისმიერი მატერიალური და არამატერიალური საშუალება, რომელიც საჭიროა პროექტის დასასრულებლად.

სამი ძირითადი შეზღუდვა (Triple Constraint) – პროექტის სამი მთავარი პარამეტრი: მოცულობა (Scope), დრო (Time) და ბიუჯეტი (Cost).

შეზღუდვები (Constraints) – პირობები ან ფაქტორები, რომლებიც ზღუდავს პროექტის განხორციელებას (მაგალითად, ვადები, ბიუჯეტი, რესურსების ნაკლებობა).

შესრულება (Performance) – ნებისმიერი უნიკალური და გადამოწმებადი პროდუქტი, შედეგი ან მომსახურების შესრულების შესაძლებლობა, რომელიც საჭიროა პროცესის, ფაზის ან პროექტის დასასრულებლად.

თანატოლთა შეფასება (Peer Review / Peer Assessment) – გუნდის წევრების მიერ ერთმანეთის მუშაობის შეფასება თანამშრომლობისა და შედეგების გაუმჯობესების მიზნით.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე

მიზანი: მოსწავლემ ჯერ კიდევ არასტრუქტურირებულად აღწეროს გამოცდილება.

- რა არის პროექტი თქვენი სიტყვებით?
- რა თემაზე იყო პროექტი „გროსერიდო“?
- რა როლები გახსოვს პროექტის გუნდში?
- რა სიტყვები დაგამახსოვრდა პროექტების მართვასთან დაკავშირებით?

2. უნისტრუქტურული დონე

მიზანი: მოსწავლემ თითო ცნება ცალკეულად გააცნობიეროს.

საჭიროება

- რა ერთ საჭიროებას პასუხობდა „გროსერიდო“?

იდეა

- რა იყო პროექტის ძირითადი იდეა?

პროექტი

- დაასახელე ერთი გეგმა ან ეტაპი, რომელიც პროექტში იყო განსაზღვრული.

ღვაწლი

- რა ერთ ქმედებას თვლი ყველაზე მნიშვნელოვანად გუნდის მუშაობაში?

შედეგი

- რა ერთ შედეგს ელოდებოდა გუნდი პროექტის დასრულების შემდეგ?
- როგორ გვესმის „ყაირათიანობა“ პროექტების მართვის კონტექსტში?

3. მულტისტრუქტურული დონე

მიზანი: მოსწავლემ ჩამოთვალოს ცნებები და მაგალითები.

- რა რესურსები იყო საჭირო პროექტის განსახორციელებლად?
- რა შეზღუდვები ჰქონდა პროექტს (დრო, ბიუჯეტი, წესები)?
- რა ალტერნატიული გადაწყვეტილებები შეიძლებოდა მიგვეღო?
- რა ეტაპებს მოიცავდა პროექტის გეგმა?
- რა შრომა და პასუხისმგებლობა ეკისრებოდა გუნდის წევრებს?
- როგორ უნდა გაზომილიყო პროექტის შედეგი?

4. მიმართებითი დონე

მიზანი: მოსწავლემ დააკავშიროს ცნებები ერთიან ლოგიკურ ჯაჭვში.

- როგორ გადაიქცა საჭიროება კონკრეტულ იდეად?
- როგორ იმოქმედა რესურსების შეზღუდულობამ პროექტის გეგმაზე?
- როგორ ეხმარებოდა ბიუჯეტი და დროის განრიგი პროექტის მართვას?
- როგორ უკავშირდებოდა გუნდის თითოეული წევრის შრომა საერთო შედეგს?
- როგორ იზომებოდა პროექტის წარმატება (ინდიკატორებით)?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე

(განზოგადება და ტრანსფერი – „ვიყენებ სხვა სიტუაციებში“)

მიზანი: მოსწავლემ გამოცდილება გადაიტანოს მომავალ ცხოვრებაზე (გამოიყენოს მომავალში.

- როგორ გამოიყენებ პროექტის მართვის ცოდნას:
  - სკოლაში?
  - ყოველდღიურ ცხოვრებაში?
  - მომავალ პროფესიაში?
- თუ ახალ პროექტს დაიწყებდი, რას გააკეთებდი სხვანაირად?
- როგორ დაგეხმარა ეს თავი გადაწყვეტილებების მიღების უნარის განვითარებაში?

- როგორ შეცვალა ამ თავმა შენი წარმოდგენა მეწარმეობაზე?
- რას ნიშნავს შენთვის ახლა სიტყვა „შედეგი“?

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს პუნქტები რომელსაც ეთანხმება. ასევე შესაძლებელია გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც: 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები

საჭიროება (რესურსი და შეზღუდულობა)

☐ გავიგე, რა პრობლემის ან საჭიროების გადაწყვეტას ცდილობდა პროექტი
☐ შემიძლია ავხსნა, რატომ იყო ეს საჭიროება მნიშვნელოვანი
☐ ვიცოდი, რა რესურსები იყო ხელმისაწვდომი
☐ მესმოდა, რა იყო პროექტის ძირითადი შეზღუდვები (დრო, ფული, წესები)

იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილება)

☐ შემიძლია ავხსნა, როგორ გაჩნდა პროექტის იდეა
☐ განვიხილეთ ერთზე მეტი ალტერნატიული იდეა
☐ ვმონაწილეობდი არჩევანის გაკეთებაში
☐ მესმოდა, რატომ მივიღეთ კონკრეტული გადაწყვეტილება

პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)

☐ ვიცოდი პროექტის მიზნები
☐ მესმოდა პროექტის ძირითადი ეტაპები
☐ ვიცოდი, რატომ იყო საჭირო გეგმა
☐ მესმოდა ბიუჯეტის როლი
☐ ვიცოდი, როგორ უნდა შეფასებულიყო პროექტის წარმატება

ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)

☐ მქონდა განსაზღვრული როლი გუნდში
☐ ვასრულებდი ჩემს მოვალეობებს პასუხისმგებლობით
☐ ვავლენდი ინიციატივას
☐ ვმონაწილეობდი გუნდურ გადაწყვეტილებებში

შედეგი

☐ ვხვდები, რა შედეგისთვის უნდა მიეღწია პროექტს
☐ მესმოდა, როგორ იზომებოდა შედეგი
☐ შემიძლია შევაფასო პროექტის გავლენა
☐ ვიცი, რა ვისწავლე ამ თავისგან

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

ღია რეფლექსიური კითხვები

1. საჭიროება
რა საჭიროებას ან პრობლემას პასუხობდა პროექტი და რატომ იყო ეს მნიშვნელოვანი?

2. იდეა
რა ალტერნატიული იდეები შეიძლებოდა განგვეხილა და რატომ ავირჩიეთ საბოლოოდ ეს?

3. პროექტი
რომელი გეგმა, გადაწყვეტილება ან ინდიკატორი იყო ყველაზე მნიშვნელოვანი პროექტის წარმატებისთვის?

4. ღვაწლი
რა იყო შენი პირადი წვლილი პროექტში და რას გააკეთებდი სხვანაირად მომავალში?

5. შედეგი
რა შედეგი მიიღო პროექტმა და რა უნარები განივითარე შენ პირადად?

მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

1. რას ნიშნავს „საჭიროება“ პროექტის კონტექსტში?

ა. სურვილს, რომელიც ყოველთვის უნდა შესრულდეს
ბ. პრობლემას ან მოთხოვნას, რომელიც გადაწყვეტას საჭიროებს
გ. მხოლოდ ფინანსურ სიძნელეს
დ. გუნდის იდეას

სწორი პასუხი: ბ

2. რომელი არის რესურსის მაგალითი?

ა. დრო
ბ. იდეა
გ. მიზანი
დ. შედეგი

სწორი პასუხი: ა

3. რომელი არის შეზღუდულობის მაგალითი?

ა. გუნდის წევრების რაოდენობა
ბ. ინიციატივა
გ. მოტივაცია
დ. ალტერნატივა

სწორი პასუხი: ა

4. როდის ხდება იდეა პროექტად?

ა. როცა იდეა საინტერესოა
ბ. როცა იდეას აქვს გეგმა და მიზანი
გ. როცა იდეა ყველას მოსწონს
დ. როცა იდეა მხოლოდ სიტყვიერად არის აღწერილი

სწორი პასუხი: ბ

5. რას გულისხმობს ალტერნატივებს შორის არჩევანი?

ა. პირველი იდეის ავტომატურად მიღებას
ბ. ყველა იდეის ერთდროულად განხორციელებას
გ. რამდენიმე შესაძლო გზის განხილვას და ერთის არჩევას
დ. გადაწყვეტილების გადადებას

სწორი პასუხი: გ

6. რომელი ეკუთვნის პროექტის გეგმას?

ა. შედეგის შეფასება
ბ. ნაბიჯების და ვადების განსაზღვრა
გ. გუნდის მოტივაცია
დ. იდეის აღწერა

სწორი პასუხი: ბ

7. რას ნიშნავს ინდიკატორი პროექტში?

ა. პროექტის სახელწოდებას
ბ. ადამიანს, რომელიც აკონტროლებს პროექტს
გ. მაჩვენებელს, რომლითაც იზომება შედეგი
დ. პროექტის ბიუჯეტს

სწორი პასუხი: გ

8. რომელი არის „ღვაწლის“ მაგალითი?

ა. მიღებული მოგება
ბ. საბოლოო შედეგი
გ. გუნდის წევრის აქტიური შრომა და ინიციატივა
დ. პროექტის თემა

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

9. რა განსხვავებაა რესურსსა და შეზღუდულობას შორის?
10. რატომ არის მნიშვნელოვანი ალტერნატიული იდეების განხილვა გადაწყვეტილების მიღებამდე?
11. ჩამოთვალე პროექტის ორი ინდიკატორი.
12. რას ნიშნავს შენთვის „პასუხისმგებლობა“ პროექტში?

სიტუაციური ამოცანები

13. სკოლის გუნდს სურს, რომ მოაწყოს ეკო-კამპანია, მაგრამ აქვს შეზღუდული ბიუჯეტი და დრო.

კითხვები:

ა. რა არის ამ შემთხვევაში საჭიროება?

ბ. დაასახელე ორი რესურსი და ერთი შეზღუდულობა.

გ. რა ალტერნატიული იდეები შეიძლება განიხილონ?

დ. როგორ დაგეგმავ პროექტს (მიუთითე მინიმუმ 2 ნაბიჯი)?

ე. რა შედეგის მიღწევა იქნება წარმატების მაჩვენებელი?

14. სკოლაში შეამჩნიეს, რომ მოსწავლეები დიდი რაოდენობით იყენებენ ერთჯერად პლასტმასს. მოსწავლეთა ჯგუფს სურს დაიწყოს პროექტი, რომელიც ამ პრობლემის შემცირებას შეუწყობს ხელს.

კითხვები:

ა. რა არის ამ სიტუაციაში მთავარი საჭიროება?

ბ. ჩამოთვალე მინიმუმ 3 რესურსი, რომელიც პროექტს დასჭირდება.

გ. ჩამოთვალე მინიმუმ 2 შეზღუდულობა, რაც შეიძლება წარმოიშვას.

დ. რა შეიძლება იყოს პროექტის მოსალოდნელი შედეგი?

15. ორი იდეა განიხილება სკოლის პროექტისთვის:

ა. სკოლის ეზოში მწვანე სივრცის მოწყობა

ბ. ციფრული კამპანია ნარჩენების შემცირების შესახებ

დრო და ბიუჯეტი შეზღუდულია.

კითხვები:

ა. რა განსხვავებული რესურსები სჭირდება თითოეულ იდეას?

ბ. რომელი შეზღუდულობა იქნება გადამწყვეტი არჩევანისას გაკეთებისას?

გ. როგორ მიიღებს გუნდი გადაწყვეტილებას ამ ორ ალტერნატივას შორის?

დ. როგორ უნდა აისახოს ეს არჩევანი პროექტის გეგმაში?

16. პროექტი უკვე დაწყებულია, მაგრამ გუნდის წევრებს შორის პასუხისმგებლობები არ არის მკაფიოდ გადანაწილებული, რის გამოც ირღვევა ვადები.

კითხვები:

ა. რომელი პროექტული პრობლემა იკვეთება ამ სიტუაციაში?

ბ. როგორ აისახება ეს პრობლემა შედეგზე?

გ. რა ქმედებებს შესთავაზებ პროექტის მართვის გასაუმჯობესებლად?

დ. როგორ გაზომავ, რომ პროექტის მართვა გაუმჯობესდა (ინდიკატორები)?

მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები:

თავი II. მეწარმეობა და იდეები

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ აცნობიერებს წარმატებული მეწარმის თვისებებსა და სამეწარმეო აზროვნების თავისებურებებს;
- ✓ აფასებს გუნდური მუშაობისა და ლიდერობის მნიშვნელობას;
- ✓ შემოქმედებითად და ინოვაციურად უდგება იდეებსა და საქმიანობას;
- ✓ ახდენს იდეების გენერირებას და მათ დახარისხებას პროექტებისა და ბიზნესწამოყებისთვის;
- ✓ განსაზღვრავს მიზნებს, გეგმავს და იღებს პასუხისმგებლობას;
- ✓ იკვლევს პიროვნულ ღირებულებებს და იყენებს მათ გადაწყვეტილებების მიღებაში;
- ✓ აცნობიერებს მეწარმეობის როლს ეკონომიკურ განვითარებასა და თვითრეალიზაციაში.

მოსწავლე განავითარებს შემდეგ უნარებს:

შემოქმედებითობა, კრიტიკული აზროვნება, თანამშრომლობა, გადაწყვეტილების მიღება, განვითარება, ლიდერობა, საჯარო გამოსვლა, თვითშეფასება, ინფორმაციის სინთეზირება და შეფასება, გუნდური მუშაობა.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

მეწარმეობა; მეწარმე; სამეწარმეო უნარი; სამეწარმეო კომპეტენცია; კომპანია; კომპანიის პროგრამა; დირექტორთა საბჭო; სააქციო კაპიტალი; აქციონერი; ფინანსური ანგარიშგება; პასუხისმგებლობა; ანგარიშვალდებულება; ინიციატივა; ინოვაცია; თვითდაჯერებულობა; დროის მართვა; მარკეტინგი; მენეჯმენტი; გაყიდვები; მომხმარებელთა უფლებები; ცოდნის ეკონომიკა; ინფორმაცია; ინოვაციები; გუნდი; ლიდერი; ლიდერობა; სტრატეგიული ხედვა; მონიტორინგი; მიზანი; მიზანდასახულობა; რისკი; გონივრული რისკი; პერფექციონიზმი; თვითრეალიზაცია; ღირებულებები; აბსოლუტური ღირებულება; ინსტრუმენტული ღირებულება; პასუხისმგებლობა; თვითპატივისცემა; სოციალური პასუხისმგებლობა; ორგანიზებულობა; ფასდაკლება; ტრენდი; CV (Curriculum Vitae).

სავარაუდო დრო: 6 აკადემიური საათი (დამატებით 4 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- მეწარმეობა - ეს იდეების საქმედ ქცევაა!
- ადამიანები ალტერნატივების წინაშე დგანან;
- ადამიანის მოთხოვნილებები შეუზღუდავია, ხოლო მისი დაკმაყოფილების შესაძლებლობა შეზღუდული;
- ადამიანმა ღირსებით რომ იცხოვროს, უნდა იშრომოს, ხოლო საქმიანობის სფერომ სიამოვნება და კმაყოფილება უნდა მიანიჭოს, რათა თავად იყოს ბედნიერი.
- საჭიროება არის ის, რაც ადამიანს საარსებოდ უნდა ჰქონდეს.

მიმოხილვა

ეს თავი ეხება მეწარმეობის არსს, როგორც იდეების რეალურ საქმიანობად ქცევის პროცესს. მოსწავლე ეცნობა „კომპანიის პროგრამას“, რომელიც პრაქტიკული გამოცდილების მეშვეობით სთავაზობს ბიზნესის შექმნისა და მართვის უნარებს. აქ განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა მეწარმის პიროვნულ თვისებებსა და სამეწარმეო აზროვნების თავისებურებებს: ინიციატივას, მიზანდასახულობას, რისკის გაწევას, ინოვაციურობასა და გუნდურ მუშაობას. თავი ხაზს უსვამს წარმატებული ადამიანების თვისებებს, მიზნების სწორად დასახვისა და დაგეგმვის მნიშვნელობას, ასევე პიროვნული ღირებულებების როლს გადაწყვეტილებების მიღებაში. საბოლოოდ, თავი ასახავს მეწარმეობის მნიშვნელობას როგორც ეკონომიკური განვითარების მამოძრავებელ ძალას და პიროვნული თვითრეალიზაციის შესაძლებლობას, რაც მოსწავლეს ეხმარება საკუთარი კარიერული ხედვის ჩამოყალიბებაში.

ამ თავის ფარგლებში მოსწავლეებმა უნდა შეიცნონ მეწარმეობის, როგორც ბიზნესის და საქმიანობის დაწყების და ოპერირების არსი და მასწავლებელმა უნდა იმოქმედოს, როგორც მოტივატარმა და სტიმულის მიმცემმა, რათა მომავალში მოსწავლეები ჩართული იყვნენ „კომპანიის“ მომავალ საქმიანობებში.

ამ თავის მისიაა სხვადასხვა სავარჯიშოების საშუალებით კლასისგან შექმნას გუნდი, რომლის საფუძველზეც შესაძლებელი იქნება ეფექტური ორგანიზაცი(ებ)ის ჩამოყალიბება.

მოსწავლეებმა ერთად უნდა იმუშაონ ეფექტური და ეფექტიანი გუნდური გარემოს ჩამოყალიბებისთვის.

მონაწილეებმა უნდა შეიცნონ მეწარმეობის უნიკალურობა, გაითავისონ განსხვავება მეწარმეობის შესახებ არსებულ მითსა და რეალობას შორის.

თემის მიწოდების სტრატეგიები:

თქვენი შეხედულებისამებრ, შეგიძლიათ არ განახორციელოთ ყველა სავარჯიშო აქტივობიდან „შემოქმედებითი აზროვნების ბარათები“, ხოლო სხვა სავარჯიშოები სავალდებულოა.

ასევე შეგიძლიათ სავარჯიშოები თქვენი შეხედულებისამებრ გადააადგილოთ.

თავის დაწყებისას განიხილეთ საკითხები, რომელიც წარმოდგენილია მოსწავლის წიგნში.

აქტივობა 2.1. თქვენი დიდი პროექტი - ოცნებიდან რეალობამდე!

აქ შეგიძლიათ მოსწავლეებს გამოფენა გაყიდვების და ევროპის ჩემპიონატის GEN-E-ს ვიდეოები აჩვენოთ. აუხსენით, რა არის კომპანიის პროგრამა და ESP.

დაუსვათ ფრონტალური კითხვები და, ამასთანავე, მიანიშნეთ, რომ პროექტის მიზანი უნდა იყოს ის, რომ ჩვენ ბიზნესის ანუ, საქმის კეთება ვისწავლოთ, თუ ისეთი სამეწარმეო საწარმო ჩამოვაყალიბეთ, რომელიც წარმატებული იქნება და პერსპექტივა ექნება ბაზარზე შესაძლებელია ეს საწარმო ოფიციალურად დაარეგისტრიროთ კიდეც, რომლის მართვაში თავდაპირველად Junior Achievement Alumni Georgia და JAG Acceleration Hub დაგეხმარებათ და თუ რომელიმე შეჯიბრში წარმატებას მივაღწევთ, ეს ჩვენი ღვაწლის ჯილდო იქნება.

მოსწავლეებს უთხარით, რომ ამ პროექტს მხოლოდ იმიტომ თუ გააკეთებენ, რომ შეჯიბრებაში გაიმარჯვონ, ამ შეთხვევაში მათი გაწბილების ალბათობა ძალიან მაღალი შეიძლება იყოს.

წააკითხეთ მოსწავლეებს მასალა „ოცნებიდან რეალობამდე“ და აუხსენით, რომ ამ კურსის მიმდინარეობისას ისინი გახდებიან მეწარმეები და ჩამოაყალიბებენ რეალურ კომპანიას, ასევე აუხსენით, რომ ისინი შეძლებენ, იყვნენ აქციონერები ან თანამშრომლები და მიიღებენ მრავალ საინტერესო გამოცდილებას ბიზნესის შესახებ. თუმცა მანამდე სხვადასხვა აქტივობებით მეწარმული აზროვნებას უნდა დაეუფლონ.

ასევე, შეგიძლიათ მოუყვეთ ისტორიები რამდენიმე წარმატებული მეწარმის შესახებ.

მოსწავლეთა პასუხები იქნება განსხვავებული, იმასთან დაკავშირებით, სურთ თუ არა ბიზნესის წამოწყება.

თავად მოსწავლეებმა მიმდინარე სავარჯიშოების შემდეგ ორ ძირითად კითხვას უნდა გასცენ პასუხი:

1. თუ გიფიქრიათ თქვენი ბიზნესის წამოწყებაზე? რატომ კი ან რატომ არა?
2. რა კითხვები გაქვთ სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებით?

ამ კითხვებზე პასუხები განსხვავებული იქნება.

აქტივობა 2.2. აღმოაჩინე მეწარმეობა

მოსწავლეებს სთხოვეთ (კარგია, თუ იმუშავებენ წყვილებში, ან 4-5 კაციან გუნდებში) ხელოვნური ინტელექტისა და საძიებო სისტემების მეშვეობით, მოიძიონ მეწარმეობის 3 განსხვავებული განმარტება.

დაახლოებით პასუხები ასეთი იქნება:

- მეწარმეობა არის საქმიანობა, რომლის დროსაც ხდება ცოდნისა და უნარების გამოყენება საქონლისა და მომსახურების შესაქმნელად;
- მეწარმე არის ადამიანი, რომელიც ახალი პროდუქციის შექმნის ან საწარმოს მართვის უკეთესი გზის ძიების რისკს ეწევა
- მეწარმეობა არის სწრაფვა შესაძლებლობების გამოყენებისკენ შესაბამის რესურსებზე კონტროლის გარეშე (ჰოვარდ სტივენსონი HBS პროფესორი). სწრაფვა - ფოკუსირება კონკრეტული საკითხის გარშემო; შესაძლებლობა - არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობა; რესურსებზე კონტროლის გარეშე - რესურსების შეზღუდვა
- მეწარმეობის კომპეტენცია არის კულტურულ, სოციალურ, თუ ეკონომიკურ ღირებულების შექმნა და მოიცავს სხვადასხვა სახის მეწარმეობას, შიდა კორპორაციულ მეწარმეობას, სოციალურ მეწარმეობას, მწვანე და ციფრულ მეწარმეობას. მეწარმეობის კომპეტენცია ეხება ინდივიდებსა და ჯგუფებს (გუნდებსა და ორგანიზაციებს) და მოიცავს კერძო, საჯარო და მესამე სექტორში ღირებულების შექმნას. დაბოლოს, ეს არის ნეიტრალური დარგი: ერთს შეუძლია იმუშაოს იდეებსა და შესაძლებლობებზე, რათა შექმნას ღირებულება სხვებისთვის სხვადასხვა დარგში და ღირებულების ჯაჭვში. (ევროკომისია 2016; Entre Comp: სამეწარმეო კომპეტენციათა ჩარჩო)

აქტივობა 2.3. სავარჯიშო „ვინ მინდა, რომ ვიყო“

ამის შემდეგ, გააკეთებინეთ სავარჯიშო „ვინ მინდა, რომ ვიყო“. სთხოვეთ, ვისაც სურვილი ექნება, წარმოადგინოს თავისი პასუხები. ხშირად მოსწავლეების პასუხები ძალიან ზოგადია და კონკრეტულობა აკლია. ასეთ დროს უბრალოდ მიანიშნეთ რომ სჯობს უფრო კონკრეტული და გაბედულები იყვნენ. ადამიანმა ღირსებით, რომ იცხოვროს უნდა იშრომოს, ხოლო საქმიანობის სფეროს სიამოვნება და კმაყოფილება უნდა მიანიჭოს, რათა თავად იყოს ბედნიერი.

წარმატებული ადამიანების თვისებები - ეს არის დამატებითი საკითხავი, თუმცა შეგიძლიათ ეს ნაწილი დეტალურად გაიაროთ, ან ზოგადად მიმოიხილეთ და იმსჯელეთ 10-ვე თვისებაზე. შესაძლებელია ეს უბრალოდ სახლში წასაკითხად მისცეთ. ეს გრძელდება წარმატებული ადამიანების თვითშემუშავების მეთოდიკის ახსნით.

აქტივობა 2.4. სავარჯიშო: „მეწარმე ჩემში“

მოსწავლეებს მიეცით 10 წუთი სავარჯიშოს გასაკეთებლად. შემდეგ მოხალისეებს სთხოვეთ წარმოადგინოთ. გაითვალისწინეთ, ეს სავარჯიშო პირად ემოციებს უკავშირდება და შესაძლოა, ზოგიერთ მოსწავლეს ინფორმაციის გაზიარების სურვილი არ ჰქონდეს.

დამატებითი საკითხავი - ვინ არის წარმატებული მეწარმე

ტექსტის საფუძველზე ისაუბრეთ და იმსჯელეთ წარმატებულ მეწარმეზე.
უთხარით მოიყვანონ წარმატებული მეწარმის მაგალითები.

აქტივობა 2.5. პიროვნება და მისი ღირებულებები

ამ საკითხის მოსწავლეებთან უკეთ მისატანად გამოგადგებათ ე.წ. მაქსიმების სწავლების მეთოდი, როცა 1 ან 2 ღუზა მაქსიმას (ბრძნულ გამონათქვამს, ანდაზას ან აფორიზმს) თქვენ დაწერთ დაფაზე და წამოიწყებთ ამ საკითხის გარშემო საუბარს ან აკეთებთ სპექტრულ სავარჯიშოს და თითოეულს დამოკიდებულებად განიხილავთ, საფიქრალის მეთოდის შესაბამისად, მაგალითად:

1. კაცის ქცევა მისი კაცობის მაჩვენებელია, ხოლო მისი მსჯელობა - გონებისა.
2. ნაცვლად იმისა, რომ ვთქვათ, ადამიანი გარემოების პირმშოაო, სიმართლესთან უფრო ახლოს იქნებოდა გვეთქვა, რომ იგი გარემოების არქიტექტორია. ერთი და იმავე მასალისაგან ერთი ადამიანი სასახლეებს აშენებს, მეორე ქოხებს; ერთი საწყობებს, მეორე ვილებს; აგური და დუღაბი დუღაბად და აგურად რჩება მანამ, სანამ არქიტექტორი მათ სხვა რამედ არ აქცევს.
3. ჩვენ ვცხოვრობთ აწმყოში, ვოცნებობთ მომავალზე, მაგრამ მარადიულ ჭეშმარიტებებს წარსულისგან ვსწავლობთ .

ალტერნატიული სავარჯიშო - უკვდავებისა და უკვდავყოფის ანბანი

დაწერეთ დაფის შუა ნაწილში სიტყვა - ***„უკვდავება“***

შემდეგ სთხოვეთ მოსწავლეებს, განმარტონ უკვდავება. რა თქმა უნდა, პოზიტიური, ნეგატიური და პოეტური პასუხები იქნება.

შემდეგ უსვამთ შეკითხვას - შეუძლია თუ არა ადმიანს გახდეს უკვდავი?

პასუხები სხვაგვარი იქნება, თუმცა, მსჯელობა უნდა წარმართოთ ისეთნაირად, რომ თავად მივიდნენ დასკვნამდე - უკვდავება შესაძლებელია.

შემდეგ, ჩამოწერონ უკვდავების ფორმები, რომელიც შეიძლება ასეთი იყოს: შვილებში საკუთარი თავის გაგრძელება, დიდი საქმეების კეთება ან ნაშრომებისა და ნაწარმოებების შექმნა მომავალი თაობებისთვის.

დაფაზე დაწერილ სიტყვას გაუკეთეთ სხივები და ზედ დააწერეთ ფორმები, სასურველია, სხვადასხვა ფერით. მიიღებთ ცისარტყელისფერ მზეს ან უბრალოდ მზეს.

საბოლოოდ შეაჯამებთ სავარჯიშოს.

აქტივობა 2.6 ინდივიდუალური ღირებულების შეფასება

აქ მოცემულია ტესტი, რომელსაც აქვს 4 სვეტი, „ა“; „ბ“; და „გ“ სვეტში უნდა შეიტანონ ციფრები, მოცემული კითხვის თვითშეფასების პასუხის საფუძველზე, როგორც მოსწავლის წიგნშია მოცემული. საბოლოო ჯამში, შესაძლებელია მაქსიმუმ 15 ქულის გენერირება, შესაბამისად, „დ“ მიღებული ჯამი გამოხატავს, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის თითოეული პიროვნული ცხოვრებისეული ღირებულება. რომელი ღირებულებებიც მნიშვნელოვანია, მათ უფრო მაღალი ქულა ექნებათ.

აქტივობა 2.7. ტესტი - გაიგეთ რამდენად ორგანიზებული ხართ

სთხოვეთ მოსწავლეებს, შეავსონ რვეულებში მოცემული ტესტი - „გაიგეთ, რამდენად ორგანიზებული ხართ“, ხოლო მოგვიანებით, გააცანით პასუხების ინტერპრეტაცია.

ტესტის პასუხები - გაიგეთ, რამდენად ძლიერი ხართ

უმეტესად A. — **ორგანიზებული**

- თქვენ ხართ ორგანიზებული და ბუნებით ლიდერი. მოგწონთ, კონტროლი და ხართ ბედნიერი, როდესაც ორგანიზებას უწევთ სხვებს.
- გონებრივი იერიშის ნაწილში, თქვენ ხართ პირველი, რომელიც უძღვება გუნდს, უზრუნველყოფს როგორც ბალანსს ჯგუფის სხვა წევრების აზრებს შორის, ასევე იმას, რომ ყველამ გამოთქვას საკუთარი აზრი.
- თქვენ იქნებით გუნდის რეალური აქტივი დაგეგმვისა და პროტოტიპების შექმნისას.

უმეტესად B. — **შემოქმედებითი**

- თქვენ ბუნებით შემოქმედი და არტისტული ხართ. თქვენ შეიძლება მიიღოთ ინსტიქტებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილება და აარჩიოთ პრობლემის გადაწყვეტის უჩვეულო მიდგომა.
- გონებრივი იერიშის ნაწილში თქვენ, ჩვეულებრივ, გექნებათ ბევრი იდეა და იქნებით გუნდის რეალური აქტივი იდეის ფორმირების ეტაპზე.

- თქვენ უფრო მეოცნებე ხართ და გჭირდებათ კონცენტრირება იმისათვის, რომ დარწმუნდეთ თქვენი იდეების რეალისტურობაში.

უმეტესად C. **ტექნიკური**

- თქვენ ხართ ბუნებით ჩამოყალიბებული, სიზუსტის მოყვარული და გაქვთ დეტალებზე ყურადღების გამახვილების კარგი უნარი.
- გონებრივი იერიშის ნაწილში თქვენ ხართ გადამწყვეტი ხმა და იყენებთ ბალანსირებულ მიდგომას.
- თქვენ იქნებით გუნდის რეალური აქტივი კვლევის ეტაპზე.

აქტივობა 2.8. ტესტი - „გაქვთ თუ არა მეწარმეობის უნარი?
სთხოვეთ მოსწავლეებს, შეავსონ მათ სახელმძღვანელოში მოცემული ტესტი „გაქვთ თუ არა მეწარმეობის უნარი?“

ტესტი - გაქვთ თუ არა მეწარმეობის უნარი? იხილეთ მოსწავლის სახელმძღვანელოში.
შეფასება/პასუხები
54-80 ქულა - მეწარმეობის გამოკვეთილი უნარი გაქვთ;
27-53 ქულა - მეწარმეობის გარკვეული უნარი გაქვთ;
0-26 ქულა - მეწარმეობის უნარს მოკლებული ხართ.

გააცანით მოსწავლეებს ინფორმაცია სახელმძღვანელოს მეორე თავიდან და აუხსენით ორგანიზაციის არსი, ესაუბრეთ მომგებიან და არამომგებიან ორგანიზაციებზე და სოციალურ მეწარმეობაზე.

აქტივობა 2.9. ჩემი პირველი CV ანუ ბიოგრაფიული რეზიუმე.
სახელმძღვანელოში არის CV-ის სპეციალური ფორმა, რომელიც ცარიელია. მოსწავლეებმა უნდა შეავსონ შესაბამისი გრაფები. შაბლონისთვის ასევე მოცემული აქვთ მათი თანატოლის CV.
ასევე, დამატებით შეგიძლიათ უთხრათ, რომ მოამზადონ მცირე ბიოგრაფია, ანუ მათი პიროვნული აღწერა 1 აბზაცში.
მაგალითად:
მე ვარ თინა, საშუალო სკოლის მოსწავლე, რომელსაც ძალიან უყვარს ბაღში ყოფნა. ბავშვობიდან მაინტერესებს, როგორ იზრდება მცენარე, რა სჭირდება მას და როგორ შეიძლება ადამიანის ზრუნვამ უკეთესი შედეგი მოიტანოს. პატარა ასაკიდან ვეხმარებოდი ოჯახს ბოსტნისა და ყვავილების მოვლაში და სწორედ ამ გამოცდილებამ გამიჩინა სურვილი, გავხდე მებაღე. მე ვარ: ორგანიზებული, გულისხმიერი და მზრუნველი.
ჩემი ოცნებაა, მომავალში პროფესიონალურ დონეზე ვასწავლო და ვიმუშაო ბაღის მართვის სფეროში. მინდა შევქმნა ისეთი სივრცე, სადაც ადამიანები შეძლებენ ბუნებასთან ახლოს ყოფნასა და ჯანმრთელი პროდუქტების მიღებას. მჯერა, რომ მცენარეებზე ზრუნვა არა მხოლოდ ცოდნას, არამედ სითბოსა და მოთმინებასაც მოითხოვს. სწორედ ეს თვისებები მინდა განვივითარო და მომავალში წარმატებულ მებაღედ ჩამოვყალიბდე.

ჩემი სამეწარმეო იდეების წიგნაკი.

ეს აქტივობები აერთიანებს ქვემოთ მოცემულ სხვადასხვა სავარჯიშოს, რომელებიც განკუთვნილია - ყინულის ლღობის, ჯგუფის შეკვრისა და იდეების გენერირებისთვის. თქვენ ირჩევთ, რომელ სავარჯიშოს გააკეთებთ კლასში, რომელს არა და რომელს ჩაანაცვლებთ ალტერნატიული სავარჯიშოთი. თუმცა, მოსწავლეებმა უნდა ჩამოწერონ თავიანთი სამეწარმეო ან/და პროექტის იდეები და ამ იდეებთან დაკავშირებული კითხვები.
მოსწავლეთა წიგნში არის არე, - მოსწავლეებს სთხოვეთ, მოინიშნონ მხოლოდ სხვადასხვა ბიზნეს და საპროექტო იდეები.

სავარჯიშო 2.1. იდეების გენერირების სავარჯიშოები:
ა. იდეების დევნაში
აუხსენით მოსწავლეებს, რომ იდეების ჩამოყალიბება სახალისო და შემოქმედებითი ფაზაა.

- თქვენ გჭირდებათ იდეა, იმისთვის, რომ შექმნათ ბიზნესი!
- სწორედ აქ ხდება თქვენი შემოქმედებითი უნარების გამოცდა და განმტკიცება. არსებობს თქვენი შემოქმედებითი „კუნთების” ვარჯიშის უამრავი მეთოდი.
- კრეატიული სავარჯიშოები არის პროგრამის სახალისო ნაწილი, სადაც ხდება შესაძლებლობების აღმოჩენა, ახალი იდეების დაბადება და ჯგუფის მიერ ამ იდეებზე საკუთრების უფლების მოპოვება.

იდეების ორგანიზების ერთ-ერთი მარტივი მეთოდია გონებრივი იერიში. მისი მიზანია, რაც შეიძლება მეტი იდეის ფორმირება ნულოვანი კრიტიკის ფონზე ნებისმიერი იდეის მიმართ. მიმოხილვა და კრიტიკა ამ ფაზაში სასტიკად აკრძალულია.
გონებრივი იერიშის დაწყებამდე, აუცილებელია ძირითადი წესების დადგენა. ეს არ ნიშნავს საზღვრების ისე დაწესებას, რომ შეუძლებელი იყოს გართობა და შეიზღუდოს შემოქმედებითი თავისუფლება. ეს ნიშნავს, რომ

ადამიანთა ეფექტიანი ურთიერთთანამშრომლობისთვის შემუშავებულია გარკვეული სახელმძღვანელო წესები. როდესაც ეს სახელმძღვანელო წესები ირღვევა, ადამიანები კარგავენ შემოქმედებითობას.

რამდენიმე ძირითადი წესი:

ფოკუსირება რაოდენობაზე: რაც მეტია გენერირებული იდეების რაოდენობა, მით მეტია ეფექტიანი გადაწყვეტილების მიღების შანსი.

კრიტიკისგან თავის შეკავება: გონებრივი იერიშის გამოყენებისას, გენერირებული იდეების გაკრიტიკება გვერდზე გადადეთ. ამის ნაცვლად, მონაწილეებმა ფოკუსირება უნდა მოახდინონ ერთმანეთის იდეების გაშლასა და მათთვის საკუთარის მიმატებაზე, ხოლო კრიტიკა შემოინახონ პროცესის მომდევნო, „კრიტიკის საფეხურისთვის'' . კრიტიკის აკრძალვის დროს, მონაწილეები ხდებიან უფრო თავისუფალნი და ხდება უჩვეულო იდეების გენერირება.

უჩვეულო იდეების მიღება: იდეების ვრცელი და კარგი სიის მისაღებად, უჩვეულო იდეები ყველაზე მისასალმებელია. არსებობს გიჟური იდეები, შეხედეთ მათ განსხვავებული პერსპექტივიდან.

იდეების გაერთიანება და განმტკიცება: კარგი იდეების გაერთიანება შესაძლებელია ერთი, საუკეთესო იდეის გენერირებისათვის, რასაც გვთავაზობს სლოგანი "1+1=3". ეცადეთ, ერთმანეთს მიუსადაგოთ განსხვავებული იდეები.

ბ. გონებრივი იერიშის სავარჯიშო

თემა, რომლის შესახებაც უნდა იმსჯელოთ, დაწერეთ დაფის ან ფურცლის ცენტრში.

მაგალითად: *„როგორ დავზოგოთ ენერგია სკოლაში?"*

ინდივიდუალურად 5 წუთი:

გარშემო ჩამოწერეთ თემასთან დაკავშირებული ასოციაციები ისე, რომ მათ ერთგვარი სქემის სახე მიეცეს. დაწერეთ იმდენი ასოციაცია, რამდენსაც შეძლებთ.

ერთად:

სცადეთ თქვენი იდეები დააჯგუფოთ შინაარსის მიხედვით, გამოჰყავით ერთი ძირითადი იდეა, რათა შემდგომ გაგიადვილდეთ არჩევანის გაკეთება.

როცა დააჯგუფებთ იდეებს: სცადეთ, დაუკავშიროთ ისინი ერთმანეთს ისე, რომ დაიყვანოთ ერთ იდეამდე - "დაწურეთ იდეები" - დასვით კითხვები, შეუცვალეთ ადგილები მათ ისე, რომ ერთი მეორისგან გამოდიოდეს და გააკეთეთ ჩანაწერები. არ განიხილოთ, უბრალოდ შექმენით ახალი იდეები და განავრცეთ ისინი.

- შესაძლებელია თუ არა, რომ პროდუქტი შეიქმნას განსხვავებული გზით ან ჰქონდეს განსხვავებული ფუნქცია?
- შესაძლებელია თუ არა, რომ პროდუქტმა დააკმაყოფილოს მრავალჯერადი მოთხოვნა?
- შესაძლებელია თუ არა, რომ პროდუქტი გამოყენებული იქნეს განსხვავებულად, სხვა ამოცანების მხარდასაჭერად?

მოეკიდეთ ტოლერანტულად დაუსრულებელ იდეებს - ისინი შესაძლებელია განვითარდეს! - არ გააკრიტიკოთ ისინი. არ არსებობს გარკვეული დოგმა იდეებსა და აზრებში. კითხვების დასმის საშუალებით, შეეცადეთ გაუმჯობესოთ იდეები და უბიძგოთ მოსწავლეებს მათი სრულყოფისაკენ.

სტანდარტული კითხვები:

- შეგიძლიათ, უფრო განავრცოთ აზრი და მეტი ისაუბროთ იმაზე, თუ როგორ მიხვედით იდეამდე?
- არ ვარ დარწმუნებული, რომ გავიგე, შეგიძლიათ ერთხელაც ამიხსნათ?
- რა ვიფიქროთ ამ საკითხზე?

დაიმახსოვრე: კი, და....არა: კი, მაგრამ.....

დრო განხილვისათვის:

- შეეცადეთ, აირჩიოთ ერთი გზა - ერთი იდეა ერთ ფლიპჩარტზე/ქაღალდზე;
- შეაფასეთ და გადაიტანეთ იდეები „ბრძოლის ველზე";
- აირჩიეთ მოსწავლე, რომელიც წარადგენს იდეას.

გ. შემთხვევითი სიტყვები - გზა ახალი იდეის შესაქმნელად

აირჩიეთ ლექსიკონიდან ორი შემთხვევითი სიტყვა, გააყოლეთ თითი ტექსტს და შეაჩერეთ ნებისმიერ ადგილას ლექსიკონზე. შესაძლებელია, ვინმემ თქვას „შეჩერდი'' და სიტყვა, რომელზეც გაჩერდებით, გადაიტანოთ უჯრაში, როგორც ნაჩვენებია მოდელზე. შემდეგ შეარჩიეთ ახალი შემთხვევითი სიტყვა ლექსიკონიდან იმავე გზით. ამ აქტივობაში ამოცანას წარმოადგენს, რომ, გააერთიანოთ და ერთმანეთთან დააკავშიროთ ეს ორი სიტყვა. რა ასოციაციები გაქვს მათთან დაკავშირებით?

მაგალითი: სიტყვები - "კარი" და "თვალი"

რა ასოციაციები გიჩნდებათ?
შესაძლებელია პასუხები იყოს:

- კარი, რომელსაც არ სჭირდება გასაღები?
- გასაღების დამჭერი მხედველობა დაქვეითებულებისთვის?

განაგრძეთ თამაში და იპოვეთ ახალი საოცნებო პროდუქტი.

შემთხვევითი სიტყვა	
თვალი	სკანერი ცვლის გასაღებს
	უსინათლოსთვის მარტივი გასაღები
კარი	

ფოკუსირება მოახდინეთ სიტყვაზე

ეკლესია	მაღაზია	ჰამბურგერი	წიგნი	გზა
საათი	ბუშტი	წვეულება	ფეხსაცმელი	აქლემი
დღიური	ადვოკატი	სიგარეტი	სარეცხი საშუალება	თაგვი
ღრუბელი	თმა	ყინული	ხერხი	საავადმყოფო
კამერა	ბანანი	ტყვია	რაკეტა	გადასახადი
საწოლი	ბორბალი	ბაყაყი	სათამაშო	თოვლი
პარაშუტი	კარი	წერო	მარგალიტი	იარაღი
მატარებელი	ფოტო	ლუდი	ფესვი	დანა
კვამლი	პრეზიდენტი	ღილი	არწივი	ტაქსი
წვენი	ციხე	ზვიგენი	ფერმა	პერსონალური კომპიუტერი
ჯაზი	ქუდი	საკრედიტო ბარათი	წიწილა	ცხვირი
სპილო	ღვინო	ვარდი	ქარიშხალი	ბუხარი

სავარჯიშო 2.2. „შემოქმედებითი აზროვნების ბარათებიდან“

სავარჯიშო 2.2. ა. დაითვალე 15-მდე
მარტივი ჯგუფური სავარჯიშო.
სთხოვეთ გუნდის წევრებს, დადგნენ წრეზე. თუ ჯგუფში არის 15 მონაწილეზე მეტი, დაჰყავით ისინი ორ წრედ.

აუხსენით შემდეგი წესები:
1. ჯგუფი ითვლის 15-მდე (რიცხვი იცვლება ადამიანთა რაოდენობის მიხედვით).
2. ერთ ადამიანს შეუძლია თქვას მხოლოდ ერთი რიცხვი. თუ ორი ერთდროულად იტყვის ერთსა და იგივე რიცხვს, გუნდმა უნდა დაიწყოს თავიდან.
ვარიაცია:
თუ გუნდში არის 15 მონაწილეზე მეტი, თამაშიდან სისტემატურად გაუშვით ისინი, ვინც ერთსა და იგივე ნომერს ერთდროულად იტყვიან. არსებობს კიდევ ერთი ვარიანტი, რაც დავალებას უმნიშვნელოდ უფრო გამომწვევს ხდის: სავარჯიშოს განმავლობაში მონაწილეებმა უნდა დახუჭონ თვალები.
სავარჯიშოს შეფასება გუნდთან ერთად:
• რა იყო გამოწვევა?
• ვინ იყო ინიციატორი?
• რა სტრატეგია აირჩიეთ?
• როგორ გადაწყვიტეთ სავარჯიშო?

სავარჯიშო 2.2. ბ. მსოფლიოს უძველესი შემოქმედებითი სავარჯიშოები
მარტივი გზა თქვენი შემოქმედებითობის განსავითარებლად.
აიღეთ ხელში ტანსაცმლის საკიდი ან სხვა მარტივი, ყოველდღიური საგანი. სთხოვეთ ჯგუფს, 5 წუთის განმავლობაში იფიქრონ ამ საგნის რაც შეიძლება მეტ სხვადასხვა გამოყენებაზე.
ვინ ფიქრობდა ყველაზე მეტს?
რა უფრო მნიშვნელოვანია ამ სავარჯიშოში, რაოდენობა თუ ხარისხი?
ერთად განიხილეთ სავარჯიშო.

სავარჯიშო 2.2. გ. ერთი პასუხის ძებნა

არ არსებობს აბსოლუტური ჭეშმარიტება!

1. სთხოვეთ ჯგუფს, მაქსიმუმ 2 წუთის განმავლობაში, მოიფიქრონ სიტყვა, რომელიც ყველაზე მეტად აღწერს მათ გუნდს. დაწერონ სიტყვა დაფაზე.
2. ყველა იმ სიტყვის ჩამოსაწერად, რომელიც მოიფიქრეს (როგორც პოზიტიური, ასევე ნეგატიური), გამოუყავით 1 წუთი .
3. საბოლოოდ, მათ უნდა შეკრან წრე იმ სიტყვის გარშემო, რომელიც საუკეთესოდ აღწერს მათ ჯგუფს.

უმრავლესობა აირჩევს სიტყვას სავარჯიშოს მეორე ეტაპზე.

მიზეზი ნათელია. ყველა იდეის არსებობის უფლებით, უკეთესად იძებნება აბსოლუტური ჭეშმარიტება.

სავარჯიშო 2.2. დ. ასოციაცია

1. ჯგუფის წევრები წრეზე სხედან.
2. ჯგუფის ერთ-ერთი წევრი იწყებს სავარჯიშოს სიტყვის თქმით, მაგალითად: *„ჰამბურგერი“.*
3. მარჯვნივ მყოფმა მონაწილემ უნდა თქვას პირველი სიტყვა, რომელიც მოაფიქრდება და უკავშირდება სიტყვას *„ჰამბურგერი”* (მაგალითად, კეტჩუპი, ფრი, ყველი).
4. წრეში მყოფი შემდეგი მონაწილე ასახელებს ასოციაციას და სავარჯიშო გრძელდება სიტყვის გამეორების გარეშე მანამ, სანამ არ უპასუხებს ყველა მონაწილე.
5. შეიძლება დაისვას შემდეგი შეკითხვები: „რომელი სიტყვით დავიწყეთ ჩვენ?’ ან „რა იყო მესამე სიტყვა“?

სავარჯიშო 2.2. ე. ოთახის გამოყენება

დაარღვიე ტრადიციული აზროვნება!

1. სთხოვეთ მონაწილეებს, იარონ ოთახის შიგნით, მის გარშემო. უთხარით მათ, მიმოიხედონ, ჩაინიშნონ რაც დაინახეს და შედეგ თქვან ხმამაღლა. მაგალითად: მათ დაინახეს სკამი, ინიშნავენ სკამს და ამბობენ „სკამი“.
2. ახალი წესი: მონაწილეები აგრძელებენ სიარულს კლასის ირგვლივ, იხედებიან გარშემო და ინიშნავენ, მაგრამ ეს დრო ეძლევათ განსხვავებული საგნის დასასახლებლებისთვის. მაგალითად: ისინი ხედავენ სკამს, ინიშნავენ სკამს, მაგრამ ამბობენ „დაფა“.
3. გაიმეორეთ რამდენჯერმე.

ბოლოს, ჯგუფთან ერთად გამართეთ დისკუსია სავარჯიშოსთან დაკავშრებით.

სავარჯიშო 2.2. ვ. ექსპერტი

სავარჯიშო, რომელიც ახდენს თავისუფალი და შემოქმედებითი აზროვნების სტიმულირებას.

დაჰყავით ჯგუფი ოთხად. თითოეული ჯგუფი ქმნის წყვილს, რომლებიც დგებიან ერთმანეთის პირისპირ. მიანიჭეთ ჯგუფში შემდეგი როლები:

- რეპორტიორი
- მსოფლიო ექსპერტი
- ორი დამკვირვებელი

სთხოვეთ დამკვირვებლებს, იფიქრონ შემთხვევით სიტყვაზე. სამამდე დათვლის შემდეგ, ინსტრუქტორი ორივე დამკვირვებელს სთხოვს სიტყვების ხმამაღლა წარმოთქმას. თუ სიტყვა არის „მაიმუნი“ და „სახლი“, მაშინ თამაშის თემა იქნება „მაიმუნის სახლი“. რეპორტიორი იღებს ინტერვიუს მსოფლიო ექსპერტისგან „მაიმუნის სახლის“ ფენომენის შესახებ. ექსპერტი იყენებს თავის „ცოდნას“ და, შესაძლებლობის ფარგლებში, საუკეთესოდ პასუხობს რეპორტიორის შეკითხვებს. დაუთმეთ თითოეულ ინტერვიუს 2 წუთი, შემდეგ გაცვალეთ როლები, რომ ყველამ ითამაშოს თითოეული ნაწილი.

ასახვა:

ჰკითხეთ მოსწავლეებს, რა განსხვავებაა ექსპერტსა და რეპორტიორს შორის.

სავარჯიშო 2.2. ზ. გააკეთე სპილო!

ვიცინოთ ერთად!

1. მიეცით ჯგუფის თითოეულ წევრს ერთი ფურცელი და სთხოვეთ, დახუჭონ თვალები. მათ აქვთ ორი წუთი სპილოს (ან სხვა ცხოველის) მოსახაზად.
2. მათ უნდა დაიჭირონ ნახატები თავს ზემოთ, ისე რომ ვერ ხედავდნენ საკუთარ სპილოებს.
3. სთხოვეთ რომელიმეს, მოკლედ აღწეროს, რატომ არის მისი სპილო ისეთი, როგორიც არის და როგორ გრძნობდა თავს მუშაობის პროცესში?

საშინაო დავალება: სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ მოკლე ესსე ან პრეზენტაცია რომელიმე შემდეგ თემაზე:

1. **მეწარმეობა - ოცნებიდან რეალობამდე**
   - როგორ შეიძლება ჩემი ოცნება გადაიქცეს რეალურ ბიზნესიდეად?

2. **რატომ არის მნიშვნელოვანი მეწარმეობა ქვეყნის განვითარებისთვის?**
   - მეწარმის როლი ეკონომიკურ ზრდასა და ცვლილებებში.
3. **ვინ მინდა ვიყო 10, 20 და 30 წლის შემდეგ?**
   - ჩემი პირადი მიზნების ხედვა და თვითშემეცნების პროცესი.
4. **რას ნიშნავს ჩემთვის წარმატებული მეწარმე?**
   - წარმატებული მეწარმის თვისებების ანალიზი (მაკ-კლელანდის კვლევის მიხედვით).
5. **რისკის გაწევის მნიშვნელობა ცხოვრებასა და მეწარმეობაში**
   - ჩემი გამოცდილება და დამოკიდებულება რისკის მიმართ.
6. **„ღირებულებები როგორც პიროვნული და სამეწარმეო გზამკვლევი“**
   - რა არის ჩემი მთავარი ღირებულებები და როგორ განსაზღვრავენ ისინი ჩემს მომავალს.
7. **„როგორ მოვიპოვო ახალი შესაძლებლობები?“**
   - სამყაროს რესურსული ხედვისა და პირადი განვითარების პერსპექტივა.
8. **„როგორ ვხედავ ჩემს მომავალ CV-ს?“**
   - ჩემი პირველი ნაბიჯები კარიერული და პროფესიული განვითარებისკენ.
9. **„გუნდის ძალა მეწარმეობაში“**
   - რატომ არის გუნდური მოქმედება და სხვათა დარწმუნების უნარი წარმატების წინაპირობა.
10. **„მეწარმეობა როგორც ცხოვრების სტილი“**
    - რატომ არის მეწარმეობა უფრო მეტად აზროვნება და მოქმედების ფორმა, ვიდრე უბრალოდ ბიზნესი.

თქვენი შეხედულებისამებრ, ესსე შეგიძლიათ მისცეთ მოსამზადებლად 3-5 კაციან ჯგუფებს. ასევე, უფრო დააკონკრეტოთ ესსეს თემატიკა და ჯგუფში მომზადდეს არა 3 არამედ 5 ან 10 ესსე. ასევე, სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ პრეზენტაცია ესსეს გარშემო, გამოჰყავით 1 ან 2 გაკვეთილი პრეზენტაციების მოსასმენად და იმსჯელეთ ამ საკითხების გარშემო. თუ ესსეს მოსწავლეები მოამზადებენ ჯგუფურად, შეფასება ჯგუფში შემავალ თითოეულ მოსწავლეს უნდა დაუწეროთ ინდივიდუალურად. ესსეს მოსამზადებლად მათ შეუძლიათ გამოიყენონ საძიებო სისტემა www.google.com, www.youtube.com, ხელოვნური ინტელექტის პლატფორმები, აგრეთვე ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს ვებ-გვერდი www.jag.ge.

ბლოგინგი

მოსწავლეებს დაავალეთ წაიკითხონ ბლოგი - **„შრომა მსოფლიო რელიგიებში“** და იქვე დაუწერონ კომენტარები ანდა კითხვები. https://ekagegshidzeblog.blogspot.com/2025/09/blog-post_11.html

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების“ აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები);
- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიანტერსა);
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება).

ეს სამი კითხვა აძლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცა): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად“ - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

ტერმინთა განმარტებები

აბსოლუტური ღირებულება (Absolute Value) - ღირებულება, რომელიც თავისთავად არის მნიშვნელოვანი ადამიანისთვის და არ წარმოადგენს სხვა მიზნის მიღწევის საშუალებას (მაგალითად: თავისუფლება).

გადამწყვეტი ხმა (Casting Vote) - გადაწყვეტილების მიღებისას გამოყენებული დამატებითი ხმა, როდესაც კენჭისყრის შედეგი თანაბარია და მმართველ პირს აქვს საბოლოო გადაწყვეტილების მიღების უფლება.

დაგეგმვა (Planning) - მოქმედებების წინასწარ განსაზღვრის პროცესი, რომელიც მოიცავს მიზნების, ნაბიჯების, ვადებისა და რესურსების ორგანიზებას.

გუნდური მუშაობა (Teamwork) - საერთო მიზნის მისაღწევად ადამიანებთან თანამშრომლობა, როლების განაწილება და ურთიერთპატივისცემაზე დაფუძნებული მუშაობა.

იდეა (Idea) - აზრი ან შემოქმედებითი ჩანაფიქრი, რომელიც შეიძლება გადაიქცეს რეალურ პროდუქტად, მომსახურებად ან პროექტად და პასუხობდეს საჭიროებას.

ინიციატივიანობა (Initiative) - უნარი, დამოუკიდებლად დაიწყო მოქმედება, დაინახო შესაძლებლობები და იმოქმედო ახალი იდეების განხორციელების მიზნით.

ინოვაცია (Innovation) - ახალი ან გაუმჯობესებული იდეის, პროდუქტის, მომსახურების ან პროცესის დანერგვა, რომელიც ქმნის დამატებით ღირებულებას.

ინსტრუმენტული ღირებულება (Instrumental Value) - ღირებულება, რომელიც მნიშვნელოვანია როგორც საშუალება სხვა, უფრო მნიშვნელოვანი მიზნის მისაღწევად (მაგალითად: ფული) - .

კეთებით სწავლება (Learning by Doing) - სწავლების მეთოდი, რომლის დროსაც ცოდნა მიიღება პრაქტიკული საქმიანობისა და რეალური ამოცანების შესრულების გზით.

კომერციული / მომგებიანი ორგანიზაცია (For-profit Organization) - ორგანიზაცია, რომლის ძირითადი მიზანია მოგების მიღება.

კორპორაცია (Corporation) - ორგანიზაცია, რომელიც ეწევა ეკონომიკურ საქმიანობას მოგების მიღების ან სოციალური სერვისების მიწოდების მიზნით.

ლიდერი (Leader) - პირი, რომელსაც აქვს გავლენა სხვებზე და შეუძლია მათი მიმართულების განსაზღვრა საერთო მიზნის მისაღწევად.

ლიდერობა (Leadership) - სხვების მოტივაციის, მიმართულების მიცემისა და შთაგონების უნარი საერთო მიზნის მისაღწევად.

მინიკომპანია / მოსწავლეთა კომპანია (Student Company / Mini-Company) - სასწავლო მიზნებისთვის შექმნილი დროებითი კომპანია, სადაც მოსწავლეები რეალურ გარემოში სწავლობენ ბიზნესის დაგეგმვასა და მართვას.

მიზანდასახულობა (Goal Orientation) - მკაფიო და რეალისტური მიზნების დასახვისა და მათკენ სისტემური სვლის უნარი.

მონიტორინგი (Monitoring) - საქმიანობის მიმდინარეობის რეგულარული დაკვირვება და შეფასება, რათა დროულად მოხდეს საჭირო ცვლილებები.

მეწარმე (Entrepreneur) - ადამიანი, რომელიც იწყებს ან ავითარებს საქმიანობას და იღებს პასუხისმგებლობას მის შედეგებზე.

მეწარმეობა (Entrepreneurship) - იდეის რეალურ საქმედ ქცევის პროცესი, რომლის შედეგად იქმნება პროდუქტი, მომსახურება ან სხვა ღირებულება შეზღუდული რესურსების პირობებში.

მეწარმეობის უნარი (Entrepreneurial Skills) - უნარების ერთობლიობა, რომელიც მოიცავს წარმოსახვას, ნოვატორულ აზროვნებას, დაგეგმვასა და მართვას.

პასუხისმგებლობა (Responsibility) - საკუთარი გადაწყვეტილებებისა და ქმედებების შედეგებზე პასუხის აღება და სამუშაოს ბოლომდე მიყვანა.

რისკი (Risk) - შესაძლო წარუმატებლობის ან გაურკვეველი შედეგის დაშვება მიზნის მისაღწევად.

სოციალური მეწარმეობა (Social Entrepreneurship) - სამეწარმეო საქმიანობა, რომელიც მოგებასთან ერთად ქმნის სოციალურ ან გარემოსდაცვით სიკეთეს.

სამეწარმეო კომპეტენცია (Entrepreneurial Competence) - ცოდნის, უნარებისა და დამოკიდებულებების ერთობლიობა, რომელიც ადამიანს საშუალებას აძლევს იდეები ღირებულებად გარდაქმნას.

თვითრწმენა (Self-confidence) - საკუთარი შესაძლებლობებისა და უნარების რწმენა, რომელიც ეხმარება ადამიანს გადაწყვეტილებების მიღებაში.

შეუპოვრობა (Perseverance) - მიზნისკენ სვლის გაგრძელების უნარი სირთულეებისა და დროებითი წარუმატებლობის მიუხედავად.

შიდა ორგანიზაციული მეწარმე (Intrapreneur) - ორგანიზაციაში დასაქმებული ადამიანი, რომელიც ავლენს მეწარმეობრივ ინიციატივას კომპანიის შიგნით.

შიდა ორგანიზაციული მეწარმეობა (Intrapreneurship) - მეწარმეობრივი აზროვნება და მოქმედება ორგანიზაციის შიგნით ინოვაციური იდეებისა და პროექტების განხორციელების მიზნით.

ორგანიზაცია (Organization) - ადამიანთა გაერთიანება, რომელიც შექმნილია საერთო მიზნის მისაღწევად საქმიანობის სამართავად.

ფასდაკლება (Discount) - მომხმარებლისთვის თავდაპირველ ფასთან შედარებით უფრო დაბალ ფასად საქონლის ან მომსახურების შეთავაზება.

ღირებულებები (Values) - ადამიანის შინაგანი პრინციპები და რწმენები, რომლებიც განსაზღვრავენ მის ქცევასა და გადაწყვეტილებებს.

ტრენდი (Trend) - დროის განმავლობაში გარკვეული მიმართულებით ცვლილების საერთო ტენდენცია ეკონომიკაში, ბაზარზე ან საზოგადოებაში.

არაკომერციული / არამომგებიანი ორგანიზაცია (Non-profit Organization) - ორგანიზაცია, რომელიც შექმნილია სოციალური, საგანმანათლებლო ან საქველმოქმედო მიზნებით და არა მოგების მისაღებად.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე

A. ფრაგმენტული აღქმა „რას წავიკითხე/მომეწონა?“
B. რა არის მეწარმეობა შენივე სიტყვებით?
C. რა დაგამახსოვრდა „კომპანიის პროგრამიდან“ ყველაზე მეტად?

D. ჩამოთვალე 3 სიტყვა, რაც ამ თავს უკავშირდება (მაგალითად, იდეა, რესურსი, მიზანი…).
E. რომელმა ნაწილმა დაგაფიქრათ ყველაზე მეტად და რატომ?

2. უნისტრუქტურული დონე

რა ერთი საჭიროება აქვს ახალგაზრდას, რომ „კომპანიის პროგრამაში“ წარმატებით ჩაერთოს?

იდეა

რა არის ერთი შესაძლებლობა, რომელსაც ეს პროგრამა გაძლევს?

პროექტი

დაასახელე ერთი კონკრეტული ნაბიჯი, რომელიც პროექტის/კომპანიის დაწყებას უკავშირდება.

ღვაწლი

რა არის ერთი ქმედება, რაც წარმატებულ ადამიანს ახასიათებს ამ თავში აღწერილი მიხედვით?

შედეგი

რა არის ერთი შედეგი, რასაც მოსწავლე იღებს პროგრამაში მონაწილეობით?

3. მულტისტრუქტურული დონე

საჭიროება (რესურსი/შეზღუდულობა)

ჩამოთვალე 2 რესურსი, რაც დაგჭირდება მინიკომპანიაში (მაგალითად, დრო, ინფორმაცია, მენტორი, გუნდი…).

ჩამოთვალე 2 შეზღუდულობა, რაც შეიძლება შეგხვდეს (მაგალითად, ბიუჯეტი, გამოცდილების ნაკლებობა, დროის დეფიციტი…).

იდეა (არჩევანი/ალტერნატივა/გადაწყვეტილება)

რა ალტერნატიული გზები არსებობს, რომ იდეა „საქმედ“ აქციო (მაგალითად, პროდუქტი, მომსახურება, სოციალური ინიციატივა)?

ჩამოთვალე 2 კრიტერიუმი, რის მიხედვითაც იდეას აირჩევდი.

პროექტი (გეგმა/შეფასება/ინდიკატორი/ბიუჯეტი)

ჩამოთვალე მინიმუმ 4 ელემენტი, რაც კარგი პროექტის გეგმაში უნდა იყოს.

ჩამოთვალე 2 ინდიკატორი, რომლითაც გაზომავდი წარმატებას (მაგალითად, გაყიდვები, მომხმარებლის კმაყოფილება, მონაწილეობა, ხარისხი…).

ღვაწლი

ჩამოთვალე მინიმუმ 3 თვისება/უნარი, რომელიც „წარმატებულ ადამიანს“ ახასიათებს და რატომ.

შედეგი

ჩამოთვალე 3 რამ, რასაც ეს თავი გიბიძგებს განავითარო საკუთარ თავში (უნარები/დამოკიდებულებები).

4. მიმართებითი დონე

- როგორ უკავშირდება რესურსების შეზღუდულობა იმ გადაწყვეტილებებს, რასაც მეწარმე იღებს?
- აირჩიე ერთი წარმატებული თვისება (მაგალითად, დაგეგმვა/მონიტორინგი/რისკი/ხარისხი) და ახსენი, როგორ მოქმედებს ის პროექტის შედეგზე.
- „მიზანი + ვადა + გეგმა + მუდმივი ღვაწლი = წარმატება“ ამ ფორმულაში რა არის ყველაზე „სუსტი რგოლი“ შენთვის და რატომ?
- როგორ უკავშირდება ღირებულებები (რას ვაფასებ ცხოვრებაში) ჩემს იდეათა არჩევანს და გადაწყვეტილებებს?
- რა კავშირია კეთებით სწავლებასა და თვითშეფასების გაუმჯობესებას შორის?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე

წარმოიდგინე, რომ 6 თვეში იწყებ ახალ პროექტს. როგორ გამოიყენებ ამ თავში მოცემულ იდეებს:

რესურსების მოძიებაში?

შეზღუდვების მართვაში?

მიზნების დაგეგმვაში?

რომელი 2 თვისების განვითარებაზე გააკეთებ აქცენტს მომდევნო 30 დღეში და როგორ გაზომავ პროგრესს (ინდიკატორებით)?

რა ტიპის „საკუთარი CV“ გექნება 1 წლის შემდეგ, თუ ამ პროგრამის გამოცდილებას სწორად გამოიყენებ? (რა ჩაწერდი იქ?)

რა იქნებოდა შენი „სოციალურად სასარგებლო“ იდეა, რომელიც ქმნის ღირებულებას (ბიზნეს/სოციალურ/ეკოლოგიურ მიმართულებაში) და როგორ დააპროექტებდი მის პირველ ნაბიჯებს?

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს პუნქტები, რომელსაც ეთანხმება. ასევე შესაძლებელია გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები

საჭიროება (რესურსი და შეზღუდულობა)

☐ გავიგე, რა საჭიროებას პასუხობს მეწარმეობა
☐ შემიძლია ავხსნა, რატომ ჩნდება საჭიროება რეალურ ცხოვრებაში
☐ ვიცნობ მინიმუმ 2 რესურსს, რაც მეწარმეს სჭირდება (მაგალითად, დრო, ცოდნა, გუნდი)
☐ მესმის, რას ნიშნავს რესურსების შეზღუდულობა
☐ შემიძლია მოვიყვანო მაგალითი შეზღუდულობის შესახებ (დრო/ფული/გამოცდილება)

იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილება)

☐ მესმის, რას ნიშნავს იდეის „საქმედ ქცევა“
☐ შემიძლია დავინახო შესაძლებლობა პრობლემაში
☐ ვიცი, რომ ერთ პრობლემას შეიძლება ჰქონდეს რამდენიმე ალტერნატიული გადაწყვეტა
☐ მესმის, რატომ არის საჭირო არჩევანის გაკეთება
☐ შემიძლია ავხსნა, როგორ მიიღება გადაწყვეტილება ალტერნატივებს შორის

პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)

☐ მესმის, რატომ სჭირდება იდეას გეგმა
☐ შემიძლია ჩამოვთვალო პროექტის მინიმუმ 3 ეტაპი
☐ მესმის, რას ნიშნავს შედეგის შეფასება
☐ ვიცი, რა არის ინდიკატორი და რისთვის გამოიყენება იგი
☐ მესმის ბიუჯეტის როლი პროექტში

ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)

☐ მესმის, რომ წარმატება მოითხოვს მუდმივ შრომას
☐ ვიცი, რას ნიშნავს ინიციატივის გამოჩენა
☐ შემიძლია მოვიყვანო ჩემი ქმედების მაგალითი
☐ მესმის პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა გუნდში
☐ ვიცი, როგორ მოქმედებს ჩემი ღვაწლი საერთო საქმეზე

შედეგი

☐ მესმის, რა შედეგს შეიძლება მოიტანოს მეწარმეობრივმა საქმიანობამ
☐ ვიცი, რომ შედეგი შეიძლება იყოს ფინანსური და არამატერიალური
☐ შემიძლია შევაფასო, რა ვისწავლე ამ თავისგან
☐ ვხვდები, როგორ მეხმარება ეს ცოდნა მომავალში
☐ შემიძლია დავაკავშირო შედეგი ჩემს პიროვნულ განვითარებასთან

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

ღია რეფლექსიური კითხვები

- რა იყო შენთვის ყველაზე ახალი ან საინტერესო ამ თავში?
- რომელი სიტყვა ან ცნება დაგამახსოვრდა ყველაზე მეტად და რატომ?
- რა მაგალითი დაგეხმარა მეწარმეობის უკეთ გაგებაში?
- რა ერთ საჭიროებას პასუხობს მეწარმეობა ახალგაზრდისთვის?
- რა არის ერთი შესაძლებლობა, რომელიც იდეის არსებობასთან ერთად ჩნდება?
- დაასახელე ერთი მნიშვნელოვანი ნაბიჯი, რომელიც იდეის პროექტად ქცევას სჭირდება.
- რა ერთ ქმედებას თვლი წარმატებისთვის აუცილებლად?
- რა არის ერთი შედეგი, რომელსაც მოსწავლე იღებს მეწარმეობრივი საქმიანობით?
- რა რესურსები სჭირდება მეწარმეს იდეის განსახორციელებლად? ჩამოთვალე მინიმუმ სამი.
- რა შეზღუდვები შეიძლება შეხვდეს ახალგაზრდას მეწარმეობაში?
- რა ალტერნატიული გზები არსებობს, რომ ერთი იდეა რეალურ საქმედ გადაიქცეს?
- რა კრიტერიუმებით უნდა აირჩიო იდეა?
- რას უნდა მოიცავდეს კარგი პროექტის გეგმა?
- როგორ შეიძლება შედეგის შეფასება? ჩამოთვალე მინიმუმ ორი ინდიკატორი.
- ჩამოთვალე სამი თვისება ან უნარი, რომელიც წარმატებულ ადამიანს ახასიათებს.
- რა ცოდნა და უნარები დაგრჩა ამ თავის დასრულების შემდეგ?
- როგორ უკავშირდება რესურსების შეზღუდულობა იმ გადაწყვეტილებებს, რასაც მეწარმე იღებს?
- როგორ ეხმარება გეგმა და ბიუჯეტი იდეის წარმატებულ განხორციელებას?
- როგორ მოქმედებს ღვაწლი და ინიციატივა საბოლოო შედეგზე?
- როგორ უკავშირდება პიროვნული ღირებულებები იდეის არჩევას?
- როგორ გამოიყენებ ამ თავში მიღებულ ცოდნას მომავალში (სკოლაში, კარიერაში, ცხოვრებაში)?
- წარმოიდგინე, რომ იწყებ საკუთარ პროექტს - როგორ გაანალიზებ საჭიროებას, რესურსებს და შეზღუდულობას?

- რა თვისებების განვითარებაზე გააკეთებ აქცენტს მომდევნო 6 თვეში და როგორ გაზომავ შედეგს?
- როგორ შეიცვალა შენი წარმოდგენა მეწარმეობაზე ამ თავის შემდეგ?

მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

1. რას ნიშნავს მეწარმეობა?
ა. მხოლოდ ფულის გამომუშავებას
ბ. იდეის საქმედ ქცევის პროცესს
გ. მხოლოდ ბიზნესის რეგისტრაციას
დ. კონკურენტებთან ბრძოლას

სწორი პასუხი: ბ

2. რომელი არის საჭიროების მაგალითი?
ა. ახალი ტელეფონის ყიდვა
ბ. პრობლემა, რომელსაც გადაწყვეტა სჭირდება
გ. თავისუფალი დრო
დ. ჰობი

სწორი პასუხი: ბ

3. რომელი არის რესურსი?
ა. იდეა
ბ. მოტივაცია
გ. დრო
დ. შედეგი

სწორი პასუხი: გ

4. რას ნიშნავს შეზღუდულობა პროექტში?
ა. შესაძლებლობას
ბ. რესურსის სიმრავლეს
გ. ფაქტორს, რომელიც ზღუდავს მოქმედებას
დ. მიზნის მიღწევას

სწორი პასუხი: გ

5. რატომ განიხილება ალტერნატივები იდეის არჩევისას?
ა. რომ დრო დაიკარგოს
ბ. რომ ყველა იდეა განხორციელდეს
გ. რომ მივიღოთ გააზრებული გადაწყვეტილება
დ. რომ გადაწყვეტილება გადაიდოს

სწორი პასუხი: გ

6. რომელი ეკუთვნის პროექტის გეგმას?
ა. მხოლოდ იდეის აღწერა
ბ. ნაბიჯები, ვადები და პასუხისმგებლობები
გ. შედეგის აღნიშვნა
დ. გუნდის მოტივაცია

სწორი პასუხი: ბ

7. რას ნიშნავს ინდიკატორი პროექტში?
ა. პროექტის მონაწილეს
ბ. შედეგის გაზომვის მაჩვენებელს
გ. ბიუჯეტის ნაწილს
დ. გეგმას

სწორი პასუხი: ბ

8. რომელი არის „ღვაწლის“ მაგალითი?
ა. მიღებული მოგება
ბ. საბოლოო ანგარიში
გ. შრომა და ინიციატივა
დ. პროექტის თემა

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

9. რა განსხვავებაა საჭიროებასა და სურვილს შორის?
10. რატომ არის მნიშვნელოვანი რესურსებისა და შეზღუდულობის გათვალისწინება გადაწყვეტილების მიღებისას?
11. ჩამოთვალე პროექტის ორი ინდიკატორი.
12. რას ნიშნავს ინიციატივის გამოჩენა მეწარმეობაში?

სიტუაციური ამოცანები

13. მოსწავლეთა ჯგუფს სურს ჩაერთოს „კომპანიის პროგრამაში“, მაგრამ მათ შეზღუდული აქვთ დრო და მცირე ბიუჯეტი.

კითხვები:

ა. რა არის ამ შემთხვევაში მთავარი საჭიროება?

ბ. დაასახელე ორი რესურსი და ერთი შეზღუდულობა.

გ. რა ალტერნატიული იდეები შეიძლება განიხილონ მოსწავლეებმა?

დ. რა გადაწყვეტილებას მიიღებდი შენ და რატომ? (მოიყვანე არგუმენტები)

14. მოსწავლეთა ჯგუფს სურს შექმნას მინიკომპანია, რომელიც სკოლაში ჯანსაღ საკვებს გაყიდის. მათ აქვთ მოტივაცია და იდეები, მაგრამ არ აქვთ გამოცდილება ამ ბიზნესში.

კითხვები:

ა. რა არის ამ შემთხვევაში მთავარი საჭიროება?

ბ. ჩამოთვალე მინიმუმ 3 რესურსი, რომელიც ჯგუფს დასჭირდება.

გ. ჩამოთვალე მინიმუმ 2 შეზღუდულობა, რაც შეიძლება შეხვდეთ.

დ. რა შეიძლება იყოს ამ იდეის მოსალოდნელი შედეგი?

15. ორი ალტერნატიული იდეა განიხილება „კომპანიის პროგრამაში“:

ა. ეკო-ჩანთების წარმოება

ბ. ონლაინ პლატფორმა სასკოლო ნოტებისთვის

დრო და ბიუჯეტი შეზღუდულია.

კითხვები:

ა. რა განსხვავებული რესურსები სჭირდება თითოეულ იდეას?

ბ. რომელი შეზღუდულობა იქნება ყველაზე კრიტიკული ორივე შემთხვევაში?

გ. როგორ უნდა მიიღოს გუნდმა გადაწყვეტილება ამ ორ ალტერნატივას შორის?

დ. როგორ შეიძლება პროექტის გეგმა დაეხმაროს სწორ არჩევანში?

16. მინიკომპანიის გუნდის ერთ წევრს აქვს კარგი იდეები, მაგრამ იშვიათად იღებს ინიციატივას და არ ასრულებს დროულად დაკისრებულ დავალებებს.

კითხვები:

ა. რომელი სამიზნე ცნებაა ამ სიტუაციაში ყველაზე პრობლემური და რატომ?

ბ. როგორ აისახება ეს გუნდის შედეგზე?

გ. რა ქმედებები შეიძლება დაგეგმოს გუნდმა ამ პრობლემის მოსაგვარებლად?

დ. როგორ გაზომავდით გაუმჯობესებას (ინდიკატორები)?

სიტუაცია:

წარმოიდგინე, რომ მომავალ წელს აღარ მონაწილეობ „კომპანიის პროგრამაში“, მაგრამ გინდა დამოუკიდებლად დაიწყო მცირე პროექტი.

კითხვები:

ა. როგორ გაანალიზებ საჭიროებას რეალურ ცხოვრებაში?

ბ. როგორ შეაფასებ საკუთარ რესურსებსა და შეზღუდულობებს?

გ. როგორ აირჩევ იდეას ალტერნატივებს შორის?

დ. რა იქნება შენი პირველი პროექტული ნაბიჯი?

ე. რა შედეგს ჩათვლიდი წარმატებად?

[მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები:]

თავი III. ორგანიზაცია, მეწარმეობა, იდეა და მმართველთა გუნდი

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ხსნის ორგანიზაციის არსსა და ტიპებს;
- ადგენს მინიკომპანიის ორგანიზაციულ სტრუქტურას და ანაწილებს როლებს;
- განმარტავს მეწარმეობის არსსა და შესაძლებლობების გამოყენების მნიშვნელობას;
- აღწერს სოციალური მეწარმეობის სახეებსა და 6P მოდელს;
- აფასებს მეწარმის აუცილებელ უნარებსა და პიროვნულ თვისებებს;
- განმარტავს მენეჯერული როლებისა და პასუხისმგებლობების სპეციფიკას;
- იცის - რა არის „კარგი ლიდერის“ თვისებები;
- ერკვევა პოტენციური კანდიდატის სამუშაოზე აყვანის პროცედურებში;
- ხსნის სხვადასხვა სფეროში მოღვაწე ლიდერთა თვისებებს, მსჯელობს მათ შორის მსგავსებებსა და განსხვავებებზე;
- ახორციელებს შეხვედრების დაგეგმვასა და მონიტორინგს;
- ახდენს საკუთარი ძლიერი მხარეების თვითშეფასებას.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

ორგანიზაცია, მისია, მიზნები, სტრუქტურა, კულტურა, რესურსები, ორგანიზაციული სტრუქტურა, მმართველობის ჯაჭვი, როლები და პასუხისმგებლობები, ფარგლები და კონტროლი, დეპარტამენტები, მეწარმეობა, შესაძლებლობა, ინოვაციური პროდუქტი, ბიზნესმოდელი, რესურსების შეზღუდვა, სოციალური მეწარმეობა, სოციალური საწარმო, თემის სოციალური მეწარმე, არაკომერციული სოციალური მეწარმე, ტრანსფორმაციული სოციალური მეწარმე, გლობალური სოციალური მეწარმე, სოციალური მეწარმეობის 6P, People & Planet, Problem, Plan, Prioritize, Prototype, Pursue, აქციონერი, აქციონერთა საბჭო, თანამშრომელი, გენერალური დირექტორი, ფინანსური დირექტორი, ადმინისტრაციული დირექტორი, მარკეტინგის დირექტორი, გაყიდვების მენეჯერი, წარმოების მენეჯერი, ადამიანური რესურსების დირექტორი (HR), IT მენეჯერი, საბჭო, ბიზნესგეგმა, წლიური ანგარიში, ლიკვიდაცია, ლიდერობა, უფროსობა, მიზნები, პასუხისმგებლობა, კომუნიკაბელურობა, მოთმინება, ნებისყოფა, პრობლემის გადაჭრის უნარი, სტრესის მართვა, შემოქმედებითობა, დელეგირება.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

მიზნების დასახვა და პრიორიტეტიზაცია; ბიზნესის მუშაობის გააზრება; ორგანიზაციული სტრუქტურის დაგეგმვა; როლებისა და პასუხისმგებლობების გადანაწილება (დელეგირება); ლიდერობა და გუნდური მართვა; გადაწყვეტილების მიღება; საკვანძო საკითხების ანალიზი და ფოკუსირება; პრობლემების ალტერნატიული გადაჭრა; დროის მართვა და განრიგის დაგეგმვა; თანამშრომელთა მოტივაცია და HR პროცესები (რეკრუტინგი, ტრენინგი, დისციპლინა); კონფლიქტების მართვა, დიპლომატია და ტაქტიანობა; პასუხისმგებლობის აღება და ანგარიშვალდებულება; ეთიკა და სამართლებრივი მოთხოვნების გათვალისწინება; პრეზენტაცია/პიჩინგი; მესამე პირებზე ზეგავლენის (სოციალური/გარემოსდაცვითი) გათვალისწინება. ანგარიშვალდებულება, შემოქმედებითობა, კრიტიკული აზროვნება, თანამშრომლობა, გადაწყვეტილების მიღება, იდეის განვითარება, ლიდერობა, პროდუქტის შეფასება, საჯარო გამოსვლა, გაყიდვები, თვითშეფასება, ინფორმაციის სინთეზირება და შეფასება, გუნდური მუშაობა.

სავარაუდო დრო: 4 აკადემიური საათი (დამატებით 4 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- სიძლიერე იმ ლიდერს აქვს, ვინც სხვებს აძლევს ძალას.
- ვინც სხვებს მართავს, ჯერ საკუთარ თავს უნდა მართავდეს.
- ადამიანმა ღირსებით რომ იცხოვროს, უნდა იშრომოს, ხოლო საქმიანობის სფერომ სიამოვნება და კმაყოფილება უნდა მიანიჭოს, რათა თავად იყოს ბედნიერი.
- დემოკრატიულ საზოგადოებაში ყველგან შეიძლება შენი საქმე გქონდეს;
- გადასახადი მთავრობისათვის სავალდებულო გადასახდელია.
- თვითრწმენა და შეუპოვრობა მეწარმის კარგი თვისებაა.
- დასახულო მიზნის მისაღწევად შეუპოვრობა და თვითრწმენაა საჭირო.
- თუ ვინმეს გაუკეთებია, მეც შემიძლია გავაკეთო და თუ არავის გაუკეთებია, მე უნდა გავაკეთო/ვცადო.

მიმოხილვა

თავი იწყება ორგანიზაციის განმარტებით – ადამიანთა გაერთიანება, რომელიც საერთო მიზნის მისაღწევად მუშაობს. განიხილება მისი ძირითადი ელემენტები: მისია და მიზნები, სტრუქტურა, ადამიანები, პროცესები, კულტურა და რესურსები. ასევე, წარმოდგენილია ორგანიზაციის სახეები - კომერციული, არაკომერციული და სამთავრობო. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ორგანიზაციული სტრუქტურის საჭიროებასა და მის სარგებელს: პასუხისმგებლობისა და უფლებამოსილების განაწილებას, ეფექტურობასა და თანამშრომლობის გაძლიერებას.

მეწარმეობის არსი. მეწარმეობა განმარტებულია როგორც სწრაფვა შესაძლებლობების გამოყენებისკენ შეზღუდული რესურსების პირობებში. აქ ხაზგასმულია ინოვაციური პროდუქტების, ახალი ბიზნესმოდელების, არსებული პროდუქტის გაუმჯობესებისა და მომხმარებელთა ახალი კატეგორიების მოძიების მნიშვნელობა. ასევე, ყურადღება ექცევა „გადაუდებელი აუცილებლობის“ განცდას, რომელიც ახასიათებს მეწარმეებს.

სოციალური მეწარმეობა. თავში მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა სოციალურ მეწარმეობას. ის აღწერილია როგორც ინოვაციური საქმიანობა, რომელიც საზოგადოების პრობლემების გადაჭრისკენ არის მიმართული. წარმოდგენილია სოციალური საწარმოს სამი მთავარი პრინციპი:

- სოციალური და ეკოლოგიური გავლენა;
- ფინანსური მდგრადობა;
- შემოსავლების რეინვესტირება.

მოცემულია სოციალური მეწარმეების ტიპები: თემის, არაკომერციული, ტრანსფორმაციული და გლობალური სოციალური მეწარმეები. ასევე განხილულია **6P მოდელი**: People & Planet, Problem, Plan, Prioritize, Prototype, Pursue.

თავი განიხილავს როლებსა და მოვალეობები მინიკომპანიაში, განსაკუთრებულად პრაქტიკულია და უშუალოდ მიმართულია სკოლის მოსწავლეებისთვის. აქ დეტალურადაა განხილული მინიკომპანიაში არსებული როლები:

- აქციონერი;
- საბჭოს წევრი;
- თანამშრომელი.

გარდა ამისა, აღწერილია კონკრეტული თანამდებობების ფუნქციები: გენერალური დირექტორი, ფინანსური დირექტორი, ადმინისტრაციული დირექტორი, მარკეტინგისა და გაყიდვების მენეჯერი, წარმოების მენეჯერი, ადამიანური რესურსების მენეჯერი და IT მენეჯერი. თითოეულ პოზიციაზე ხაზგასმულია პასუხისმგებლობები, საჭირო უნარები და მათი როლი კომპანიის წარმატებაში.

ლიდერობა და მმართველობა. თავის მნიშვნელოვანი თემაა ლიდერობა. გენერალური დირექტორის როლი წარმოჩენილია როგორც კომპანიის მთავარი მოტივატორისა და გზის გამკვლევის. აქვე განხილულია ლიდერისთვის აუცილებელი თვისებები: მიზნების დასახვის უნარი, გუნდის მოტივაცია, პასუხისმგებლობა, კომუნიკაციის ეფექტურობა და სამართლიანობა.

დაგეგმვა და ბიზნესგეგმა. მოსწავლეებს მიეწოდებათ რეკომენდაციები, თუ როგორ უნდა მოამზადონ კომპანიის ბიზნესგეგმა. ეს მოიცავს: კომპანიის შესახებ ზოგად ინფორმაციას, პროდუქტის/მომსახურების აღწერას, მარკეტინგულ სტრატეგიას, ფინანსურ გეგმას, ხარჯთაღრიცხვას და ფულადი ნაკადების უწყისს.

სამუშაოზე აყვანის პროცესი. თავში მოცემულია მოსწავლეთა აქტივობებისთვის პრაქტიკული ინსტრუმენტები: სამუშაოზე განაცხადის ფორმა, გასაუბრების ნიმუში, შრომითი ხელშეკრულების მაგალითი. ეს მათ ეხმარება რეალური ბიზნეს-პროცესების სიმულაციაში.

ეს თავი აერთიანებს როგორც თეორიულ საფუძვლებს (ორგანიზაცია, მეწარმეობა, სოციალური საწარმო, ლიდერობა), ისე პრაქტიკულ დავალებებს (როლების გადანაწილება, ბიზნესგეგმის შედგენა, ორგანიზაციული სქემის აგება). იგი ხელს უწყობს მოსწავლეებში სამეწარმეო აზროვნების, გუნდური მუშაობის, პასუხისმგებლობისა და ლიდერული უნარების ჩამოყალიბებას.

თემის მიწოდების სტრატეგიები:

საერთო ჯამში უნდა ჩაატაროთ 4 აკადემიური საათი, თუმცა, ქვემოთ წარმოდგენილი სავარჯიშოები საკმარისია მეტ დროზე გასანაწილებლად, თქვენი შეხედულებისამებრ, შეგიძლიათ არ განახორციელოთ ყველა სავარჯიშო აქტივობიდან „შემოქმედებითი აზროვნების ბარათები“, ხოლო სხვა სავარჯიშოები სავალდებულოა. ასევე შეგიძლიათ, სავარჯიშოები თქვენი შეხედულებისამებრ გადააადგილოთ.

ამ თავის ახსნა უნდა დაიწყოთ პირდაპირი ლექციით და მიაწოდოთ ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ რა არის ორგანიზაცია, როგორი ტიპის ორგანიზაციები არსებობენ. აუხსნათ ორგანიზაციის სტრუქტურის კომპონენტები.

შემდეგ არის ორი ჩანართი. პირველი ხსნის თანამედროვე მეწარმეობის არსს, ხოლო მეორე სოციალური მეწარმეობის არსს. შემდეგ წარმოდგენილია განსხვავებები ჩვეულებრივ მეწარმეობასა და სოციალურ მეწარმეობას შორის.

შემდეგი ნაწილი არის როლები და მოვალეობები მინიკომპანიებში!

ზოგადად გააცანით მოსწავლეებს როლები მინიკომპანიაში. აუხსენით, რომ მნიშვნელოვანია კომპანიაში მმართველი გუნდის დაკომპლექტება. რა თქმა უნდა, კომპანიის აქციონერები და მმართველი გუნდის წევრები უნდა იყვნენ მოსწავლეები, მაგრამ ამ გუნდის ჩამოყალიბებამდე მნიშვნელოვანია, კარგად გაითავისონ ორგანიზაციაში ადამიანური რესურსების როლები და ფუნქციები. სთხოვეთ მათ, წაიკითხონ მესამე თავში მოცემული მასალები: „როლები და მოვალეობები'', „უფრო მეტი კომპანიაში როლების შესახებ“, „მმართველი დირექტორი ლიდერის შესახებ“. შეგიძლიათ, თავად გაუკეთოთ მოკლე პრეზენტაცია და დაავალოთ მასი სახლში წაკითხვა.

აქტივობა 3.1. მინიკომპანიის როლები

პატარა ფურცლებზე ჩამოწერეთ ზოგადად ორგანიზაციაში არსებული როლები: მაგალითად ფინანსური დირექტორი, ადამიანური რესურსების მენეჯერი და სხვა, გაუნაწილეთ ეს ფურცლები მოსწავლეებს და დაავალეთ, მოახდინონ ამ პოზიციის/როლის მოვალეობების პრეზენტაცია. განსაკუთრებით უნდა გამოყონ ამ როლში მყოფი ადამიანის ის თვისებები და უნარები, რაც ამ პოზიციაზე წარმატების მისაღწევადაა აუცილებელი.

შემდეგ სთხოვეთ, რომ გუნდებად გაერთიანდნენ და პერსონალურად შესწავლილი როლის თვისებებსა და უნარებში დაადგინონ დამთხვევები.

ასეთები იქნება: ეთიკურობა, ორგანიზებულება, ობიექტურობა, კომუნიკაბელურობა, თანმიმდევრულობა, მუყაითობა, კომპიუტერთან მუშაობა, პუნქტუალობა და სხვ.

შემდეგ ერთ-ერთი ჯგუფიდან 1 პირს სთხოვეთ, შეკრებილი საერთო უნარები და თვისებები ჩამოწეროს დაფაზე, შემდეგ სხვა ჯგუფიდან 1 პირს სთხოვეთ, აღნიშნოს ის უნარი და თვისება, რომელიც მათაც უწერიათ და თუ რამე განსხვავებულია მიუწერონ ბოლოში.

ასე გაიმეორეთ მანამ სანამ ყველა ჯგუფის წარმომადგენელი არ გამოვა.

შემდეგ, შეარჩიეთ ყველა ის უნარი და თვისება, რომლებსაც ყველაზე მეტი გუნდი ეთანხმება და ახსენით, რომ ესენი წარმოადგენენ უნივერსალურ თვისებებს და უნარებს, რომელიც უნდა ჰქონდეს ყველა დასაქმებულს, მათი პროფესიისა და სამუშაო როლის მიუხედავად.

შემდეგ მოდის ინფორმაცია საბჭოსა და საბჭოს სხდომების შესახებ. ეს ინფორმაციაც დეტალურად გააცანით მოსწავლეებს.

აქტივობა 3.2. მინიკომპანიის ორგანიზაციული სქემა და მოდელი

თუ საშუალება გაქვთ, პროექტორით გააშუქეთ სლაიდები „კომპანიის ორგანიზაციული სქემის შესახებ“ ან დაფაზე დახაზეთ სქემები და მოსწავლეებთან ერთად, იმსჯელეთ კომპანიის ორგანიზაციული მოწყობაზე.

თავდაპირველად, ორგანიზაციის მოდელში დაგეგმეთ, რა პოზიციები და როლები იქნება თქვენს კომპანიაში. წაშალეთ ის პოზიციები, რომელიც არ იქნება თქვენს კომპანიაში და ჩაამატეთ ის, რომელიც იქნება.

შემდეგ მოსწავლეებს სთხოვეთ იმუშაონ ბიზნესიდეაზე - ანუ რა ბიზნესის კეთება სურთ მინიკომპანიაში. იდეა მათ უნდა გადაიტანონ სქემაზე და კარგი იქნება, თუ მინიკომპანიას სახელსაც დაარქმევენ.

თავად უნდა გადაწყვიტონ, რა ერქმევა დირექტორთა საბჭოს თავმჯდომარეს - გენერალური დირექტორი თუ პრეზიდენტი. აუხსენით მოსწავლეებს, რომ დიდ კორპორაციებში არის აღმასრულებელ და არა აღმასრულებელ დირექტორთა გუნდები და ასეთ კორპორაციაში, შესაძლებელია დირექტორთა საბჭოს თავმჯდომარე და პრეზიდენტი ან გენერალური დირექტორი სხვადასხვა პირი იყოს.

ჯერ-ჯერობით გენერალური დირექტორი (ან პრეზიდენტი) არჩეული არ ყავთ და ეს გრაფა თავისუფალი დატოვონ და შეავსონ იგი მოგვიანებით.

აქტივობა 3.3 პიროვნული თვისებების განსაზღვრა.

ეს ტესტი ახლგაზრდების თვითშეფასების ინსტრუმენტია, რათა თავად განსაზღვრონ პიროვნული თვისებები/მახასიათებლები. სავარჯიშო უნდა გაკეთდეს ინდივიდუალურად. თითოეული მოსწავლის ქულა შეესაბამება იმას, თუ როგორ აფასებს ის თავის ძლიერ მხარეებს სხვადასხვა სფეროში.

თუ ფიქრობთ, რომ სავარჯიშო შეიძლება იყოს უფრო მოსახერხებელი ჯგუფში დისკუსიისთვის, მოაწყვეთ დებატები ქვემოთ მოცემულ მახასიათებლებსა და თვისებებზე. ეს ფორმა შესაძლებელია გამოყენებული იქნეს , როგორც საწყისი წერტილი როლების განსაზღვრისთვის და ჯგუფის წევრებს შორის კოოპერაციისათვის.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, შეავსონ მესამე თავში მოცემული სავარჯიშო „პიროვნული თვისებების განსაზღვრა“, შემდეგ კი, იმსჯელეთ თითოეულ მახასიათებლის შესახებ.

იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა “პიროვნული თვისებების განსაზღვრა”.

აქტივობა 3.4. გენერალური დირექტორის თვისებების განსაზღვრა,

ეს აქტივობა, ზოგადად არის ლიდერული თვისებების განსაზღვრის სავარჯიშო, აუხსენით კლასს, რომ განყოფილებებში მათ განაწილებამდე გსურთ, ისაუბროთ ლიდერის თვისებებზე. სთხოვეთ მათ, შეავსონ მესამე თავში მოცემული სავარჯიშო „გენერალური დირექტორის თვისებები“, შემდეგ კი, რიგრიგობით, სწრაფად დაგვისახელონ ერთი თვისება, რომელიც, მათი აზრით, უნდა ჰქონდეს ლიდერს. ჩამოწერეთ მათი პასუხები დაფაზე. დასვით კითხვები:

1. ყველა ლიდერს ერთნაირი თვისებები უნდა ჰქონდეს? - არა
2. რომელი თვისებებია უფრო მნიშვნელოვანი ფეხბურთის გუნდის კაპიტნისთვის?
   პასუხები აღნიშნეთ “F”-ით;
3. რომელი თვისებებია უფრო მნიშვნელოვანი მათემატიკოსთა კლუბის პრეზიდენტისთვის?
   პასუხები აღნიშნეთ ”M”-ით;
4. რომელი თვისებებია უფრო მნიშვნელოვანი ქალაქის მერისთვის?
   პასუხები აღნიშნეთ ”C”-ით;
5. რომელი თვისებებია უფრო მნიშვნელოვანი კორპორაციის ლიდერისთვის?
   პასუხები აღნიშნეთ ”B”–ით;
6. რომელი თვისებებია უფრო მნიშვნელოვანი მეწარმისთვის?
   პასუხები აღნიშნეთ ”E”-ით;

მოსწავლეებმა უნდა დაინახონ მსგავსება და განსხვავება ლიდერის თვისებებში. ზოგიერთი მათგანი საერთოა ბევრი სპეციალისტისთვის, ზოგი კი დამოკიდებულია განსაკუთრებულ სიტუაციაზე, მოვალეობებსა და ვალდებულებაზე. ერთი და იგივე თვისება შეიძლება აღინიშნოს რამდენჯერმე.

თქვენ შეგიძლიათ გამოიყენოთ კენჭისყრის მეთოდიც. დაურიგეთ მოსწავლეებს 5 ფურცელი, რომელზეც აღნიშნული იქნება ასოები: F,M,C,B და E, მათ უნდა ამოირჩიონ ის ერთი თვისება, რომელიც ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანია მოცემული პროფესიებისთვის.

თქვენ შეგიძლიათ აირჩიოთ ვარიანტი, რომელიც უფრო შეეფერება თქვენს კლასს.

შეინახეთ ეს ფურცლები. ისინი გამოგადგებათ მმართველ გუნდთან დისკუსიების მოსაწყობად.

დისკუსიის ბოლოს, სთხოვეთ მოსწავლეებს, ჩამოწერონ მოსაზრებები დაფაზე.

იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა "გენერალური დირექტორის თვისებები"

აქტივობა 3.5. კომპანიის დირექტორთა საბჭოს დაკომპლექტება, გენერალური დირექტორის და დირექტორების (ან პრეზიდენტის და ვიცე პრეზიდენტების) არჩევა.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, შეავსონ სახლში სამუშაოზე განაცხადის ფორმა, თუ სურთ კომპანიის გენერალური დირექტორობა ან დირექტორობა (პრეზიდენტობა ან ვიცე პრეზიდენტობა) ან რომელიმე დეპარტამენტის ხელმძღვანელობა და ჩააბარონ ის კომპანიის მდივანს. შესაძლებელია, 1 პრეტენდენტს განაცხადი გაკეთებული ჰქონდეს 2 პოზიციაზე. თუ თქვენ კლასში ყალიბდება რამდენიმე კომპანია, საჭიროა პრეზიდენტების და ვიცე პრეზიდენტების შერჩევა კომპანიების მიხედვით. გაითვალისწინეთ, რომ არ შეიძლება ერთი და იგივე პირი მონაწილეობდეს სხვადასხვა კომპანიის დირექტორთა საბჭოში.

არჩევნები: გააცანით კლასს პრეზიდენტობის კანდიდატები და სთხოვეთ ყოველ კანდიდატს, მოკლედ გაეცნონ მოსწავლეებს (სიტყვით გამოსვლამ არ უნდა გადააჭარბოს 2 წთ-ს). მოემზადეთ კენჭისყრისთვის წინასწარ, უკეთესია თუ კენჭისყრა ფარული იქნება.

დაარიგეთ ფურცლები კენჭისყრისთვის, შემდეგ შეაგროვეთ ისინი და დათვალეთ ხმები. გამარჯვებულს ირჩევენ ხმათა უმრავლესობით. თუ ვერცერთი კანდიდატი ვერ მოაგროვებს საკმარის ხმებს, კენჭისყრა ჩაატარეთ ხელახლა.

განყოფილებებში განაწილება: გენერალური დირექტორის (პრეზიდენტის) არჩევნების შემდეგ აირჩიეთ (ან უკვე არჩეულმა ხელმძღვანელმა დანიშნოს) მოსწავლეები მარკეტინგის, საფინანსო, პერსონალის და წარმოების განყოფილებებში, ხოლო დანარჩენი მოსწავლეები გაანაწილეთ სხვადასხვა განყოფილებებში.

სთხოვეთ თითოეულ განყოფილებას, განლაგდეს ოთახის სხვადასხვა კუთხეში. სთხოვეთ, გაერკვნენ თავიანთ ძირითად მოვალეობებში. აუხსენით ის თვისებები, რომლებიც, მათი აზრით, მნიშვნელოვანია ლიდერისთვის.

შეჯამება და მიმოხილვა: განიხილეთ მოსწავლეების მიერ ჩამოყალიბებული აზრები ლიდერთა თვისებების შესახებ: მაგალითად:

- კომუნიკაბელურობა;
- მზრუნველობა;
- ინიციატივიანობა;
- ორგანიზებულობა.

მიულოცეთ გენერალურ დირექტორს (ან პრეზიდენტს) და განყოფილებათა წარმომადგენლებს კომპანიის ლიდერებად არჩევა და გააფორმეთ შრომითი ხელშეკრულება.

ეს სამი ფორმა: ჩემი პირველი სამუშაო განაცხადის ფორმა; სამუშაოზე აყვანის ინტერვიუს ნიმუში და შრომითი ხელშეკრულება, დაგეხმარებათ ამ აქტივობის შესრულებაში.

დავით აღმაშენებელი - ქართველი ლიდერი

ეს სავარჯიშო მნიშვნელოვანია!

I ეტაპი - მასწავლებელი სვამს შეკითხვას:

- როგორი უნდა იყოს ნამდვილი ლიდერი - მხოლოდ მმართველი თუ მოქმედი ადამიანი?
- აცნობს მოსწავლეებს, რომ წაიკითხავენ ტექსტს, სადაც აღწერილია დავით აღმაშენებელი არა როგორც მეფე ტიტულით, არამედ როგორც ლიდერი ქცევით.

მოსწავლეებები აყალიბებენ პირველ მოსაზრებებს ლიდერობაზე (თავისუფლად, შეფასების გარეშე).

II ეტაპი - ტექსტის გააზრებული კითხვა

მეთოდი: ხმამაღლა კითხვა ან ნაწილებად განაწილებული კითხვა.

ინსტრუქცია მოსწავლეებისთვის:

კითხვისას მონიშნეთ ფრაზები, სადაც ჩანს, რომ მეფე:

- სხვებს ხელმძღვანელობს საკუთარი მაგალითით
- არ ერიდება სირთულეს
- მუშაობს სხვებთან ერთად

III ეტაპი - ანალიზი მცირე ჯგუფებში
მოსწავლეები მუშაობენ 3-4 კაციან ჯგუფებში.
დავალება ჯგუფებისთვის:
უპასუხეთ კითხვებს ტექსტის საფუძველზე:

- როგორ ლიდერობს დავით აღმაშენებელი? (ბრძანებით, მაგალითით, შრომით თუ გამძლეობით?)
- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ ლიდერი „უპირველესი“ იყოს საქმეში და არა მხოლოდ სიტყვაში?
- რომელი უნარები გამოარჩევს მას სხვა მეომრებისგან? (ფიზიკური, მენტალური, ნებისყოფის, პასუხისმგებლობის)
- როგორ მოქმედებს ასეთი ლიდერი გუნდის მოტივაციაზე?

IV ეტაპი - დისკუსია
მასწავლებლის როლი: ფასილიტატორი
საკვანძო კითხვები მთელი კლასისთვის:

- რატომ არის ტექსტში ხაზგასმული, რომ მეფე „იყო მჭედელთა შორის მჭედელი უპირველესი“?
- რა განსხვავებაა ტიტულით ლიდერსა და ქცევით ლიდერს შორის?
- შეიძლება თუ არა ასეთი ლიდერობა თანამედროვე გუნდში, სკოლაში ან მინიკომპანიაში?

V ეტაპი - რეფლექსია
ინდივიდუალური წერითი დავალება (2-3 წინადადება):
მოსწავლე ასრულებს ერთ-ერთ წინადადებას:

- ლიდერი ჩემთვის არის ადამიანი, რომელიც…
- დავით აღმაშენებლის მაგალითიდან ვისწავლე, რომ…
- გუნდში მუშაობისას მე ლიდერობას გამოვავლენდი

VI ეტაპი - მეთოდური შეჯამება
მასწავლებელი უსვამს ხაზს:
ლიდერობა ≠ ძალაუფლება
ლიდერობა = პირადი მაგალითი + შრომა + გამძლეობა
ძლიერი ლიდერი გუნდს არ ემიჯნება, არამედ მის ნაწილად რჩება

დავალება: სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ მოკლე ესსე ერთ-ერთ რომელიმე თემაზე:

1. რა განსხვავება და მსგავსებაა ლიდერსა და მეწარმეს შორის?
2. რა მნიშვნელოვან თვისებებს უნდა ფლობდეს მეწარმე?
3. მე მეზარება სწავლა, თუმცა შემიძლია გავხდე წარმატებული მეწარმე.

თქვენი შეხედულებისამებრ, ესსე შეგიძლიათ მისცეთ მოსამზადებლად 3-5 კაციან ჯგუფებს. ასევე, უფრო დააკონკრეტოთ ესსეს თემატიკა და ჯგუფში მომზადდეს არა 3 არამედ 5 ან 10 ესსე, ასევე, სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ პრეზენტაცია ესსეს გარშემო, გამოჰყავით 1 ან 2 გაკვეთილი პრეზენტაციების მოსასმენად და იმსჯელეთ ამ საკითხების გარშემო. თუ ესსეს მოსწავლეები მოამზადებენ ჯგუფურად, შეფასება ჯგუფში შემავალ თითოეულ მოსწავლეს უნდა დაუწეროთ ინდივიდუალურად. ესსეს მოსამზადებლად მათ შეუძლიათ გამოიყენონ საძიებო სისტემა www.google.com, www.youtube.com, ხელოვნური ინტელექტის პლატფორმები, აგრეთვე ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს ვებ-გვერდი www.jag.ge.

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების“ აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები);
- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიანტერესა);
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება).

ეს სამი კითხვა აძლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცა): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად“ - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

ტერმინთა განმარტებები

ანგარიშვალდებულება (Accountability) - ვალდებულება, დაასაბუთო საკუთარი გადაწყვეტილებები, ქმედებები და მათი შედეგები ორგანიზაციისა და დაინტერესებული მხარეების წინაშე.

აქციონერი (Shareholder) - პირი, რომელიც ფლობს კომპანიის წილს (აქციას) - და, შესაბამისად, არის მისი თანამფლობელი.

აქციონერთა საბჭო / დირექტორთა საბჭო (Board of Directors) - ორგანო, რომელიც პასუხისმგებელია სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღებაზე, ხელმძღვანელობის კონტროლსა და კომპანიის განვითარების ზედამხედველობაზე.

ბიზნეს ეთიკა (Business Ethics) - პრინციპები და წესები, რომლებიც განსაზღვრავენ სამართლიან, პატიოსან და პასუხისმგებლიან ქცევას ბიზნესში.

ბიზნესგეგმა (Business Plan) - დოკუმენტი, რომელიც აღწერს კომპანიის მიზნებს, პროდუქტს ან მომსახურებას, ბაზარს, ფინანსურ გათვლებსა და განვითარების სტრატეგიას.

გონებრივი იერიში (Brainstorming) - თავისუფალი დისკუსიის მეთოდი იდეების გენერირებისა და პრობლემების გადაწყვეტის მიზნით.

გუდვილი (Goodwill) - არამატერიალური აქტივი, რომელიც ასახავს კომპანიის რეპუტაციასა და ღირებულებას შეძენის ან გაყიდვის დროს.

დღის წესრიგი (Agenda) - სხდომაზე განსახილველი საკითხების წინასწარ განსაზღვრული ჩამონათვალი.

დრაფტი / მონახაზი (Draft) - დოკუმენტის წინასწარი ვერსია, რომელიც საბოლოო დამუშავებამდე შეიძლება შეიცვალოს.

ეთიკის კოდექსი (Code of Ethics) - დოკუმენტი, რომელიც ადგენს ორგანიზაციაში მორალური ქცევის წესებსა და პრინციპებს.

ინიცირება (Initiation) - საკითხის ოფიციალურად დაყენება განხილვისა და გადაწყვეტილების მისაღებად.

კომერციული ორგანიზაცია (Commercial / For-profit Organization) - ორგანიზაცია, რომლის ძირითადი მიზანია ეკონომიკური საქმიანობის გზით მოგების მიღება.

კოოპერირება (Cooperation) - ურთიერთთანამშრომლობა, კავშირების დამყარება და შენარჩუნება საერთო მიზნების მისაღწევად.

კორპორატიული იდენტობა (Corporate Identity) - ორგანიზაციის უნიკალური თვითმყოფადობა, რომელიც მოიცავს მის ღირებულებებს, ქცევას და იმიჯს.

ლიდერობა (Leadership) - სხვების მოტივაციის, მიმართულების მიცემისა და შთაგონების უნარი საერთო მიზნის მისაღწევად.

ლიკვიდაცია (Liquidation) - კომპანიის საქმიანობის ოფიციალური დასრულების პროცესი, საბოლოო ანგარიშგებისა და რესურსების განაწილებით.

მმართველობის ჯაჭვი (Chain of Command) - ფორმალური სისტემა, რომლის მიხედვითაც ორგანიზაციაში გადაწყვეტილებები და პასუხისმგებლობები ნაწილდება.

მისიის განაცხადი (Mission Statement) - ორგანიზაციის მიზნის მოკლე და მკაფიო აღწერა, რომელიც განსაზღვრავს მის არსებობის მიზეზს.

მონიტორინგი (Monitoring) - საქმიანობის მიმდინარეობის სისტემური დაკვირვება და შეფასება კორექტირების მიზნით.

მოთხოვნა (Demand) - მომხმარებლის ფულადი შესაძლებლობით უზრუნველყოფილი სურვილი, შეიძინოს პროდუქტი ან მომსახურება.

მომსახურება (Service) - სხვებისთვის შესრულებული საქმიანობა, რომელიც აკმაყოფილებს კონკრეტულ საჭიროებას.

ორგანიზაცია (Organization) - ადამიანთა გაერთიანება, რომელიც საერთო მიზნის მისაღწევად მუშაობს განსაზღვრული სტრუქტურითა და წესებით.

ორგანიზაციული სტრუქტურა (Organizational Structure) - ორგანიზაციაში როლების, პასუხისმგებლობებისა და ანგარიშვალდებულების განაწილების სისტემა.

პოლიტიკა (Policy) - შეთანხმებული პრინციპები და მიმართულებები, რომლებიც წარმართავს ორგანიზაციის საქმიანობას.

პროექტი (Project) - დროებით დაგეგმილი აქტივობების ერთობლიობა კონკრეტული მიზნის მისაღწევად.

საბანკო უფლებამოსილება / მანდატი (Bank Mandate) - ბანკისთვის მიცემული ოფიციალური ინსტრუქცია ანგარიშის სამართავად.

საჭიროება (Need) - ის აუცილებელი რამ, რის გარეშეც ადამიანი ვერ ცხოვრობს ან მიზანს ვერ აღწევს.

საჭიროებათა ანალიზი (Needs Analysis) - პროცესი, რომლის დროსაც განისაზღვრება, თუ რა უნდა გაკეთდეს სასურველი შედეგის მისაღწევად.

სოციალური მეწარმე (Social Entrepreneur) - ადამიანი, რომელიც ინოვაციურად ცდილობს სოციალური ან ეკოლოგიური პრობლემების გადაჭრას.

სოციალური მეწარმეობა (Social Entrepreneurship) - მეწარმეობის ფორმა, რომელიც ბიზნეს საქმიანობას სოციალური გავლენის შექმნას უთავსებს.

სოციალური საწარმო (Social Enterprise) - ბიზნესმოდელი, რომელიც იღებს შემოსავალს და მოგებას იყენებს სოციალური მისიის გასაძლიერებლად.

სოციალური მეწარმეობის 6P მოდელი (6P Model of Social Entrepreneurship) - სოციალური საწარმოს დაგეგმვის ჩარჩო, რომელიც მოიცავს: People & Planet, Problem, Plan, Prioritize, Prototype, Pursue.

საქონელი (Goods) - ფიზიკური, ხელშესახები პროდუქცია, რომელსაც კომპანიები აწარმოებენ და ყიდიან.
საჯარო იმიჯი (Public Image) - კომპანიის აღქმა საზოგადოების მხრიდან.
სემინარი (Seminar) - შეხვედრა ან სწავლების ფორმა, სადაც ხდება ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარება.
სვოტ ანალიზი (SWOT Analysis) - დაგეგმვის მეთოდი ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების გასაანალიზებლად.
სლოგანი / ლოზუნგი (Slogan) - მოკლე და ზუსტი გზავნილი, რომელიც გამოხატავს პროდუქტის ან ორგანიზაციის არსს.
ფასილიტატორი (Facilitator) - ადამიანი, რომელიც ჯგუფურ პროცესებს ამარტივებს და ხელს უწყობს ეფექტიან თანამშრომლობას.
ფასილიტაცია (Facilitation) - პროცესების ხელშეწყობა ჯგუფური მუშაობის ეფექტიანობისთვის.
შერჩევა და დასაქმება (Recruitment and Selection) - თანამშრომლების მოძიებისა და შერჩევის პროცესი.
ხედვის განაცხადი (Vision Statement) - ორგანიზაციის გრძელვადიანი ხედვისა და განვითარების მიმართულების აღწერა.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე
საჭიროება
რას ვეძახით რესურსს მინიკომპანიაში? დაასახელე ერთი მაგალითი.
იდეა
რა არის თქვენი იდეა ერთ წინადადებაში?
პროექტი
რატომ გვჭირდება პროექტის გეგმა? დაასახელე ერთი მიზეზი.
ღვაწლი
რა ერთი ქმედება შეასრულე შენ ამ კვირაში კომპანიისთვის?
შედეგი
რა იყო ბოლო აქტივობის შედეგი? (ერთი ფაქტი)

2. უნისტრუქტურული დონე
საჭიროება
რა არის ერთი მთავარი შეზღუდულობა, რაც ახლა გაქვთ (დრო, ბიუჯეტი, ცოდნა) და რატომ?
იდეა
რომელი ერთი შესაძლებლობა ჩანს ყველაზე რეალისტური თქვენი გუნდისთვის და რატომ?
პროექტი
შეარჩიე ერთი ინდიკატორი, რომლითაც გაზომავ პროგრესს, და ახსენი, როგორ.
ღვაწლი
რომელი ერთი პასუხისმგებლობა გაქვს გუნდში და როგორ ასრულებ მას?
შედეგი
დაასახელე ერთი წარმატება და ერთი სუსტი მხარე მიმდინარე შედეგებიდან.

3. მულტისტრუტურული დონე
საჭიროება
- ჩამოთვალე მინიმუმ 3 რესურსი და მიუთითე თითოეულზე: რა გვაქვს და რა გვაკლია.
- ჩამოთვალე 2 შეზღუდულობა, რაც გავლენას ახდენს საქმიანობაზე.

იდეა
- ჩამოწერე 3 ალტერნატიული იდეა და თითოეულზე მიუთითე სარგებელი და რისკი.

პროექტი
- ჩამოთვალე კარგი პროექტის გეგმის მინიმუმ 5 ელემენტი.
- ჩამოთვალე 2 ინდიკატორი, რომლითაც შედეგს გაზომავ.

ღვაწლი
- ჩამოთვალე გუნდის წევრების 3 განსხვავებული წვლილი და კონკრეტული ქმედებები.

შედეგი
- ჩამოთვალე როგორი შედეგები შეიძლება იყოს შემდეგი მახასიათებლებით:
  - ფინანსური
  - ბაზარზე
  - გუნდური

4. მიმართებითი დონე

საჭიროება

- როგორ უკავშირდება რესურსების შეზღუდულობა თქვენს გადაწყვეტილებებსა და ვადებს?

იდეა

- რატომ აირჩიეთ საბოლოოდ ეს იდეა? დააკავშირე ერთმანეთთან: საჭიროება - რესურსი - რისკი - გადაწყვეტილება.

პროექტი

- დააკავშირე: ბიუჯეტის ერთი მუხლი - ინდიკატორთან და მოსალოდნელი შედეგთან.

ღვაწლი

- როგორ აისახა შენი ინიციატივა გუნდის საერთო შედეგზე?

შედეგი

- ახსენი შედეგი მიზეზ-შედეგის ლოგიკით: გეგმა - ქმედება - მონიტორინგი - შედეგი.

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე

საჭიროება

შექმენი 3-ნაბიჯიანი სტრატეგია, როგორ იმოქმედებ რესურსების დეფიციტის პირობებში მომავალ პროექტში.

იდეა

როგორ მოარგებდი თქვენს იდეას სხვა სკოლას ან სხვა სამიზნე ჯგუფს?

პროექტი

შეიმუშავე მოკლე შეფასების ციკლი დაგეგმე-გააკეთე-შეამოწმე-იმოქმედე ახალი პროექტისთვის.

ღვაწლი

ჩამოაყალიბე 3-5 გუნდის მუშაობის წესი, რომელიც მომავალშიც გაამლიერებს შედეგს.

შედეგი

ჩამოწერე 2 მთავარი რამ, რაც ისწავლე (Lessons learned) და 2 რეკომენდაცია მომავალი წლისთვის.

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს რომელსაც ეთანხმება. ასევე, შესაძლებელია გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები

1. საჭიროება (რესურსი, შეზღუდულობა)

☐ გავიგე, რომ ადამიანური და ეკონომიკური საჭიროებები უსასრულოა, ხოლო რესურსები – შეზღუდული
☐ შემიძლია გამოვყო მინიმუმ ერთი რესურსი, რომელიც ჩვენს მინიკომპანიას სჭირდება
☐ ვხვდები, რომ რესურსების ნაკლებობა გავლენას ახდენს გადაწყვეტილებებზე
☐ მესმის, რატომ არის საჭირო პრიორიტეტების განსაზღვრა შეზღუდულ პირობებში
☐ შემიძლია დავაკავშირო რესურსები პროექტის რეალისტურ გეგმასთან

2. იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილების მიღება)

☐ მესმის, რომ იდეა ხშირად იბადება პრობლემის ან საჭიროების დანახვის შედეგად
☐ შემიძლია დავასახელო ალტერნატიული გზები ერთი პრობლემის გადასაჭრელად
☐ ვხვდები, რატომ ვერ ხორციელდება ყველა იდეა ერთდროულად
☐ მესმის, რომ არჩევანი ნიშნავს პასუხისმგებლობის აღებას
☐ შემიძლია ავხსნა, რატომ არის გადაწყვეტილება პროცესის ნაწილი და არა ერთჯერადი ქმედება
☐ შემიძლია ავხსნა, რა არგუმენტებით მივიღეთ კონკრეტული გადაწყვეტილება (დრო, ბიუჯეტი, რესურსი, რისკი)

3. პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)

☐ მესმის, რომ იდეის განხორციელებას სჭირდება პროექტული მიდგომა
☐ ვიცი, რატომ არის მნიშვნელოვანი მიზნების, ეტაპებისა და ვადების განსაზღვრა
☐ მესმის, რომ ბიუჯეტი ზღუდავს, და ამავე დროს, მიმართულებას აძლევს პროექტს
☐ ვხვდები, რომ შედეგი უნდა იყოს გაზომვადი
☐ შემიძლია ავხსნა, რას ნიშნავს პროექტის შეფასება და მონიტორინგი
☐ მესმის, რატომ არის მნიშვნელოვანი კომუნიკაცია და კოორდინაცია გუნდურ მუშაობაში
☐ მესმის, რომ პროექტს შეიძლება ჰქონდეს რისკები და საჭიროა მათი წინასწარი გააზრება

4. ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)

☐ მესმის, რომ შედეგი მიიღწევა ყოველდღიური შრომით
☐ ვხვდები, რატომ არის ინიციატივა მნიშვნელოვანი გუნდურ მუშაობაში
☐ შემიძლია დავასახელო ქმედებები, რომლითაც თითოეული წევრი ქმნის საერთო შედეგს
☐ მესმის პასუხისმგებლობისა და როლის მნიშვნელობა ორგანიზაციაში
☐ ვხვდები, რომ ღვაწლი მოიცავს როგორც წარმატებას, ისე შეცდომებზე სწავლას
☐ მესმის, რომ შედეგი გამოიყენება გაუმჯობესებისთვის და სწავლისთვის, და არა მხოლოდ შეფასებისთვის

5. შედეგი

☐ მესმის, რომ შედეგი შეიძლება იყოს არა მხოლოდ ფინანსური

☐ ვხვდები, რომ შედეგი შეიძლება იყოს ცოდნის, უნარების ან დამოკიდებულებების განვითარება

☐ შემიძლია ერთმანეთისგან განვასხვავო პროცესი და შედეგი

☐ მესმის, რატომ არის მნიშვნელოვანი შედეგის შეფასება და გააზრება

☐ შემიძლია დავაკავშირო შედეგი მიღებულ გადაწყვეტილებებსა და შესრულებულ ქმედებებს

☐ ერთ წინადადებაში აღწერე, რა შეიცვალა შენს აზროვნებაში ამ თავის შემდეგ.

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

ღია რეფლექსიური კითხვები

1. საჭიროება (რესურსი, შეზღუდულობა)
   - რა არის ორგანიზაცია და რატომ იქმნება იგი?
   - დაასახელე ერთი რესურსი, რომელიც აუცილებელია ორგანიზაციის მუშაობისთვის და ახსენი რატომ.
   - ჩამოთვალე მინიმუმ სამი რესურსი, რაც ორგანიზაციას სჭირდება და ერთი შეზღუდულობა, რაც მის საქმიანობაზე მოქმედებს.
   - როგორ მოქმედებს რესურსების შეზღუდულობა კომპანიის სტრუქტურასა და მიღებულ გადაწყვეტილებებზე?
   - როგორ გამოიყენებ რესურსებისა და შეზღუდულობების მართვის ცოდნას მომავალში (სკოლაში, კარიერაში ან ცხოვრებაში)?

2. იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილების მიღება)
   - რა სიტყვით ან წინადადებით აღწერდი მეწარმეობას?
   - რა ერთი შესაძლებლობა დაინახე მეწარმეობაში ამ თავის წაკითხვის შემდეგ?
   - ჩამოთვალე სამი განსხვავებული ტიპის სოციალური მეწარმე და მათი მთავარი მიზანი.
   - როგორ უკავშირდება სოციალური მეწარმეობის იდეა საზოგადოების კონკრეტულ საჭიროებებს?
   - როგორ შეიძლება სოციალური მეწარმეობის იდეის გამოყენება შენი სკოლის ან თემის პრობლემის გადასაჭრელად?

3. პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)
   - რა არის ბიზნესგეგმა და რატომ ახსენებს მას მე-3 თავი?
   - რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ კომპანიას ჰქონდეს მკაფიო სტრუქტურა და მართვის წესები?
   - რა ელემენტებს უნდა მოიცავდეს კარგი ბიზნესგეგმა? ჩამოთვალე მინიმუმ ოთხი.
   - როგორ უკავშირდება ბიზნესგეგმა, ბიუჯეტი და შედეგის შეფასება ერთმანეთს?
   - წარმოიდგინე, რომ ქმნი საკუთარ მინიკომპანიას — როგორ დაგეგმავ მის სტრუქტურას, მართვას და შედეგების შეფასებას?

4. ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)
   - რომელი როლი მოგეჩვენა ყველაზე მნიშვნელოვანი მინიკომპანიაში?
   - რომელი ერთი მოვალეობა მიგაჩნია ყველაზე საპასუხისმგებლოდ გუნდში და რატომ?
   - ჩამოთვალე სამი განსხვავებული როლი მინიკომპანიაში და თითოეული მათგანის ძირითადი ფუნქცია.
   - როგორ აისახება თითოეული გუნდის წევრის შრომა კომპანიის საერთო შედეგზე?
   - რა თვისებების განვითარებას ჩათვლი ყველაზე მნიშვნელოვნად, თუ გინდა იყო კარგი ლიდერი ან გუნდის აქტიური წევრი?

5. შედეგი
   - რა შედეგი შეიძლება ჰქონდეს სწორად ორგანიზებულ გუნდს?
   - რა ერთი დადებითი შედეგი შეიძლება მოიტანოს კარგი ლიდერობის არსებობამ?
   - რა შედეგები შეიძლება ჰქონდეს კომპანიის საქმიანობას:
     - ფინანსურად
     - გუნდურად
     - საზოგადოებრივად
   - რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ კომპანიამ შეაფასოს არა მხოლოდ მოგება, არამედ თავისი საქმიანობა უფრო ფართოდ?
   - როგორ შეცვალა ამ თავმა შენი წარმოდგენა წარმატებაზე, პასუხისმგებლობაზე და გუნდურ მუშაობაზე?

მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

1. რატომ იქმნება ორგანიზაცია?
ა. მხოლოდ მოგების მისაღებად
ბ. კონკრეტული საჭიროების დასაკმაყოფილებლად
გ. მხოლოდ დირექტორის არსებობისთვის
დ. კანონის მოთხოვნის გამო

სწორი პასუხი: ბ

2. ჩამოთვლილიდან, რომელი წარმოადგენს?
ა. იდეა
ბ. შედეგი
გ. დრო
დ. გადაწყვეტილება

სწორი პასუხი: გ

3. რას ნიშნავს შეზღუდულობა ორგანიზაციაში?
ა. შესაძლებლობას
ბ. ფაქტორს, რომელიც ზღუდავს მოქმედებას
გ. გუნდის წევრს
დ. საბოლოო შედეგს

სწორი პასუხი: ბ

4. რა არის მეწარმეობის ძირითადი მიზანი?
ა. რისკის თავიდან აცილება
ბ. პრობლემის იგნორირება
გ. ღირებულების შექმნა
დ. მხოლოდ კონკურენცია

სწორი პასუხი: გ

5. რატომ განიხილება ალტერნატივები იდეის შერჩევისას?
ა. დროის გასაწელად
ბ. ყველა იდეის განხორციელებისთვის
გ. სწორი გადაწყვეტილების მისაღებად
დ. პასუხისმგებლობის ასარიდებლად

სწორი პასუხი: გ

6. რას მოიცავს ბიზნესგეგმა?
ა. მხოლოდ იდეის აღწერას
ბ. მხოლოდ ფინანსურ ნაწილს
გ. დაგეგმვას, რესურსებს და შეფასებას
დ. მხოლოდ გუნდის სიას

სწორი პასუხი: გ

7. რას ნიშნავს ინდიკატორი პროექტში?
ა. გუნდის წევრს
ბ. შედეგის გაზომვის საშუალებას
გ. რისკს
დ. ბიუჯეტს

სწორი პასუხი: ბ

8. რომელი არის ღვაწლის მაგალითი?
ა. მოგება
ბ. საბოლოო ანგარიში
გ. შრომა და ინიციატივა
დ. იდეის არჩევა

სწორი პასუხი: გ

9. რატომ არის გუნდური მუშაობა მნიშვნელოვანი?
ა. პასუხისმგებლობის გასანაწილებლად
ბ. დროის დასაკარგად
გ. ინდივიდუალური მუშაობის შესამცირებლად
დ. შედეგის გასაუარესებლად

სწორი პასუხი: ა

10. რატომ უნდა შეაფასოს ორგანიზაციამ თავისი შედეგები?
ა. მხოლოდ შეფასებისთვის
ბ. შეცდომების დასამალად
გ. გაუმჯობესებისა და სწავლისთვის
დ. ანგარიშის შესავსებად

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

11. რა განსხვავებაა რესურსსა და შეზღუდულობას შორის?
12. რატომ ითვლება გადაწყვეტილების მიღება მეწარმეობის მნიშვნელოვან ნაწილად?
13. ჩამოთვალე ბიზნესგეგმის მინიმუმ სამი ელემენტი.
14. რას ნიშნავს ინიციატივის გამოჩენა გუნდურ მუშაობაში?
15. დაასახელე ერთი ფინანსური და ერთი არაფინანსური შედეგი, რომელიც კომპანიას შეიძლება ჰქონდეს.

სიტუაციური ამოცანები

17. კომპანია დგას არჩევანის წინაშე:

ა. სწრაფად დაიწყოს პროდუქტის გაყიდვა მისი არასრულყოფილი ვერსიით
ბ. გადადოს გაყიდვა და გააუმჯობესოს პროდუქტის ხარისხი

კითხვები:

ა. რა საჭიროება დგას ამ არჩევანის უკან?
ბ. რა რისკები და შესაძლებლობები აქვს თითოეულ ალტერნატივას?
გ. რომელი სამიზნე ცნებები უკავშირდება ამ გადაწყვეტილებას ყველაზე მეტად?
დ. შენ რომელ გადაწყვეტილებას აირჩევდი და რატომ?

18. გუნდის ერთ წევრს აქვს მაღალი მოტივაცია, მაგრამ დროულად არ ასრულებს შეთანხმებულ ვალდებულებებს , რის გამოც სხვა წევრებს უხდებათ მისი სამუშაოს გადაკეთება.

კითხვები:

ა. რომელი ღვაწლის ელემენტია აქ ყველაზე პრობლემური?
ბ. როგორ აისახება ეს პრობლემა გუნდის შედეგზე?
გ. რა ქმედებები უნდა განახორციელოს გუნდმა პრობლემის მოსაგვარებლად?
დ. რა ინდიკატორებით გაზომავთ გაუმჯობესებას?

19. მინიკომპანია წლის ბოლოს ამზადებს საბოლოო ანგარიშს და აფასებს, რამდენად წარმატებული იყო მისი საქმიანობა.

კითხვები:

ა. რა მაჩვენებლებით (ინდიკატორებით) შეაფასებდით კომპანიის წარმატებას?
ბ. რატომ არის მნიშვნელოვანი შედეგების გააზრება და არა მხოლოდ მოგება?
გ. რა გაკვეთილები (lessons learned) შეიძლება გამოიტანოს გუნდმა ამ გამოცდილებიდან?

20. მინიკომპანიამ დაიწყო საქმიანობა, მაგრამ ბიუჯეტი ძალიან შეზღუდულია და ყველა დაგეგმილი აქტივობის განხორციელება ვერ ხერხდება.

კითხვები:

ა. რა არის ამ სიტუაციაში მთავარი შეზღუდულობა?
ბ. ჩამოთვალე მინიმუმ 3 რესურსი, რომელიც კომპანიას აქვს ან სჭირდება.
გ. რა ალტერნატიული გადაწყვეტილებები შეიძლება მიიღოს გუნდმა შეზღუდული ბიუჯეტის პირობებში?
დ. რა შეიძლება იყოს ამ გადაწყვეტილებების მოსალოდნელი შედეგი?

[მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები]

თავი IV. ჩვენ ერთი გუნდი ვართ

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ აიდენტიფიცირებს საქონელს ან მომსახურებას, რომელიც ეფუძნება მათ თემში/საზოგადოებაში არსებულ მოთხოვნებსა ან საჭიროებებს;
- ✓ იცის გონებრივი იერიშის გამოყენება, საჭიროებათა ანალიზის, ჯგუფური გადაწყვეტილების მიღების და რეალური სამუშაო დავალების შესრულებისას;
- ✓ სახავს „გაზომვად“ მიზნებს;
- ✓ ახდენს კომპანიის ღირებულებების, სტანდარტების, მისიის და ხედვის „განცხადების, ეთიკის კოდექსის მომზადებას და განსაზღვრავს კომპანიის მიზნების ჩამოყალიბების თავისებურებებს;
- ✓ შეიმუშავებს ბიზნეს იდეას და აფასებს მის დადებით და უარყოფითი მხარეებს;
- ✓ იყენებს SWOT ანალიზსს;
- ✓ არჩევს კომპანიის სახელს, იცის თუ რა არის და რა დატვირთვა აქვს კომპანიის სახელს, ლოგოს და პროფილს.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

გუნდური მუშაობა და თანამშრომლობა; კომუნიკაციის სტილის გაცნობიერება და გაუმჯობესება; პასუხისმგებლობისა და როლების განაწილება; კოორდინაციისა და ფასილიტაციის უნარი; ურთიერთპატივისცემისა და ნდობის შენარჩუნება გუნდში; კონფლიქტების მართვა და შეთანხმებების მიღწევა; მომხმარებელთა საჭიროებების კვლევა და ანალიზი; შემოქმედებითი და ინოვაციური აზროვნება; ბიზნესიდეის გენერირება და განვითარება; SWOT და PMI ანალიზის ჩატარება; სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა; გადაწყვეტილების მიღების უნარი ჯგუფურ პროცესში; კომპანიის სახელისა და იმიჯის შერჩევა/დიზაინი; ლოგოსა და სლოგანის შექმნა; კომპანიის მისიისა და მიზნების ჩამოყალიბება; SMART მიზნების დასახვა; დროისა და რესურსების დაგეგმვა (კალენდრის შედგენა); პასუხისმგებლობის აღება საერთო წარმატებაზე; კრიტიკული აზროვნება ბიზნესის რისკებსა და შესაძლებლობებზე.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

გუნდური მუშაობა; გუნდური მუშაობის წესები; კოოპერაცია; ფასილიტატორი / კოორდინატორი; პერსონალური გზამკვლევი; კომუნიკაცია; უკუკავშირი; კოოპერირების ხელშეკრულება; ბიზნესიდეა; მომხმარებელთა საჭიროებების შესწავლა; ახალი პროდუქტი ან მომსახურება; PMI მეთოდი (დადებითი უარყოფითი, საინტერესო); SWOT ანალიზი (ძლიერი მხარეები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები, საფრთხეები); სამიზნე ჯგუფი; პროდუქტის/მომსახურების შერჩევა; ლოგო; პროფილირება (კომპანიის იმიჯი, პოზიციონირება); სლოგანი/ლოზუნგი; გუდვილი; მისიის განცხადება; გაზომვადი მიზნები (SMART – განსაზღვრული, რეალური, ზომიერი, მართებული, დროული); ბიზნესგეგმა; მარკეტინგული გეგმა; დირექტორთა საბჭო/მმართველთა საბჭო; სოციალური საწარმო; პრობლემის ხე; ემპათიის კანვას მოდელი.

სავარაუდო დრო: 6 აკადემიური საათი (დამატებით 4 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- ადამიანები არასდროს მოხვდებიან სადმე მხოლოდ პირადი ძალისხმევით.
- ძალა ერთობაშია.
- ერთი ხელი ტაშს ვერ უკრავს.
- რაც ერთმა ვერ შეძლო, ბევრმა გააკეთა.
- გუნდში სუსტიც ძლიერდება.
- უფროსობა არ არის ძალა, არამედ პასუხისმგებლობა. (თანამედროვე გამონათქვამი)
- კარგი მეთაური ის არის, ვისაც ხალხი მისდევს და არა ეშინია.
- ვინც არ დაიწყებს, ვერ დაასრულებს.
- ახალი გზა ყოველთვის კითხვით იწყება.
- ვისაც მოსმენა შეუძლია, იმას სწავლაც შეუძლია.
- ჭეშმარიტება ხშირად კამათში იბადება.
- ვინც არ იცის, სად მიდის, ყველა გზა დაკარგულია.
- კარგი გადაწყვეტილება ნახევარი წარმატებაა.
- ზომიერება სიბრძნის ნიშანია.
- შეცდომა მასწავლებელია, თუ მას ისწავლი.
- ვინც საკუთარ შეცდომას აღიარებს, წინ მიდის. ზრდა იწყება იქ, სადაც კომფორტი მთავრდება. (თანამედროვე გამონათქვამი)
- კაცი სიტყვით კი არა, საქმით იცნობა.
- საქმე უქმად არ კეთდება, გული თუ არ უდგას. (ახსნა : იდეა მაშინ იქცევა საქმედ, როცა მას შრომა და ინიციატივა ახლავს.)
- იდეა მაშინ ცოცხლობს, როცა მოქმედებაში გადადის.
- სხვისი აზრი მოსასმენია, თუნდაც არ დაგეთანხმოს.
- უგზოდ სვლა დაკარგვაა, მიზნიანი სვლა - გზაა.
- შეცდომა სირცხვილი არ არის, თუ მას სწავლობ.

მიმოხილვა

თავი იწყება გუნდური მუშაობის მნიშვნელობის ხაზგასმით. წარმოდგენილია „ოქროს წესები“, რომლებიც უზრუნველყოფს თანამშრომლობას, ურთიერთპატივისცემასა და ნდობას. ყურადღება ეთმობა განსხვავებული აზრების მიღებას, ურთიერთობების გაღრმავებას და ერთობლივი მიზნების განსაზღვრას. განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს ფასილიტატორის როლს, რომელიც პასუხისმგებელია პროცესის მართვაზე, ფოკუსის შენარჩუნებაზე და გუნდის ჩართულობაზე.

მოსწავლეები ქმნიან „პერსონალურ გზამკვლევს“, სადაც აღწერენ მუშაობის საკუთარ სტილს, კომუნიკაციის პრეფერენციებს, გადაწყვეტილების მიღების მიდგომებსა და მოლოდინებს. ეს ხელს უწყობს გუნდში ურთიერთგაგების გაღრმავებას და კონფლიქტების თავიდან აცილებას, რომელსაც შემდგომ აცნობენ თავიანთი გუნდის წევრებს.

გუნდმა უნდა შეიმუშაოს საბაზისო წესები, რომლებიც განსაზღვრავს მიზნებს, სამუშაოს ნორმებს, კომუნიკაციისა და შეხვედრების წესებს. განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება:

- პასუხისმგებლობების განაწილებაზე;
- შესრულებული სამუშაოს ხარისხის უზრუნველყოფაზე;
- მოტივაციისა და ჯილდოების სისტემაზე;
- კონფლიქტების გადაწყვეტის მექანიზმებზე.

თავი ასწავლის, რომ კომპანიამ უნდა იმოქმედოს როგორც ერთიანმა გუნდმა, ხოლო ბიზნესიდეის განვითარება ეფუძნება მომხმარებელთა საჭიროებების გააზრებას. ნაჩვენებია, როგორ შეიძლება ახალი პროდუქტის ან სერვისის შეთავაზება შეესაბამებოდეს სამიზნე ჯგუფის მოლოდინებს. მოყვანილია სხვადასხვა იდეის ნიმუში - გარემოსდაცვითი, წიგნები ბავშვებისთვის, ტანსაცმლის გადამუშავება, სპეციალური ყავა, საშხაპე მილის ფილტრი, ეკოლოგიური აქსესუარები, ონლაინ მაღაზია და სხვ.

ბიზნესიდეების შეფასებისთვის წარმოდგენილია PMI მეთოდი (დადებითი / უარყოფითი მხარეები და საინტერესო ასპექტები) და SWOT ანალიზი (ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები). ეს ხელს უწყობს იდეის სიცოცხლისუნარიანობისა და ინოვაციურობის შეფასებას.

პროდუქტის ან სერვისის არჩევისას, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრას. განიხილება მოთხოვნის ანალიზი, ბაზარზე კონკურენცია, ხარჯები და მომგებიანობის პერსპექტივა.

მინიკომპანიას სჭირდება სახელი, ლოგო და დევიზი/სლოგანი, რომლებიც ასახავს მის პროფილს ანუ იმიჯს და ქმნის ბაზარზე ცნობადობას. აქცენტი კეთდება ბრენდის იმიჯის მნიშვნელობაზე და მის გავლენაზე მომხმარებელთა აღქმაზე.

თავში წარმოდგენილია, რომ კომპანიამ უნდა შეიმუშაოს მისიის განაცხადი, რომელიც მოკლედ და კონკრეტულად ასახავს მისი საქმიანობის არსს. ასევე, განიხილება გაზომვადი მიზნების დასახვის მნიშვნელობა (SMART პრინციპი – განსაზღვრული, რეალური, ზომიერი, მართებული, დროული).

მოსწავლეები იწყებენ საკუთარი „მინიკომპანიის“ შექმნას, არქმევენ სახელს, აყალიბებენ ბიზნესიდეას, მისიას, მიზანსა და სლოგანს. შემდეგ ადგენენ დაგეგმვის კალენდარს, სადაც ფიქსირდება ბიზნესის განვითარების ეტაპები: ბაზრის კვლევა, პროდუქტის შერჩევა, გაყიდვები, მარკეტინგული და ფინანსური გეგმის შედგენა, ანგარიშგება.

ამ თავში მოსწავლე ახდენს შემდეგი საკითხების გააზრებას: წარმატებული ბიზნესი ეფუძნება **გუნდურ მუშაობას,** მკაფიო კომუნიკაციასა და საერთო წესებზე შეთანხმებას. იგი აძლევს მოსწავლეებს ინსტრუმენტებს, როგორ განავითარონ ბიზნესიდეა მომხმარებელთა საჭიროებებზე დაყრდნობით, შეაფასონ იგი ანალიტიკური მეთოდებით და შექმნან ძლიერი ბრენდი და მისია. საბოლოოდ, მოსწავლეები პრაქტიკულად სწავლობენ, როგორ ჩამოაყალიბონ და განავითარონ საკუთარი „მინიკომპანია“, რეალური ბიზნესის სიმულაციის გზით.

თემის მიწოდების სტრატეგიები:

აქტივობა 4.1. გაიცანით გუნდის წევრები, პერსონალური გზამკვლევი და ხიბლვა

სთხოვეთ მოსწავლეებს, იმისთვის, რომ უფრო უკეთ და ეფექტიანად იმუშაონ ერთად, უფრო კარგად უნდა იცნობდნენ ერთმანეთს, ამისთვის უნდა მოამზადონ „პერსონალური გზამკვლევი“ .

შემდეგ ასევე ცალკე უნდა მოამზადონ საკუთარი თავის მოკლე პრეზენტაცია, რომელსაც ჰქვია სახიბლავი PITCH.

ამის შემდეგ, თითოეულმა თავი უნდა წარადგინოს, გუნდის წევრების წინაშე. წინასწარ მომზადებული სახიბლავით.

აქტივობა 4.2. კოოპერირების წესები

აუხსენით მოსწავლეებს, რომ ნებისმიერმა გუნდმა ან ორგანიზაციამ თანამშრომლობის დასაწყისში, უნდა შეიმუშაოს წესები, რომელსაც თითოეული მათგანი დაიცავს. ამიტომ, პირველ რიგში, ისინი მოამზადებენ კოოპერირების წესებს. შექმენით 3-5 კაციანი ჯგუფები, სთხოვეთ ჯგუფებს, გადაშალონ წიგნი მესამე თავის პირველ აქტივობაზე და იქ არსებული ინფორმაციის საფუძველზე ჩამოაყალიბონ ერთად მუშაობის წესები. შემდეგ, ყველა ჯგუფს გააკეთებინეთ პრეზენტაცია და კლასში ჩამოაყალიბეთ ერთად მუშაობის შეჯერებული წესები. რომელიმე მოსწავლეს დოკუმენტის საბოლოო ვერსიის მომზადება სთხოვეთ, მასზე ხელი უნდა მოაწეროს ყველა მოსწავლემ. კარგი იქნება, თუ მოამზადებთ ამ დოკუმენტის ელექტრონულ ვერსიას.

იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა,” კოოპერირების წესები”, ”კოოპერირების ხელშეკრულება - ჩვენი ძირითადი წესები”.

აქტივობა 4.3. ჯგუფში შესათანხმებელ საკითხთა სია

აუხსენით მოსწავლეებს, რომ საჭიროა იმ საკითხების გადაწყვეტა, რომლებიც მოცემულია მათ სახელმძღვანელოში, „ჯგუფში შესათანხმებელ საკითხთა სია“ თუ ზოგიერთ მათგანზე პირველივე ცდაზე ვერ ჩამოყალიბდით, შეგიძლიათ მიუბრუნდეთ მათ შემდეგ შეხვედრებზე, თუმცა, აუცილებელია მდივნის არჩევა, რომელიც დოკუმენტების ორგანიზებას, დახარისხებასა და შენახვას უზრუნველყოფს. იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა, ”ჯგუფში შესათანხმებელ საკითხთა სია”.

აქტივობა 4.4. ბიზნეს იდეის ფორმირება

მიუბრუნდით ბიზნეს იდეების განვითარებას და აუხსენით მოსწავლეებს, რომ ბიზნეს იდეა არის ჯგუფური სამუშაო, კომპანიამ უნდა იმოქმედოს, როგორც გუნდმა - ყველამ უნდა გამოავლინოს თავისი პერსონალური თვისებები და ინიციატივა კომპანიის მიზნების მისაღწევად. კომპანიის თითოეული წევრი უნდა იყოს შემოქმედებითი, ხოლო თქვენ მზად, რათა მოუსმინოთ ახალ იდეებს იმის თაობაზე, თუ როგორ გაუმჯობესდეს კომპანია. მათ უნდა შეისწავლონ მომხმარებლები, ჯგუფის ყველა წევრმა უნდა მოისმინოს მომხმარებელთა საჭიროებები და ეცადოს, დეტალურად გაიგოს თუ როგორ გამოიყენებენ ისინი თქვენს პროდუქციას. ყველაზე უხეში მომხმარებლის დახმარება ზრდის კომპანიის სტანდარტებს, ინოვაციის განვითარებას და კონკურენტულ უპირატესობას. მომხმარებლების შესწავლის შემდეგ, შეგიძლიათ იპოვოთ გზა, რათა პროდუქცია გახადოთ იდეალური კონკრეტული სამიზნე ჯგუფისათვის. შესაძლებელია, მომხმარებლისთვის უფრო კომფორტული იყოს მომსახურების შეთავაზება, ვიდრე თავად პროდუქტის შეცვლა. ყველა მეწარმისათვის სასურველია, იპოვოს რაიმე განსაკუთრებული თვისება მომხმარებლის დაკმაყოფილებისათვის. არჩევანის შეთავაზება - შესანიშნავი კომპანიის მახასიათებელია.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, გადახედონ მე-2 თავში - ჩემი სამეწარმეო იდეების წიგნაკს, სადაც უნდა ჰქონდეთ მონიშნული წინა შეხვედრების დროს წარმოშობილი იდეები . მათ უნდა იცოდნენ, რომ „ბიზნეს იდეა არის ჯგუფური სამუშაო’’ და იმუშაონ ჯგუფებში „შემოქმედებით სავარჯიშოზე“, ამისათვის კი უნდა წაიკითხონ „განავითარე შენი იდეა“, „სახელი, ლოგო და პროფილირება“ და „სამიზნე ჯგუფი“.

შემდეგ სთხოვეთ თავიანთი იდეების დადებითი და უარყოფითი მხარეების შეფასება და ბოლოს მოამზადებინეთ SWOT ანალიზი. ყველა მასალა მოცემულია მოსწავლის სახელმძღვანელოში.

მოსწავლეებს შეუძლიათ, იმუშაონ ერთ ან რამდენიმე იდეაზე, შესაბამისად, სახელის შერჩევა და ანალიზის გაკეთება უნდა მოხდეს ბიზნეს იდეების რაოდენობის მიხედვით.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, იმუშაონ 4-5 კაციან ჯგუფებში და მოამზადონ პრეზენტაცია თავიანთი იდეის გარშემო, რომლის შემუშავებისთვის, დამატებით, გამოიყენეთ შემდეგი სავარჯიშოები:

აქტივობა 4.4.ა. გასაუბრება

ესაუბრეთ ვინმეს და თქვენ მიიღებთ პასუხებს!

1. დაჰყავით კლასი წყვილებად.
2. მიეცით წყვილებს სამი წუთი ერთმანეთთან საკუთარ ჰობიზე სასაუბროდ.
3. ჰკითხეთ მათ: რა არის კარგი/სასაცილო მათ ჰობიში?
4. შემდეგ: რა შეიძლება იყოს რთული და პრობლემური მათ ჰობიში?
5. ჩაიწერეთ პრობლემები.

აქტივობა 4.4.ბ. ჯგუფური მუშაობის ხელოვნება

დავალება, რომელიც შესაძლებელია შესრულდეს 3-4 კაციან ჯგუფში და რომელიც საინტერესოდ აღწევს პრობლემების სიღრმეებში.

1. ჯგუფი ირჩევს იმ პრობლემის სფეროს, რომლის უკეთ გაგებაც სურთ.
2. თითოეული მონაწილე ხატავს სურათს, რომელიც ილუსტრირებას უკეთებს მათ გამოცდილებას ამ პრობლემის სფეროში. მათ არ შეუძლიათ სიტყვების, პერსონაჟების ან ნომრების გამოყენება. თითოეული მონაწილე კიდებს თავის ნახატს კედელზე.
3. ჯგუფები მოძრაობენ ოთახის ირგვლივ და მსჯელობენ ერთმანეთთან ნახატების ინტერპრეტაციაზე.
4. ჯგუფმა ფოკუსირება უნდა მოახდინოს თითოეული პერსონის მიერ სურათში გამოხატვის განზრახვის გარკვევაზე. როდესაც ჯგუფი იგრძნობს, რომ სურათთან მუშაობა დაასრულეს (დაახლოებით 2 წუთი), ის გადაადგილდება შემდეგ ნახატთან. განხილული უნდა იყოს ყველა სურათი.

ცვლილება:

მთლიანი ჯგუფი ქმნის საერთო ნახატს. ყოველ ჯერზე ვიღაც რაღაცას მატებს მას, მონაწილეები მსჯელობენ დამატებული დეტალის მნიშვნელობაზე. ამ გზით თითოეულ მონაწილეს ეძლევა საშუალება, ჩამოაყალიბოს მიდგომა სხვების პრობლემისადმი და საკითხის შესახებ მიიღოს უფრო ღრმა ცოდნა.

აქტივობა 4.4. გ. იდეებზე მონადირენი

თვითმართვის და პრობლემის გადაჭრის მეთოდი

1. მონაწილეებისათვის განსაზღვრეთ ერთი, საერთო პრობლემა და შექმენით ჯგუფი 5-7 მონაწილისგან.
2. დანიშნეთ ერთი ან ორი ადამიანი თითოეულ გუნდში, როგორც „იდეებზე მონადირე“. სხვებს სთხოვეთ, დარჩნენ თავიანთ ადგილებზე. ისინი არიან „ექსპერტები“.

3. იდეაზე მონადირენი მოძრაობენ მაგიდის ირგვლივ და ესაუბრებიან თითოეული ჯგუფის ექსპერტებს. დაუთმეთ ამას 5 წუთი.

4. მაგიდებთან უკან დაბრუნებისას გუნდმა უნდა შეაჯამოს ინფორმაცია, რომელიც მათმა იდეებზე მონადირემ შეკრიბა.

5. კარგი იქნება ერთი მონაწილისთვის ლიდერის როლის მინიჭება და ყველა სხვა ჯგუფთან ნაპოვნი იდეების საერთო შეჯამებას გაკეთებს თქვენს ჯგუფში.

6. გადახედეთ იდეებს.

7. იპოვნა თუ არა გუნდმა რაიმე ისეთი, რასაც მომავალში გამოიყენებს?

აქტივობა: 4.5. სახელი, ლოგო და პროფილირება

მოსწავლეებს უკვე აქვთ სამუშაო ბიზნეს იდეა, ახლა მნიშვნელოვანია, რომ მათ მინიკომპანიას დაარქვან სახელი, შეუქმნან ლოგო და განუსაზღვრონ საქმიანობის პროფილი ანუ შექმნან კომპანიის იმიჯი.

მოსწავლეებს გააცანით კომპანიისთვის სახელისა და ლოგოს მნიშვნელობა და სთხოვეთ, რომ თავად იმუშაონ თავიანთი კომპანიის სახელსა და ლოგოზე.

ასევე შეგიძლიათ მომდევნო ორი აქტივობა ამ აქტივობასთან გააერთიანოთ და შემდგომ ერთად გააკეთონ და კლასში თავიანთი ნამუშევრის წარდგენა.

აქტივობა 4.6. მისიის და ხედვის ან ღირებულების განაცხადის მომზადება

ამ სამუშაოს დაწყებამდე მოსწავლეებს მიეცით დავალება, მოიძიონ ინტერნეტში სხვადასხვა კომპანიების მისიის და ხედვის ან ღირებულების განაცხადი. იმსჯელეთ ამ დოკუმენტის მნიშვნელობაზე. წაიკითხეთ ინტერნეტში მოძიებული მისიის, ხედვის ან ღირებულების განაცხადები. შემდეგ ჯგუფებს სთხოვეთ, მოამზადონ თავიანთი კომპანიის მისიის განაცხადი. რაშიც დაეხმარებათ მასალა „მისიის განაცხადის განვითარება“.

იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა ”მისიის განაცხადის მომზადება“

აქტივობა 4.7. გაზომვადი მიზნები

აუხსენით კლასს, რომ ბიზნესის ორგანიზებამდე მთავარია კომპანიის საქმიანობის მიზნების დასახვა.

უთხარით მოსწავლეებს, რომ აზრთა გაზიარებით და დისკუსიით ხდება ისეთი მიზნების დასახვა, რომლებიც ყველასთვის მისაღები იქნება. დაარიგეთ ფურცლები და ფანქრები შენიშვნებისთვის.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, ჩამოაყალიბონ ”კომპანიის” საქმიანობის 2 ძირითადი მიზანი (მოსწავლეებმა შეიძლება დასახონ პირადი, კლასისთვის - ჯგუფური, სასწავლო ან ფულთან დაკავშირებული მიზნები).

მას შემდეგ, რაც მოსწავლეები ჩამოაყალიბებენ თავიანთ იდეებს, სთხოვეთ, გაგიზიარონ ისინი. იდეები ჩამოწერეთ დაფაზე, რადგან ეს გაკვეთილი აზრთა გაცვლა-გამოცვლაზეა დამყარებული. კარგი იქნება, თუ გამოიყენებთ გონებრივი იერიშის მეთოდს. დაიცავით შემდეგი წესები:

- ✓ ჩამოაყალიბეთ რაც შეიძლება ბევრი და განსაზღვრული მიზანი;
- ✓ მიიღეთ ყველა მოსაზრება;
- ✓ შეაფასეთ მიზნები მოგვიანებით.

შესაძლებლობის შემთხვევაში, დააჯგუფეთ მსგავსი ან მონათესავე მიზნები. მაგალითად, მოგებასთან დაკავშირებული მიზნები აღნიშნეთ ”+”-ის ნიშნით, ხოლო ბიზნესის მენეჯმენტთან დაკავშირებული მიზნები – ”B”-ით.

მოსწავლეებს წააკითხეთ ”გაზომვადი მიზნები”. აუხსენით მათ, როგორ ზემოქმედებს დასახული მიზნები კომპანიის ყოველდღიურ ოპერაციებზე.

განიხილეთ ”გაზომვადი მიზნების” კრიტერიუმები (განსაზღვრული, ნამდვილი/რეალური, ზომიერი, მართებული და დროული).

კენჭისყრა დაგეხმარებათ იდეათა დაჯგუფებაში. მიზანთა ჩამოყალიბების შემდეგ, მოსწავლეებს აარჩევინეთ სამი მიზანი, რომელიც ყველაზე უკეთ შეესაბამება გაზომვადი მიზნების კრიტერიუმებს. ამის გაკეთება შესაძლებელია ცარცით, ფერადი ფანქრით ან სხვა საშუალებით.

დაჰყავით კლასი 3-4 კაციან ჯგუფებად და თითოეული ჯგუფს მიეცით მიზანთა ნუსხა, რათა შეაჯერონ ისინი და განსაზღვრონ ერთი ახალი მიზანი.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, დაფაზე ჩამოწერონ ახალი მიზნები და მოემზადონ იმის ასახსნელად, თუ რამდენად აკმაყოფილებენ ისინი ”გაზომვადობის” კრიტერიუმებს.

თითოეული მიზნის წარმოდგენის შემდეგ სთხოვეთ მოსწავლეებს, კომენტარი გაუკეთონ მას.

მათ, ვისაც ეხერხება ხატვა, სთხოვეთ, დაამზადონ პლაკატი/პოსტერი, რომელზეც ჩამოწერილი იქნება თქვენი კომპანიის მიზნები.

იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა ”განზომვადი მიზნები”

აქტივობა 4.8. მინიკომპანიის კონცეფცია

მოსწავლეებმა ბევრი იშრომეს, აქვთ იდეა, დაწერეს მინიკომპანიის მისია და მიზნები, დაარქვეს მას სახელი. ეს ყველაფერი უნდა შეკრიბონ ახლა და ჩაწერონ მინიკომპანიის კონცეფციაში, რომელიც შემდგომში ბიზნესგეგმის შემუშავებაში დაეხმარებათ.

აქტივობა 4.9. დაგეგმვის კალენდრის მომზადება

მოსწავლეებმა უნდა მოახდინონ თავიანთი საქმიანობის დროში დაგეგმვა და უნდა მოამზადონ დაგეგმვის კალენდარი, რომელსაც შემდგომში მიჰყვებიან.

ცხრილში ჩამოთვლილია რამდენიმე მნიშვნელოვანი ამოცანა, რომელიც უნდა შესრულდეს კომპანიაში. როცა მოსწავლეები განსაზღვრავენ საქმიანობის განხორციელების თარიღებს, ისინი უნდა ჩაწერონ ქვედა ცხრილში და დაიცვან განრიგი. შესაძლებელია ზოგიერთი ამოცანა ამოიღონ ანდა დაამატონ სხვა ამოცანები.

იხილეთ მოსწავლის წიგნში მოცემული მასალა „დაგეგმვის კალენდარი"

დავალება: სთხოვეთ მოსწავლეებს, რომ მოამზადონ მოკლე ესსე რომელიმე შემდეგ თემაზე:

1. ბიზნეს ეთიკა.
2. რა არის ეთიკის კოდექსი ?
3. ეთიკა, საზოგადოება და ბიზნესი.

თქვენი შეხედულებისამებრ შეგიძლიათ ესსე მისცეთ მოსამზადებლად 3-5 კაციან ჯგუფებს, ასევე უფრო დააკონკრეტოთ ესსეს თემატიკა და ჯგუფში მომზადდეს არა 3, არამედ 5 ან 10 ესსე, ასევე, სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოამზადონ პრეზენტაცია ესსეს გარშემო, გამოყავით 1 ან 2 გაკვეთილი პრეზენტაციების მოსასმენად და იმსჯელეთ ამ საკითხების გარშემო. თუ მოსწავლეები ჯგუფურად მოამზადებენ ესსეს, ჯგუფში შემავალ თითოეულ მოსწავლეს შეფასება ინდივიდუალურად უნდა დაუწეროთ.

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების" აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები);
- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიანტერსა);
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება).

ეს სამი კითხვა აძლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცა): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად" - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

ტერმინთა განმარტებები

ადამიანური რესურსი (Human Resources) – ადამიანების შრომითი, ფიზიკური და გონებრივი შესაძლებლობები, რომლებიც გამოიყენება გუნდის ან ორგანიზაციის საქმიანობაში.

ბიზნესიდეა (Business Idea) – კონცეფცია ან ჩანაფიქრი, რომელიც აღწერს, რა პროდუქტი ან მომსახურება უნდა შეიქმნას და რა პრობლემას ან საჭიროებას პასუხობს იგი.

ბიზნესგეგმა (Business Plan) – დოკუმენტი, რომელიც აერთიანებს კომპანიის მიზნებს, სტრატეგიას, რესურსებსა და ფინანსურ გათვლებს.

განვითარება (Development) – ზრდისა და გაუმჯობესების პროცესი, რომელიც ეფუძნება სწავლას, გამოცდილებას და ცვლილებებს.

გეგმა (Plan) – კონკრეტული ნაბიჯების, ვადებისა და რესურსების წინასწარ განსაზღვრული თანმიმდევრობა მიზნის მისაღწევად.

გუდვილი (Goodwill) – არამატერიალური აქტივი, რომელიც ასახავს კომპანიის რეპუტაციას, ცნობადობასა და მომხმარებელთა ნდობას.

გუნდი (Team) – ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც ერთად მუშაობს საერთო მიზნის მისაღწევად როლებისა და პასუხისმგებლობების განაწილებით.

გუნდური მუშაობა (Teamwork) – თანამშრომლობის პროცესი, რომლის დროსაც გუნდის წევრები უზიარებენ ერთმანეთს ცოდნას, აზრებსა და რესურსებს უკეთესი შედეგის მისაღწევად.

დაგეგმვა (Planning) – მიზნების, მოქმედებებისა და რესურსების წინასწარ განსაზღვრა და ორგანიზება.

დაგეგმვის კალენდარი (Planning Calendar) – ინსტრუმენტი, რომელიც გამოიყენება საქმიანობების დროში განაწილებისა და შესრულების მონიტორინგისთვის.

დანახარჯ-სარგებლიანობა (Cost–Benefit Analysis) – შეფასება იმისა, ამართლებს თუ არა მიღებული შედეგი გაწეულ დანახარჯს.

იმიჯი (Image) – საზოგადოებაში ჩამოყალიბებული წარმოდგენა კომპანიის, მისი პროდუქტის ან მომსახურების შესახებ.

ინოვაცია (Innovation) – ახალი ან გაუმჯობესებული იდეის, პროდუქტის ან მომსახურების დანერგვა, რომელიც ქმნის დამატებით ღირებულებას.

კოოპერირება (Cooperation) – ერთად მუშაობის ფორმა, რომელიც ეფუძნება ნდობას, ურთიერთპატივისცემასა და შეთანხმებულ წესებს.

კოოპერირების ხელშეკრულება (Team Agreement) – დოკუმენტი, სადაც განსაზღვრულია გუნდის მუშაობის წესები, პასუხისმგებლობები და კონფლიქტების მართვის გზები.

კომუნიკაცია (Communication) – ინფორმაციის, აზრებისა და უკუკავშირის გაცვლის პროცესი ადამიანებს შორის.

კონფლიქტი (Conflict) – აზრთა ან ინტერესთა შეუსაბამობა, რომელიც საჭიროებს მართვასა და შეთანხმებით გადაწყვეტას.

კონფლიქტების მართვა (Conflict Management) – პროცესების ერთობლიობა, რომლის მიზანია კონფლიქტის ნეგატიური გავლენის შემცირება და ეფექტიანი თანამშრომლობის აღდგენა.

ლოგო (Logo) – გრაფიკული სიმბოლო, რომელიც გამოხატავს კომპანიის იდენტობას და ზრდის მის ცნობადობას.

მდგრადი განვითარება (Sustainable Development) – განვითარება, რომლის დროსაც რესურსები გამოიყენება ისე, რომ მომავალ თაობებს არ შეეზღუდოთ მათი გამოყენების შესაძლებლობა.

მინიკომპანია (Mini-Company / Student Company) – სასწავლო მიზნებისთვის შექმნილი დროებითი კომპანია, სადაც მოსწავლეები პრაქტიკაში სწავლობენ ბიზნესის მართვას.

მისიის განაცხადი (Mission Statement) – კომპანიის მიზნისა და დანიშნულების მოკლე და მკაფიო ფორმულირება.

მიზანი (Goal) – სასურველი შედეგი, რომლის მიღწევასაც ისახავს გუნდი ან ორგანიზაცია.

მოტივაცია (Motivation) – შინაგანი ან გარე ფაქტორები, რომლებიც ადამიანს მოქმედებისკენ უბიძგებს.

მომხმარებელი (Customer) – პირი ან ჯგუფი, რომელიც იყენებს ან ყიდულობს პროდუქტს ან მომსახურებას.

მომხმარებელთა საჭიროებები (Customer Needs) – მომხმარებლის მოთხოვნები და პრობლემები, რომელთა დაკმაყოფილებასაც იგი ელოდება პროდუქტისგან ან მომსახურებისგან.

პროდუქტი (Product) – ფიზიკური ან ციფრული საქონელი, რომელიც შექმნილია მომხმარებლის საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად.

პროტოტიპი (Prototype) – პროდუქტის პირველი ნიმუში, რომელიც გამოიყენება იდეის შემოწმებისა და გაუმჯობესებისთვის.

სამიზნე ჯგუფი (Target Group) – მომხმარებელთა ის კონკრეტული ჯგუფი, ვისთვისაც განკუთვნილია პროდუქტი ან მომსახურება.

სლოგანი / ლოზუნგი (Slogan) – მოკლე ფრაზა, რომელიც გამოხატავს კომპანიის იდეას ან დაპირებას მომხმარებლის მიმართ.

SWOT ანალიზი (SWOT Analysis) – იდეის ან ბიზნესის შეფასების მეთოდი ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების მიხედვით.

PMI მეთოდი (PMI – Plus, Minus, Interesting) – იდეის შეფასების მარტივი მეთოდი დადებითი, უარყოფითი და საინტერესო ასპექტების გამოვლენით.

უკუკავშირი (Feedback) – კონსტრუქციული გამოხმაურება, რომელიც ეხმარება ინდივიდს ან გუნდს გაუმჯობესებაში.

ფასილიტატორი / კოორდინატორი (Facilitator / Coordinator) – პირი, რომელიც უძღვება გუნდურ პროცესს და ხელს უწყობს ეფექტიან თანამშრომლობას.

ხარისხის კონტროლი (Quality Control) – პროდუქტის ან მომსახურების შესაბამისობის შემოწმება დადგენილ მოთხოვნებთან.

ხარისხის მართვა (Quality Management) – სისტემური მიდგომა, რომელიც მიზნად ისახავს საქმიანობის მუდმივ გაუმჯობესებას.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე

(ფაქტობრივი აღქმა, საწყისი გაგება)

საჭიროება

- რატომ არის აუცილებელი გუნდში მუშაობის წესების არსებობა?

იდეა

- რა არის ბიზნესიდეა ერთი წინადადებით?

პროექტი

- რა არის მისიის განაცხადი და რატომ სჭირდება კომპანიას?

ღვაწლი

- რომელი გუნდის წესია შენთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი და რატომ?

შედეგი

- რა შედეგი შეიძლება ჰქონდეს გუნდში ცუდ კომუნიკაციას?

2. უნისტრუქტურული დონე

(ერთი ასპექტის გააზრება)

საჭიროება

- დაასახელე ერთი რესურსი, რომელიც აუცილებელია ეფექტური გუნდური მუშაობისთვის (დრო, ნდობა, კომუნიკაცია) და ახსენი რატომ.

იდეა
- რა ერთი შესაძლებლობა ჩნდება, როცა გუნდი უსმენს მომხმარებლის საჭიროებებს?

პროექტი
- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ კომპანიის მიზნები იყოს გაზომვადი?

ღვაწლი
- რა არის ერთი ქმედება, რომლითაც შეგიძლია გააუმჯობესო გუნდის მუშაობა?

შედეგი
- რა ერთი დადებითი შედეგი მოაქვს შეთანხმებულ წესებს გუნდში?

3. მულტისტრუქტურული დონე *(რამდენიმე ელემენტის ჩამოთვლა)*

საჭიროება
- ჩამოთვალე მინიმუმ 3 საჭირო რესურსი კარგი გუნდისთვის და 1 შეზღუდულობა, რაც შეიძლება ხელს უშლიდეს მუშაობას.

იდეა
- ჩამოთვალე ალტერნატიული ბიზნესიდეები, რომლებიც გუნდმა შეიძლება განიხილოს, და მიუთითე მათი განსხვავება.

პროექტი
- რა ელემენტებს უნდა მოიცავდეს:
  - ბიზნესიდეა
  - მისიის განაცხადი
  - კომპანიის მიზნები

ღვაწლი
- ჩამოთვალე 3 განსხვავებული როლი ან წვლილი, რაც გუნდის წევრებს შეუძლიათ შეიტანონ საერთო საქმეში.

შედეგი
- რა შედეგები შეიძლება ჰქონდეს ბიზნესიდეის სწორად შერჩევას:
  - მომხმარებლისთვის
  - გუნდისთვის
  - კომპანიისთვის

4. მიმართებითი დონე

(კავშირების დანახვა)

საჭიროება
- როგორ უკავშირდება რესურსების შეზღუდულობა გუნდში მიღებულ გადაწყვეტილებებსა და სამუშაოს გადანაწილებას?

იდეა
- როგორ გეხმარება PMI ან SWOT ანალიზი სწორი ბიზნესიდეის არჩევაში?

პროექტი
- როგორ უკავშირდება ერთმანეთს: მისია, მიზნები, დაგეგმვის კალენდარი, შედეგები?

ღვაწლი
- როგორ აისახება თითოეული წევრის კომუნიკაციის სტილი და ქცევა გუნდის საერთო შედეგზე?

შედეგი
- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ გუნდი პერიოდულად აფასებდეს საკუთარ მუშაობას?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე

საჭიროება
- როგორ გამოიყენებ გუნდური მუშაობისა და კომუნიკაციის წესებს მომავალში (სკოლაში, კარიერაში, საზოგადოებრივ საქმიანობაში)?

იდეა
- წარმოიდგინე, რომ სხვა გუნდთან ერთად იწყებ ახალ პროექტს — როგორ შეაფასებ იდეებს და მიიღებ საბოლოო გადაწყვეტილებას?

პროექტი
- როგორ დაგეგმავ პროექტს ისე, რომ თავიდან აიცილო კონფლიქტები და დროის დაკარგვა?

ღვაწლი
- რა პიროვნული უნარების გაუმჯობესებაზე უნდა იმუშაო, რომ იყო გუნდის უფრო ეფექტური წევრი ან ლიდერი?

შედეგი
- როგორ შეცვალა ამ თავმა შენი წარმოდგენა გუნდურ წარმატებასა და პასუხისმგებლობაზე?

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს, რომელსაც ეთანხმება. ასევე შესაძლებელია გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 - მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები.

1. საჭიროება

☐ შემიძლია ავხსნა, რა საჭიროებას პასუხობს ჩვენი მინიკომპანია
☐ ვიცნობ მინიმუმ 3 რესურსს, რაც პროექტს სჭირდება (ფული, დრო, ადამიანები, მასალები)
☐ ვიცი, რა რესურსი გვაკლია ყველაზე მეტად
☐ მესმის, რა არის ძირითადი შეზღუდულობა (დრო/ბიუჯეტი/უნარები)
☐ შემიძლია ავხსნა, როგორ მოქმედებს შეზღუდულობა ჩვენს გადაწყვეტილებებზე

2. იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილება)
☐ შემიძლია ჩამოვაყალიბო ჩვენი იდეა ერთ წინადადებაში
☐ მესმის, რა შესაძლებლობას ქმნის ეს იდეა მომხმარებლისთვის
☐ ვიცი, რომ არსებობდა ალტერნატიული იდეებიც
☐ შემიძლია ავხსნა, რატომ ავირჩიეთ სწორედ ეს იდეა
☐ მესმის, როგორ მიიღება გადაწყვეტილება ალტერნატივებს შორის

3. პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)
☐ ვიცნობ პროექტის მიზნებსა და ძირითად ეტაპებს
☐ მესმის, რატომ არის საჭირო დეტალური გეგმა
☐ ვიცი, რა არის პროექტის ბიუჯეტი და რისთვის გამოიყენება
☐ მესმის, რას ნიშნავს შედეგის შეფასება
☐ შემიძლია დავასახელო მინიმუმ 2 ინდიკატორი წარმატების გასაზომად

4. ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)
☐ მაქვს განსაზღვრული როლი გუნდში
☐ ვასრულებ ჩემს მოვალეობებს დროულად
☐ ვავლენ ინიციატივას პრობლემების გადაჭრისას
☐ ვიღებ პასუხისმგებლობას ჩემს ქმედებებზე
☐ მესმის, როგორ აისახება ჩემი შრომა გუნდის საერთო შედეგზე

5. შედეგი
☐ ვხვდები, რა შედეგს უნდა მიაღწიოს პროექტმა
☐ ვიცი, როგორ იზომება შედეგი (ინდიკატორებით)
☐ შემიძლია შევაფასო მიღწეული შედეგები
☐ შემიძლია გამოვყო ძლიერი და სუსტი მხარეები
☐ ვიცი, რა ვისწავლე ამ თავზე მუშაობის შედეგად

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

I ნაწილი – მრავალვარიანტიანი კითხვები (10 კითხვა × 1 ქულა = 10 ქულა)

1. რატომ არის გუნდური მუშაობის წესები მნიშვნელოვანი?
ა. რომ მასწავლებელმა აკონტროლოს გუნდი
ბ. რომ თავიდან ავიცილოთ გაუგებრობა და კონფლიქტი
გ. რომ ყველამ ერთნაირად იმუშაოს
დ. რომ გაქრეს პასუხისმგებლობა

სწორი პასუხი: ბ

2. რას ეფუძნება ძლიერი ბიზნესიდეა?
ა. მხოლოდ შემოსავლის სურვილს
ბ. მომხმარებლის საჭიროების დანახვას
გ. კონკურენტების მიბაძვას
დ. შემთხვევით არჩევანს

სწორი პასუხი: ბ

3. რას ნიშნავს რესურსი გუნდურ მუშაობაში?
ა. მხოლოდ ფინანსებს
ბ. ყველაფერს, რაც მიზნის მიღწევაში გვეხმარება
გ. მხოლოდ იდეას
დ. მხოლოდ ადამიანებს

სწორი პასუხი: ბ

4. რომელი არის შეზღუდულობის მაგალითი?
ა. გუნდის მოტივაცია
ბ. იდეების სიმრავლე
გ. დროის სიმცირე
დ. კრეატიულობა

სწორი პასუხი: გ

5. რატომ განიხილება ალტერნატიული იდეები?
ა. დროის დასაკარგად
ბ. ყველა იდეის განსახორციელებლად
გ. გააზრებული გადაწყვეტილების მისაღებად
დ. პასუხისმგებლობის თავიდან ასაცილებლად

სწორი პასუხი: გ

6. რა როლს ასრულებს მისიის განაცხადი?
ა. აღწერს მხოლოდ ფინანსურ მიზნებს
ბ. აჩვენებს კომპანიის არსსა და მიმართულებას
გ. განსაზღვრავს ხელფასებს
დ. მხოლოდ წესდების ნაწილია

სწორი პასუხი: ბ

7. რატომ უნდა იყოს მიზნები გაზომვადი?
ა. რომ უფრო რთული იყოს
ბ. რომ შესაძლებელი იყოს შედეგის შეფასება
გ. რომ მხოლოდ მენეჯერმა იცოდეს
დ. რომ არ შეიცვალოს

სწორი პასუხი: ბ

8. რომელი არის ღვაწლის მაგალითი?
ა. მიღებული მოგება
ბ. შეთანხმებული წესების დაცვა
გ. საბოლოო ანგარიში
დ. ბიზნესიდეა

სწორი პასუხი: ბ

9. რატომ არის კომუნიკაცია მნიშვნელოვანი გუნდში?
ა. დროის შესავსებად
ბ. გადაწყვეტილებებისა და ურთერთთანამშრომლობის გასაუმჯობესებლად
გ. პასუხისმგებლობის გადასატანად
დ. შედეგის დასამალად

სწორი პასუხი: ბ

10. რატომ უნდა გააანალიზოს გუნდმა მიღებული შედეგები?
ა. მხოლოდ შეფასებისთვის
ბ. დასჯისთვის
გ. გაუმჯობესებისა და სწავლისთვის
დ. ფორმალობისთვის

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

11. რა განსხვავებაა რესურსსა და შეზღუდულობას შორის?
12. რატომ არის მნიშვნელოვანი მომხმარებლის საჭიროებების გაგება ბიზნესიდეის არჩევისას?
13. ჩამოთვალე მინიმუმ სამი ელემენტი, რომელიც პროექტის გეგმაში უნდა იყოს.
14. რას ნიშნავს ინიციატივის გამოჩენა გუნდურ მუშაობაში?
15. დაასახელე ერთი მატერიალური და ერთი არამატერიალური შედეგი, რომელიც გუნდმა შეიძლება მიიღოს.

სიტუაციური ამოცანები

16. იდეის არჩევა. გუნდს აქვს სამი განსხვავებული ბიზნესიდეა, მაგრამ დრო და რესურსები შეზღუდულია.
კითხვები:
ა. რა სამიზნე ცნებას უკავშირდება ეს პრობლემა ყველაზე მეტად?
ბ. რა კრიტერიუმებით უნდა შეაფასოს გუნდმა იდეები?
გ. რა შეიძლება იყოს სწორი გადაწყვეტილების შედეგი?

17. გუნდური მუშაობა. გუნდის წევრები ხშირად არ ასრულებენ შეთანხმებულ დავალებებს დროულად.
კითხვები:
ა. რომელი პრობლემა იკვეთება გუნდში?
ბ. რა ქმედება/ები უნდა განახორციელოს გუნდმა პრობლემის მოსაგვარებლად?
გ. როგორ გაზომავთ, რომ გუნდური მუშაობა გაუმჯობესდა? (ინდიკატორი)

[მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები]

თავი V. მინიკომპანიის დაფუძნება

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ აქვს საქმის წარმოების ელემენტარული უნარი;
- ✓ აქვს დასაქმებისთვის მზაობის უნარი;
- ✓ იცის ბიზნესის დაწყებისთვის საჭირო თანხების მოზიდვის ხერხები და ახდენს აქციათა რეალიზაციას/შეძენას;
- ✓ იცის რა არის ინოვაციური პროდუქტი და ის, თუ როგორ შესძინოს ამა თუ იმ პროდუქტს ინოვაციური ელემენტები;
- ✓ იცის რა არის მარკეტინგი, მარკეტინგის 7P და მარკეტინგის 4P პრინციპები;
- ✓ აყალიბებს მცირე მარკეტინგულ კვლევას, გეგმავს და ახორციელებს მას;
- ✓ ადგენს მარკეტინგულ სტრატეგიას მარკეტინგული კვლევის მეშვეობით.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

ანგარიშვალდებულება, შემოქმედებითობა, კრიტიკული აზროვნება, თანამშრომლობა, გადაწყვეტილების მიღება, იდეის განვითარება, ლიდერობა, პროდუქტის შეფასება, საჯარო გამოსვლა, გაყიდვები, თვითშეფასება, ინფორმაციის სინთეზირება და შეფასება, გუნდური მუშაობა, კითხვარების შედგენა; ფინანსური რესურსების მოძიება და აქციების რეალიზაციის ორგანიზება; კომპანიის საბჭოს შეხვედრების დაგეგმვა, ორგანიზება და დოკუმენტაციის წარმოება; ინოვაციური აზროვნება; ბაზრის კვლევის ჩატარების უნარი; მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება 4P და 7P მოდელებზე დაყრდნობით; პრეზენტაციის მომზადება და კომუნიკაცია; პასუხისმგებლობა; თანამიმდევრულობა.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

აქციები; საწესდებო კაპიტალი; აქციათა წიგნი / აქციათა რეესტრი; აქციონერი; დირექტორთა საბჭო; საბჭოს თავმჯდომარე; საბჭოს სხდომა; დამფუძნებელთა კრება; ინოვაციური პროდუქტი; ინოვაცია (პროცესზე და პროდუქტზე ორიენტირებული); პროდუქტის შერჩევა და განვითარება; საცალო გაყიდვები; ბაზრის კვლევა (კაბინეტური და საველე); სამიზნე აუდიტორია; მარკეტინგი; მარკეტინგული სტრატეგია; მარკეტინგული მიქსი (4P: Product, Price, Place, Promotion); მარკეტინგის 7P (Product, Price, Place, Promotion, Physical Environment, Process, People); მომხმარებელთა საჭიროებები; SWOT ანალიზი (ძლიერი მხარეები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები, საფრთხეები); გაყიდვების პროგნოზი; გაყიდვების მხარდაჭერა; ხარისხის მენეჯერი; ანგარიშგება (კვირეული, თვიური, წლიური); ლიკვიდაცია; მარკეტინგული პროფილირება (ლოგო, ფერი, სლოგანი, ბრენდინგი); რეკლამირება (Promotion); მომხმარებლის კმაყოფილება; ბიზნესიდეის შეფასება (PMI, SWOT); ხარისხის კონტროლი; საჭიროებათა ანალიზი; მოთხოვნა; მიწოდება; ადმინისტრაცია; საქონელი და მომსახურება; განთავსება/ალოკაცია; ტაქტიკა; ქვორუმი; ყუა; საზოგადოებასთან ურთიერთობა; დისტრიბუციის არხები; თავდები; ეფექტურობა და ეფექტიანობა.

სავარაუდო დრო: 6 აკადემიური საათი (დამატებით 2 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- რაც დაგეგმილია, ნახევრად გაკეთებულია.
- ვინც გზას არ იცნობს, მიზანს ვერ მიაღწევს.
- ჯერ დაფიქრდი, მერე იმოქმედე.
- შრომა არის ღირსების საზომი.
- დიდი საქმეები იწყება.
- ვინც საკუთარ ძალას არ სცდის, ის ვერ გაიგებს მის ფასს.
- ჩავარდნა დაგეგმვაში, მარცხის დაგეგმვაა. (ბენჯამინ ფრანკლინი)
- ინოვაცია განასხვავებს ლიდერს და მიმდევრისგან.
- მომხმარებლები არ ყიდულობენ პროდუქტებს, ისინი ყიდულობენ გადაწყვეტილებებს.
- ერთად შეკრება დასაწყისია, ერთად დარჩენა პროგრესია, ერთად მუშაობა წარმატებაა. (ჰენრი ფორდი)

მიმოხილვა

მოსწავლეები ახდენენ მინიკომპანიის შექმნას. თავის დასაწყისში აქცენტი კეთდება ფინანსურ გონიერებაზე, ორგანიზაციულ უნარებზე, ინოვაციაზე და მარკეტინგზე.

რადგან დირექტორთა საბჭო არჩეულია, ორგანიზაცია მზადაა ფუნქციონირებისთვის. მოსწავლეები წერენ და ამტკიცებენ წესდებას და სამუშაო გეგმას.

ყალიბდება დირექტორთა საბჭო და დგება პირველი შეკრება, ირჩევა საბჭოს თავმჯდომარე, ხდება წევრების სხვადასხვა სამუშაოზე განაწილება,

მოსწავლეები მუშაობენ იდეის დასრულებაზე, გეგმავენ ბაზრის კვლევას, იკვლევენ გასაღების ქსელს, ამზადებენ ყველა დოკუმენტს სადამფუძნებლო კრებისთვის და იწვევენ პირველ კრებას. ადგენენ სხვადასხვა აქტებს და ოქმებს. ასრულებენ იდეების ფორმირებას, აფასებენ საკუთარ იდეას SWOT ანალიზის მეშვეობით.

მოსწავლეები სწავლობენ მარკეტინგის საფუძვლებსა და პროდუქციის რეკლამირების მეთოდებს.

ამ თავში წარმოდგენილია, რა უნდა გააკეთოს მარკეტინგის დეპარტამენტმა პროგრამის განმავლობაში, კომპანიის რეგისტრაციიდან ლიკვიდაციამდე. აქ წარმოდგენილი მასალები არის მარკეტინგის განყოფილების გზამკვლევი შემდგომი ეტაპებისთვის.

ფინანსები და აქციები: მოსწავლეები სწავლობენ, როგორ მოიზიდონ საწყისი კაპიტალი აქციების გაყიდვით, როგორ აწარმოონ „აქციათა წიგნი“ და როგორ დაიცვან ბალანსი საჭირო თანხასა და მის ეფექტურ გამოყენებას შორის. ხაზგასმულია სიფრთხილე სესხებთან მიმართებაში და პასუხისმგებლობა ინვესტორების წინაშე.

დაფუძნების პროცედურა: კომპანიის შექმნა ოფიციალური კრებით იწყება. დამფუძნებლები ამტკიცებენ წესდებას, ირჩევენ დირექტორთა საბჭოს, ადგენენ ოქმებს და დოკუმენტაციას. ყველა დამფუძნებელი წევრი იღებს პასუხისმგებლობას.

საბჭოს სხდომები: საბჭოს ყველა წევრს აქვს ერთი ხმა, გადაწყვეტილებები მიიღება საერთო შეთანხმებით, ხოლო მოგება ნაწილდება აქციების რაოდენობის მიხედვით. შეხვედრები ტარდება რეგულარულად და ფორმალური დღის წესრიგით.

პროდუქტი და ინოვაცია: განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა პროდუქტის შერჩევას, მისი ინოვაციურებისა და კონკურენტუნარიანობის შეფასებას. ინოვაცია შეიძლება გამოიხატოს როგორც ახალი პროდუქტის შექმნაში, ასევე უკვე არსებული პროდუქტის განსხვავებულად წარმოებაში ან გაყიდვის ახალ გზებში.

მარკეტინგი: მოსწავლეები ეცნობიან მარკეტინგის არსს, მარკეტინგული გეგმის შედგენას, „7P“-სა და „4P“-ს პრინციპებს. აქცენტი კეთდება სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრაზე, ბაზრის კვლევაზე, სწორი ფასი-პროდუქტი-ადგილი-რეკლამირების ბალანსზე. ასევე განხილულია ბრენდის იმიჯის, ლოგოსა და პრეზენტაციის მნიშვნელობა.

დაგეგმვა და ანალიზი: გამოიყენება **SWOT ანალიზი** ბიზნესიდეის შესაფასებლად (ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები, საფრთხეები). ამის საფუძველზე იქმნება მარკეტინგული სტრატეგია, მუშავდება გაყიდვების პროგნოზი და ფინანსური გათვლები.

გაყიდვები და ანგარიშგება: წარმოებულია გაყიდვების სტრატეგია, რეგულარული ანგარიშგება საბჭოსა და ინვესტორების წინაშე. ხაზგასმულია პროდუქციის ხარისხის კონტროლი და მომხმარებელთა კმაყოფილების უზრუნველყოფა.

თავი V. მოსწავლეებს პრაქტიკულად ასწავლის, როგორ ხდება ბიზნესის დაფუძნება - იდეიდან ოფიციალურ რეგისტრაციამდე, აქციების გაყიდვიდან - მარკეტინგულ სტრატეგიამდე. აქედან გამომდინარე, ისინი სწავლობენ ფინანსურ მართვას, გუნდურ მუშაობას, ინოვაციურ აზროვნებას, ბაზრის კვლევასა და მომხმარებელზე ორიენტირებულ მიდგომას. ეს გამოცდილება ავითარებს მათ, როგორც მომავალ მეწარმეებს, ასევე პასუხისმგებელ მოქალაქეებს.

თემის მიწოდების სტრატეგიები:

სულ ჯამში უნდა ჩაატაროთ 6 აკადემიური საათი, თუმცა, ქვემოთ წარმოდგენილი სავარჯიშოები საკმარისია უფრო მეტი დროისთვის, გაითვალისწინეთ, შეგიძლიათ სავარჯიშოები თქვენი შეხედულებისამებრ გადააადგილოთ. თუმცა, აუცილებელია მიღწეული იქნეს თავში გაწერილი მიზნები. ამ თავში არსებული აქტივობების შესასრულებლად, მოსწავლეებს დასჭირდებათ ბაზრის კვლევის განხორციელება. ეს არის არა საგაკვეთილო დრო და არის საშინაო დავალება.

აქტივობა 5.1. ა. სადამფუძნებლებლო და ადმინისტრაციული საქმიანობა

ამ აქტივობაში ჩამოწერილია ის საქმიანობა, რომელიც მოსწავლეებმა უნდა განახორციელონ. ქვემოთ კი მოცემულია მასალები, რომლებიც ამ აქტივობებში დაეხმარებათ.

მოსწავლეები ამტკიცებენ წესდებას, შემდეგ სწავლობენ, თუ როგორ უნდა შეავსონ სააქციო მოწმობები და აქციონერთა საინფორმაციო ბარათები, ასევე, ეცნობიან სხვა დოკუმენტების წარმოების პროცედურებს.

საქმიანობის დაგეგმვისადმი მიძღვნილი მეცადინეობის შემდეგ, მმართველ გუნდს შეუძლია იკისროს პასუხისმგებლობა.

მარკეტინგის განყოფილების წარმომადგენელს შეუძლია წაახალისოს მოსწავლეები ბაზრის კვლევის ჩასატარებლად.

პერსონალის განყოფილების წარმომადგენელს შეუძლია დაათვალიეროს მონაცემთა ფაილები, რათა დარწმუნდეს, რომ ისინი შევსებულია, აგრეთვე, შეუძლია დანიშნოს კორპორაციის მდივანი (კორპორაციის მდივანი შესაძლებელია იყოს იგივე, ვინც კურსის დასაწყისში იქნა არჩეული მდივნად), რომელიც აქციებს გასაყიდად მოამზადებს.

საფინანსო განყოფილების წარმომადგენელს შეუძლია დაიწყოს ბლანკების ან კომპანიის პროგრამული უზრუნველყოფის შესწავლა.

აუხსენით მოსწავლეებს მოსწავლის წიგნში მოცემული ”მინიკომპანიის“ ოპერაციული მართვის შაბლონები. სთხოვეთ მათ, შეუდგენენ კომპანიაში საქმიანობას და შესაბამისი დოკუმენტაციის წარმოებას. თქვენ შეისწავლეთ აღნიშნული დანართები, ისინი საკმაოდ დეტალურია. მათი ელექტრონული ვერსია შეგიძლიათ ჩამოტვირთოთ კომპანიის პროგრამის ელექტრონული წიგნიდან. შეკითხვების შემთხვევაში, დაუკავშირდით ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს წარმომადგენელს: www.jag.ge

დანართები მოსწავლის წიგნიდან

იხილეთ: დანართი 5-1 აქტივობების სია; დანართი 5-2: მინიკომპანიის წესდება, დანართი 5-3 შეხვედრის განაცხადი და დანართი 5-4: შეხვედრის ოქმი;

<u>აქტივობა 5.1. ბ</u>. აქციები და საწესდებო კაპიტალი

აუხსენით მოსწავლეებს შემდეგი საკითხები:

იმისათვის, რომ დაფაროთ კომპანიის საწყისი გასავლები და დაიწყოთ გასაყიდი პროდუქციის წარმოება, კომპანიას სჭირდება სამუშაო კაპიტალი.

ყველაზე გავრცელებული გზა კაპიტალის მოსაზიდად არის ადამიანების მოწვევა თქვენი კომპანიის აქციონერებად

თქვენ უნდა შეაფასოთ დაუყოვნებლივი საჭიროებები და გადაწყვიტოთ, როგორ დააფინანსებთ მათ. გახსოვდეთ, რომ კლიენტებისთვის პროდუქციის მიყიდვას გარკვეული დრო დასჭირდება.

აქციონერები მოითხოვენ თანხის უკან დაბრუნებას, როდესაც თქვენ დახურავთ კომპანიას.

კომპანიამ სიფრთხილით უნდა განსაზღვროს საჭირო თანხის ოდენობა. ცოტა რაოდენობამ შეიძლება გამოიწვიოს ფულის პრობლემები, ხოლო ბევრი - შეიძლება არაეფექტურად იქნეს გამოყენებული.

ხელმძღვანელი გამოსცემს „აქციათა წიგნს“ და ყურადღებით იწერს ყოველი აქციის სერიულ ნომერს, რომელსაც გამოსცემთ თითოეული სტუდენტისათვის ან გარე/პრივილეგირებული აქციონერისთვის.

კომპანიები აგროვებენ თავის კაპიტალს „ჩვეულებრივი აქციების“ გამოშვებით. არსებობს დადგენილება კაპიტალის მაქსიმალური ოდენობის შესახებ, სანამდეც ის შეიძლება გაიზარდოს აქციების გაყიდვით. აქციების გაყიდვა შესაძლებელია მეგობრებზე, ნათესავებსა და ნაცნობებზე (მათ შორის, მასწავლებლებსა და მრჩევლებზე).

- ყველა მოსწავლე უნდა იყოს აქციონერი.
- არცერთი აქციონერი არ უნდა ფლობდეს დადგენილ რაოდენობაზე მეტ აქციას.
- დიდი ყურადღებით უნდა აწარმოოთ აქციების წიგნი და იყოთ მზად, საჭიროების შემთხვევაში, გადასცეთ ის აღრიცხვის მიზნებისათვის შესაბამის განყოფილებას. ყველა არ გაყიდული აქცია უნდა დაუბრუნდეს უკან კომპანიის ხელმძღვანელობას.
- აქციების გაყიდვისას, ყურადღებით ჩაიწერეთ ტრანზაქციის დეტალები. ეს ინფორმაცია ქმნის აქციათა რეესტრის საფუძველს, რომელსაც ინახავს ხელმძღვანელი.
- თქვენ შეგიძლიათ სარფიანი მოლაპარაკებები აწარმოოთ მომწოდებლებთან, შესყიდვების შემდეგ გადახდის თაობაზე, ამ დროს ნაკლებია საჭირო საწყისი კაპიტალი.

დაიწყეთ აქციების რეალიზაცია და აწარმოეთ შესაბამისი დოკუმენტაცია: დანართი 5-5: გამოცემული აქციების ჩანაწერი, დანართი 5-6: აქციათა რეესტრი/ჩანაწერთა ჟურნალი და დანართი 5-7: აქციის ნიმუშები.

5.1. გ. ბაზრის კვლევის დაგეგმვა და პროდუქტის შერჩევა

პირველი ეტაპი:

აუხსენით მოსწავლეებს, რომ ბაზარი ის ადგილია, სადაც მყიდველი და გამყიდველი ერთმანეთს ხვდებიან, უთხარით რომ ბაზარზე საქონლის გასაყიდად იყენებენ მარკეტინგს, რომელიც ეხმარება პროდუქციას გაყიდვაში.

არსებობს მარკეტინგის უამრავი საშუალება, როგორიცაა: სოციალური მედია, ინტერნეტი, სარეკლამო რგოლები, პერსონალური გაყიდვები, მონაწილეობა სავაჭრო გამოფენებში და სხვ.

აუხსენით, თუ როგორ შეუძლიათ პროდუქტის შერჩევა მოსწავლის წიგნში არსებული მასალის ”პროდუქტი”, ”ინოვაცია” გამოყენებით:

მეორე ეტაპი:

- მოსწავლეები ადგენენ საუკეთესოდ რეალიზებადი პროდუქციისა და მომსახურებისათვის დამახასიათებელი ნიშან-თვისებების ნუსხას;
- მოსწავლეები ადგენენ ბაზრის კვლევის გეგმას, ქმნიან კვლევის მარტივ სტრატეგიას, მომზადებისთვის საჭირო რეკომენდაციების ნუსხას.
- თქვენს მიერ შემუშავებული სტრატეგიით კლასი დაჰყავით ბაზრის მკვლევარ გუნდებად.
- გამოჰყავით ახლად შექმნილი განყოფილებები ან დაჰყავით კლასი ისეთ გუნდებად, სადაც 1 ან 2 წარმომადგენელი იქნება თითოეული განყოფილებიდან.
- გაეცანით მოსწავლის წიგნში განთავსებულ მასალებს მარკეტინგის შესახებ და გაკვეთილზე მოსწავლეებთან ერთად, იმსჯელეთ აღნიშნულ საკითხებზე.

გამოიყენეთ მოსწავლეთა წიგნში არსებული შემდეგი მასალები: დანართი 5-8 ბიზნეს იდეის შეფასებისთვის, ხოლო დანართი 5-9: სამიზნე აუდიტორიის სამუშაო ფურცელი.

ამ დროს კარგია ახალგაზრდებმა გამოთვალონ თავიანთი კომპანიის ESG ქულა ბმულზე ***<u>https://www.checknimpact.org/</u>***. ESG წარმოადგენს მაჩვენებელთა სისტემას, რომელიც შეაფასებს ორგანიზაციის ქცევას - გარემოს დაცვასთან (Environmental), სოციალურ მიმღებლობასთან (Social) და მმართველობასთან (Governance) მიმართებაში. ასეთი

სტანდარტები გამოიყენება იმისთვის, რომ შეფასდეს კომპანიის მდგრადობა და მისი გავლენა საზოგადოებასა და გარემოზე. ESG მიდგომა მნიშვნელოვანია მწვანე გადასვლისთვის (green deal). ეს მიდგომა ახდენს ახალგაზრდებისა და მეწარმეების განწყობასა და ქცევის ცვლილებას, რადგან ზრდის ცნობადობას კომპანიის ეკოლოგიურ და საზოგადოებრივ პასუხისმგებლობაზე და ეხმარება მათ გადაწყვეტილებების მიღებაში, რომლებიც ერთიანდება მდგრადი, ეთიკური და მომავალი-კეთილშობილური ბიზნესპრაქტიკებში.

დავალება: მოსწავლეების დავალება არის ბაზრის კვლევა და სხვადასხვა დოკუმენტაციის წარმოება. გააკეთებინეთ მოსწავლეებს ბაზრის კვლევის შედეგების პრეზენტაცია.

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების" აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები);
- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიინტერესა);
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება).

ეს სამი კითხვა აძლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცა): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად" - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

ტერმინთა განმარტებები

ადმინისტრაცია (Administration) – პირი ან პირთა ჯგუფი, რომელიც ორგანიზაციაში ახორციელებს მართვით და საორგანიზაციო საქმიანობას.

ანგარიში (Report) – წერილობითი ან ზეპირი დოკუმენტი, რომელიც ასახავს შესრულებულ საქმიანობასა და მიღწეულ შედეგებს.

აქცია (Share) – კომპანიის კაპიტალის ნაწილი, რომელიც ადასტურებს მფლობელის თანამფლობელობას და გააჩნია ფულადი ღირებულება.

აქციონერი (Shareholder) – პირი, რომელიც ფლობს კომპანიის ერთ ან რამდენიმე აქციას და მონაწილეობს მის დაფინანსებაში.

აქციათა წიგნი / რეესტრი (Share Register) –ჩანაწერთა ოფიციალური სისტემა, სადაც აღირიცხება აქციონერები და მათ მიერ ფლობილი აქციები.

აქციათა რეალიზაცია (Share Sale) – კომპანიის აქციების გაყიდვის პროცესი კაპიტალის მოსაზიდად.

ბაზრის კვლევა (Market Research) – მონაცემების შეგროვებისა და ანალიზის პროცესი მომხმარებლების, ბაზრის მოცულობისა და მოთხოვნის შესასწავლად.

ბიზნესგეგმა (Business Plan) – დოკუმენტი, რომელიც აღწერს კომპანიის მიზნებს, სტრატეგიას, ბაზარსა და ფინანსურ გათვლებს.

დამფუძნებელთა კრება (Founders' Meeting) – შეხვედრა, სადაც მიიღება გადაწყვეტილება კომპანიის შექმნისა და მმართველი ორგანოების არჩევის შესახებ.

დირექტორთა საბჭო (Board of Directors) – მმართველი ორგანო, რომელიც იღებს ძირითად სტრატეგიულ გადაწყვეტილებებს და აკონტროლებს კომპანიის საქმიანობას.

დღის წესრიგი (Agenda) – შეხვედრაზე განსახილველი საკითხების წინასწარ შედგენილი სია.

ეფექტიანობა (Efficiency) – ხელთ არსებული რესურსებით მაქსიმალური შედეგის მიღების უნარი.

ინვესტიცია (Investment) – ფულის, დროის ან სხვა რესურსის ჩადება მომავალი სარგებლის მიღების მიზნით.

ინოვაციური პროდუქტი (Innovative Product) – პროდუქტი ან მომსახურება, რომელიც გამოირჩევა სიახლით ან გაუმჯობესებული ფუნქციონალით.

ლიკვიდაცია (Liquidation) – კომპანიის საქმიანობის ოფიციალური დასრულების პროცესი.

მარკეტინგი (Marketing) – საქმიანობა, რომლის მიზანია პროდუქტის გაცნობა, მოთხოვნის შექმნა და გაყიდვების უზრუნველყოფა.

მარკეტინგის 4P (Marketing Mix – 4P) – მარკეტინგული სტრატეგიის ოთხი ელემენტი: პროდუქტი, ფასი, ადგილი და რეკლამირება.

მარკეტინგის 7P (Marketing Mix – 7P) – გაფართოებული მარკეტინგული მოდელი, რომელიც 4P-ს ამატებს ადამიანებს, პროცესს და ფიზიკურ გარემოს.

მარკეტინგული სტრატეგია (Marketing Strategy) – გეგმა, რომელიც განსაზღვრავს მომხმარებელთან მისვლისა და გაყიდვების ზრდის გზებს.

მინიკომპანიის დაფუძნება (Mini-Company Formation) – მოსწავლეთა მიერ სასწავლო მიზნით კომპანიის შექმნის პროცესი.

მომხმარებელთა საჭიროებები (Customer Needs) – პრობლემები და სურვილები, რომელთა დაკმაყოფილებასაც მომხმარებელი ელოდება.

ოქმი (Minutes) – შეხვედრაზე განხილული საკითხებისა და მიღებული გადაწყვეტილებების ოფიციალური ჩანაწერი.

პროდუქტი (Product) – საქონელი ან მომსახურება, რომელსაც კომპანია სთავაზობს მომხმარებელს.

პროტოტიპი (Prototype) – პროდუქტის პირველი ნიმუში, რომელიც გამოიყენება იდეის შემოწმებისთვის.

სამიზნე აუდიტორია (Target Audience) – მომხმარებელთა კონკრეტული ჯგუფი, ვისთვისაც განკუთვნილია პროდუქტი ან მომსახურება.

საწყისი ხარჯები (Start-up Costs) – ხარჯები, რომლებიც საჭიროა კომპანიის საქმიანობის დასაწყებად.

საბჭოს თავმჯდომარე (Chairperson) – საბჭოს მიერ არჩეული პირი, რომელიც უძღვება სხდომებს.

სტრატეგიის გადახედვა (Strategy Review) – ბიზნესისა და მარკეტინგული სტრატეგიის რეგულარული შეფასება და კორექტირება.

SWOT ანალიზი (SWOT Analysis) – დაგეგმვის ინსტრუმენტი ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების შესაფასებლად.

სამუშაო კაპიტალი (Working Capital) – ფულადი რესურსი, რომელიც საჭიროა მიმდინარე ოპერაციების დასაფინანსებლად.

საბოლოო ანგარიში (Final Report) – კომპანიის საქმიანობის შემაჯამებელი დოკუმენტი.

ხარისხის მართვა (Quality Management) – პროცესების სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს პროდუქტის ან მომსახურების შესაბამისობას ხარისხის მოთხოვნებთან.

გაყიდვების პროგნოზი (Sales Forecast) – მოსალოდნელი გაყიდვებისა და შემოსავლის წინასწარი გათვლა.

გაყიდვების მხარდაჭერა (Sales Support) – ქმედებები, რომლებიც ეხმარება გაყიდვების გუნდს შედეგების გაუმჯობესებაში.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე (საწყისი აღქმა, ცალკეული ფაქტები)

საჭიროება
- რატომ სჭირდება მინიკომპანიას საწყისი კაპიტალი?

იდეა
- რა არის ინოვაციური პროდუქტი ერთი წინადადებით?

პროექტი
- რა არის მარკეტინგი და რას ემსახურება იგი?

ღვაწლი
- რომელი როლი მოგეჩვენა ყველაზე მნიშვნელოვანად მინიკომპანიის დაფუძნების პროცესში?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)
- რას ნიშნავს შენთვის „წარმატებული კომპანია“?

2. უნისტრუქტურული დონე (ერთი ასპექტის გააზრება)

საჭიროება
- დაასახელე ერთი რესურსი, რომელიც აუცილებელია მინიკომპანიის დასაწყებად და ახსენი რატომ.

იდეა
- რა ერთი შესაძლებლობა გაჩნდა შენი იდეისთვის ბაზრის კვლევის შემდეგ?

პროექტი
- რატომ არის მნიშვნელოვანი აქციების რაოდენობისა და ფასის სწორად განსაზღვრა?

ღვაწლი
- რა არის ის ერთი კონკრეტული ქმედება, რომელიც შენ ან შენმა გუნდმა უნდა განახორციელოს მარკეტინგში?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)
- როგორ შეიძლება პროდუქტის არჩევამ იმოქმედოს გარემოზე ან საზოგადოებაზე?

3. მულტისტრუქტურული დონე (რამდენიმე ელემენტის ჩამოთვლა)

საჭიროება
- ჩამოთვალე მინიმუმ 3 საჭირო რესურსი მინიკომპანიისთვის და 1 შეზღუდულობა, რომელიც საქმიანობაზე მოქმედებს.

იდეა
- ჩამოთვალე ალტერნატიული გზები, როგორ შეიძლება პროდუქტის ან მომსახურების ინოვაციურად განვითარება.

პროექტი
- ჩამოთვალე მარკეტინგული მიქსის 4P ან 7P ელემენტები და მოკლედ მიუთითე მათი დანიშნულება.

ღვაწლი

ჩამოთვალე 3 სხვადასხვა პასუხისმგებლობა, რაც გუნდის წევრებს აქვთ მინიკომპანიის საქმიანობაში.

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რა შედეგები შეიძლება ჰქონდეს კომპანიის საქმიანობას:
  - ეკონომიკურად
  - სოციალურ დონეზე
  - გარემოს თვალსაზრისით

4. მიმართებითი დონე (კავშირების გააზრება)

საჭიროება

- როგორ მოქმედებს რესურსების შეზღუდულობა აქციების რაოდენობის, ფასისა და მარკეტინგის არჩევაზე?

იდეა

- როგორ გეხმარება SWOT ანალიზი გადაწყვეტილების მიღებაში — გააგრძელო იდეა, შეცვალო თუ უარყო იგი?

პროექტი

- როგორ უკავშირდება ერთმანეთს: ბაზრის კვლევა - მარკეტინგული სტრატეგია - გაყიდვების პროგნოზი - ბიუჯეტი?

ღვაწლი

- როგორ აისახება გუნდის თითოეული წევრის შრომა პროდუქტის ხარისხსა და მომხმარებლის კმაყოფილებაზე?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ კომპანიამ შედეგი შეაფასოს არა მხოლოდ მოგებით, არამედ გრძელვადიანი გავლენით?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე (განზოგადება და ტრანსფერი)

საჭიროება

- როგორ გამოიყენებ კაპიტალის, რესურსებისა და შეზღუდულობების მართვის ცოდნას მომავალში (სხვა პროექტში ან რეალურ ბიზნესში)?

იდეა

- როგორ შეიძლება ინოვაციური იდეა ერთდროულად იყოს მომგებიანი და საზოგადოებისთვის სასარგებლო?

პროექტი

- წარმოიდგინე, რომ ქმნი ახალ მინიკომპანიას — როგორ დაგეგმავ მარკეტინგს ისე, რომ იყოს ეფექტიანი და მდგრადი?

ღვაწლი

- რა პიროვნული უნარების განვითარება დაგჭირდება, რომ წარმატებით მართო პროექტი და გუნდი?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- როგორ შეიძლება შენმა მინიკომპანიამ შექმნას ღირებულება, რომელიც გაგრძელდება კომპანიის დახურვის შემდეგაც?

1. საჭიროება (რესურსი. შეზღუდულობა)

☐ მესმის, რატომ სჭირდება მინიკომპანიას საწყისი კაპიტალი და რესურსები.
☐ შემიძლია გამოვყო ძირითადი რესურსები (ფინანსური, ადამიანური, დროითი, მატერიალური).
☐ ვხვდები, რომ რესურსები შეზღუდულია და საჭიროა პრიორიტეტების განსაზღვრა
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს რესურსების სიმცირე ბიზნესგადაწყვეტილებებზე
☐ შემიძლია დავაკავშირო რესურსების გამოყენება პასუხისმგებლიან და მდგრად მიდგომასთან.

2. იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილების მიღება)

☐ მესმის, რომ ბიზნესიდეა უნდა პასუხობდეს რეალურ საჭიროებას
☐ შემიძლია დავასახელო ალტერნატიული იდეები ერთი პრობლემის გადასაჭრელად
☐ ვხვდები, რატომ არის საჭირო არჩევანის გაკეთება შეზღუდულ პირობებში
☐ მესმის, რომ გადაწყვეტილებას აქვს როგორც მოკლევადიანი, ისე გრძელვადიანი შედეგი
☐ შემიძლია ავხსნა, როგორ უკავშირდება ჩემი იდეა მდგრად განვითარებას (ეკონომიკური/სოციალური/გარემოს)

3. პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)

☐ მესმის, რატომ სჭირდება იდეას პროექტული გეგმა
☐ ვიცი, რომ ბიუჯეტი განსაზღვრავს პროექტის რეალისტურობას
☐ შემიძლია დავასახელო მინიმუმ ერთი ინდიკატორი შედეგის გასაზომად
☐ ვხვდები, რომ პროექტი საჭიროებს მონიტორინგსა და შეფასებას
☐ მესმის, როგორ შეიძლება პროექტის დაგეგმვაში მდგრადობის პრინციპების გათვალისწინება

4. ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)

☐ მესმის, რომ შედეგი მიიღწევა ყოველდღიური შრომით
☐ ვავლენ ინიციატივას გუნდის საქმიანობაში

☐ ვიღებ პასუხისმგებლობას ჩემს ქმედებებზე
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს ჩემი ქცევა გუნდისა და პროექტის მდგრადობაზე
☐ ვხვდები, რომ თანამშრომლობა და ეთიკური ქცევა არის მდგრადი წარმატების საფუძველი

5. შედეგი (მდგრადი განვითარება)
☐ მესმის, რომ წარმატება არ იზომება მხოლოდ მოგებით
☐ ვხვდები, როგორ შეიძლება ბიზნესის შედეგი იყოს სოციალური სარგებელი
☐ მესმის, როგორ შეიძლება კომპანიის საქმიანობა ზემოქმედებდეს გარემოზე
☐ შემიძლია განვასხვავო მოკლევადიანი შედეგი და გრძელვადიანი გავლენა
☐ ვხვდები, როგორ შეიძლება მინიკომპანიის გამოცდილებამ შექმნას ღირებულება მომავალშიც

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

1. რას გულისხმობს მდგრადი განვითარება?
ა. მხოლოდ მოგების ზრდას
ბ. მხოლოდ გარემოს დაცვას
გ. ეკონომიკური, სოციალური და გარემოს ინტერესების ბალანსს
დ. ხარჯების შემცირებას

სწორი პასუხი: გ

2. რომელი ქმედება ითვლება „green choice“-ად?
ა. ყველაზე იაფი მასალის არჩევა
ბ. ეკოლოგიურად ნაკლებად საზიანო მასალის გამოყენება
გ. მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა
დ. მხოლოდ მოგებაზე ფოკუსირება

სწორი პასუხი: ბ

3. მდგრადი განვითარების მიზნები (SDGs) შექმნილია:
ა. მხოლოდ ბიზნესებისთვის
ბ. მხოლოდ გარემოს დაცვისთვის
გ. გლობალური პრობლემების ერთობლივად გადასაჭრელად
დ. მხოლოდ სკოლებისთვის

სწორი პასუხი: გ

4. რატომ არის მნიშვნელოვანი ეთიკური მარკეტინგი?
ა. იმიტომ, რომ კანონით არის მოთხოვნილი
ბ. მომხმარებლის შეცდომაში შესაყვანად
გ. ნდობისა და გრძელვადიანი ურთიერთობის შესაქმნელად
დ. გაყიდვების დროებით გასაზრდელად

სწორი პასუხი: გ

5. რომელი არის რესურსის მაგალითი?
ა. იდეა
ბ. დრო
გ. შედეგი
დ. ალტერნატივა

სწორი პასუხი: ბ

6. რას ნიშნავს „greenwashing“ ანუ მწვანე გაბუნდოვნება?
ა. პროდუქტის რეალურად ეკოლოგიურ წარმოებას
ბ. გარემოსდაცვითი ინიციატივის გაზიარებას
გ. ეკოლოგიურობის ყალბ ან გადაჭარბებულ წარმოჩენას
დ. ნარჩენების შემცირებას

სწორი პასუხი: გ

7. რატომ უნდა იყოს პროექტის შედეგი გაზომვადი?
ა. ფორმალობისთვის
ბ. იმისთვის, რომ შესაძლებელი იყოს შეფასება და გაუმჯობესება
გ. მხოლოდ ანგარიშისთვის
დ. მასწავლებლის მოთხოვნით

სწორი პასუხი: ბ

8. რომელი გადაწყვეტილება შეესაბამება მდგრად მეწარმეობას?
ა. მოგების გაზრდა ნებისმიერ ფასად
ბ. იაფი, მაგრამ მავნე მასალის გამოყენება
გ. რესურსების გონივრული და პასუხისმგებლიანი გამოყენება
დ. მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა

სწორი პასუხი: გ

9. რომელი არის ეთიკური მარკეტინგის მაგალითი?
ა. პროდუქტის თვისებების გადაჭარბება
ბ. რეალური ინფორმაციის მიწოდება მომხმარებლისთვის
გ. კონკურენტის დაკნინება
დ. ყალბი რეკლამა

სწორი პასუხი: ბ

10. რატომ არის მნიშვნელოვანი შედეგების გააზრება მინიკომპანიის დასრულების შემდეგ?
ა. მხოლოდ შეფასებისთვის
ბ. დასჯისთვის
გ. მომავალი გაუმჯობესებისა და სწავლისთვის
დ. ფორმალობისთვის

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

11. რა განსხვავებაა „green choice“-სა და ჩვეულებრივ ბიზნესგადაწყვეტილებას შორის?
12. რატომ უნდა გაითვალისწინოს მინიკომპანიამ სოციალური გავლენა?
13. ჩამოთვალე მინიმუმ სამი მაგალითი, როგორ შეიძლება ბიზნესი დაუკავშირდეს SDGs-ს.
14. რას ნიშნავს რესურსების პასუხისმგებლიანი გამოყენება?
15. რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ მარკეტინგი იყოს ეთიკური?

სიტუაციური ამოცანები

16. მწვანე არჩევანი. მინიკომპანია არჩევანს აკეთებს ორ მასალას შორის:
ა. იაფი, მაგრამ გარემოსთვის საზიანო
ბ. ძვირი, მაგრამ ეკოლოგიურად უსაფრთხო

კითხვები:
ა. რომელ აირჩევდი და რატომ?
ბ. რომელ სამიზნე ცნებებს უკავშირდება ეს გადაწყვეტილება?
გ. რა შეიძლება იყოს ამ არჩევანის გრძელვადიანი შედეგი?

17. მდგრადი განვითარების მიზნები - SDG. მინიკომპანია ქმნის პროდუქტს, რომელიც ამცირებს ნარჩენებს სკოლაში.
კითხვები:
ა. რომელ SDG-ს უკავშირდება ეს იდეა?
ბ. რატომ არის ეს იდეა მდგრადი?

18. ეთიკური მარკეტინგი. კომპანია ფიქრობს რეკლამაში პროდუქტის თვისებების გადაჭარბებულ წარმოჩენას.
კითხვები:
ა. რა რისკი არსებობს ეთიკური თვალსაზრისით?
ბ. რა ალტერნატიული, ეთიკური გადაწყვეტილება უნდა მიიღოს კომპანიამ?

19. მდგრადი მეწარმეობა. მინიკომპანია მუშაობას ასრულებს და ამზადებს საბოლოო ანგარიშს.
კითხვები:
ა. რომელი სამი ინდიკატორით შეაფასებდი კომპანიის მდგრად შედეგს?
ბ. რატომ არის მნიშვნელოვანი შედეგების განხილვა კომპანიის დახურვის შემდეგაც?

20. მწვანე შეფუთვა. მინიკომპანია აწარმოებს პროდუქტს და არჩევანის წინაშეა შეფუთვასთან დაკავშირებით:
ა. იაფი პლასტმასის შეფუთვა
ბ. გადამუშავებადი ქაღალდის შეფუთვა, რომელიც ზრდის თვითღირებულებას
კითხვები:
ა. რომელი არჩევანი შეესაბამება მდგრად განვითარებას და რატომ?
ბ. რომელ სამიზნე ცნებებს უკავშირდება ეს გადაწყვეტილება?
გ. რა გავლენა შეიძლება ჰქონდეს ამ არჩევანს მომხმარებლის ნდობაზე?

21. SDG-ს და სოციალური გავლენა. მინიკომპანია ასაქმებს სკოლის მოსწავლეებს და ცდილობს თანაბარი შესაძლებლობები შექმნას ყველასთვის.
კითხვები:
ა. რომელ SDG-ს (ან SDG-ებს) უკავშირდება ეს საქმიანობა?
ბ. რატომ შეიძლება ჩაითვალოს ეს მიდგომა სოციალურ მეწარმეობად?
გ. რა გრძელვადიანი შედეგი შეიძლება ჰქონდეს ამ მიდგომას სკოლისთვის ან თემისთვის?

22. ეთიკური რეკლამა. კომპანიას შეუძლია რეკლამაში თქვას, რომ პროდუქტი „100%-ით ეკოლოგიურია“, თუმცა რეალურად მხოლოდ ნაწილი აკმაყოფილებს ამ მოთხოვნას.

კითხვები:

ა. რა ეთიკური პრობლემა იკვეთება ამ სიტუაციაში?

ბ. რა ალტერნატიული, ეთიკური ფორმულირება შეიძლება გამოიყენოს კომპანიამ?

გ. რა შეიძლება მოხდეს, თუ კომპანია მაინც აირჩევს არაეთიკურ გზას?

23. შედეგი და ლიკვიდაციის შემდეგი ღირებულება. მინიკომპანია წლის ბოლოს იხურება, მაგრამ გუნდი ფიქრობს, რა დარჩება მათი საქმიანობის შემდეგ.

კითხვები:

ა. რა შეიძლება იყოს მინიკომპანიის არამატერიალური შედეგი?

ბ. როგორ შეიძლება ამ შედეგის გამოყენება მომავალში (სხვა პროექტში ან ცხოვრებაში)?

გ. რატომ არის ეს მნიშვნელოვანი მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით?

მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები

თავი VI. ბიზნესგეგმა

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ ამზადებს მარტივ ბიზნესგეგმას;
- ✓ გეგმავს მარტივ ბიუჯეტს (წამოწყების ბიუჯეტს front-up Budget), როგორც ბიზნესგეგმის ნაწილის;
- ✓ იცის დოკუმენტების შევსების თანმიმდევრობა და მასზე ადმინისტრირების განხორციელება;
- ✓ აღწერს პროდუქტის ან მომსახურების ღირებულების ჯაჭვს და კვლავწარმოების სპეციფიკას და აფასებს მის საწარმოო ხარჯებსა და გაყიდვების პოტენციალს;
- ✓ ახორციელებს ბაზრის მარტივ კვლევას და აყალიბებს მომხმარებლის პროფილს (სამიზნე აუდიტორია);
- ✓ შეიმუშავებს წარმოების, გაყიდვებისა და მარკეტინგის გეგმას;
- ✓ იაზრებს გადაწყვეტილების მიღების და ბიზნესში ეთიკის მნიშვნელობას.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

შემოქმედებითობა; კრიტიკული აზროვნება; თანამშრომლობა; გადაწყვეტილების მიღება; ფინანსური დაგეგმვა; ლიდეროზა; საჯარო გამოსვლა, თვითშეფასება; ინფორმაციის სინთეზირება და შეფასება; გუნდური მუშაობა; ელექტრონული წიგნიერება; სამუშაოსთვის მზაობა; სტრატეგიული დაგეგმვა; ანალიტიკური აზროვნება და მონაცემების შეფასება; კრიტიკული კითხვების დასმის უნარი („რა მიზნები გვაქვს? როგორ მივაღწევთ?“); ბიზნესის მიზნების ჩამოყალიბება და დასაბუთება; ღირებულების ჯაჭვის გააზრება; ორგანიზაციული სტრუქტურის შემუშავება; ბაზრის კვლევის ჩატარება (კაბინეტური და საველე კვლევა); მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება (4P, 7P); ფინანსური ანალიზის უნარები; წაუგებლების წერტილის (Break-even) განსაზღვრა; პროგნოზირების უნარი (გაყიდვები, ფინანსები, ხარჯები); პრეზენტაციის მომზადება და დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაცია; გუნდური მუშაობა და როლების დელეგირება.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

გონებრივი იერიში, საჭიროებათა ანალიზი, SWOT ანალიზი, დადებითი და უარყოფითი მხარეები, კომპანიის სახელი, მისიის, ღირებულებების და ხედვის განაცხადი, საჭიროება, ანგარიშვალდებულება, დრაფტი/მონახაზი, კოოპერირება, საჯარო იმიჯი, დღის წესრიგი, პოლიტიკა, პროექტი, თავმჯდომარის არჩევა, სემინარი, კორპორატიული იდენტობა, საბანკო უფლებამოსილება/მანდატი, შერჩევა და დასაქმება, მოთხოვნა, საქონელი და მომსახურება, ბიზნეს ეთიკა და ეთიკის კოდექსი, მიზნების დასახვა, ფოკუსირება, ფასილიტაცია, ფასილიტატორი, სლოგანი/ლოზუნგი, გუდვილი, მწარმოებლურობა; ბიზნესკანვას მოდელი; სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელი; ღირებულების ჯაჭვი; წაუგებლობის წერტილი (ნულოვანი მოგების წერტილი); გეოგრაფიული ბაზარი; სამიზნე აუდიტორია; გაყიდვების თვითღირებულება; ზღვრული მოგება; მთლიანი მოგება; ოპერაციული მოგება; მუდმივი (ფიქსირებული) ხარჯები; ცვალებადი ხარჯები; წამოწყების ბიუჯეტი; სარეგისტრაციო მოსაკრებელი

სავარაუდო დრო: 10 აკადემიური საათი (დამატებით 2 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- ბრძენი კაცი საქმეს წინასწარ იზომავს.
- საქმე მაშინ არის ძლიერი, როცა აზრს ემსახურება.
- შრომას გზა უნდა ჰქონდეს.
- ვინც დღეს არ გეგმავს, ხვალ სხვები დაუგეგმავენ.
- გზა თავისით არ იშლება - იგი უნდა გაკვალო.
- იდეა მაშინ ცოცხლდება, როცა ფორმას იძენს.
- რაც დაუგეგმავია, ადვილად იკარგება.
- შვიდჯერ გაზომე, ერთხელ გაჭერი.
- გზა კითხვით არ დაიღლება.
- წინასწარ ნაფიქრი ნახევრად გაკეთებულია.
- საქმეს დასაწყისში ეტყობა ბოლო.
- იდეა სურვილია, გეგმა - ვალდებულება.
- საქმის ფასი ბოლოში ჩანს. (ქართული ანდაზა)
- კაცი საქმით იცნობა და საქმითვე ფასდება. (ხალხური სიბრძნე;)
- ვინც დაწყებას ბედავს, დასრულებაც უნდა იკისროს.
- თავისუფლება უპასუხისმგებლო ქაოსია.
- საქმე მაშინ არის მართალი, როცა პასუხს აგებ მის შედეგზე.
- საზოგადოებრივი საქმე პირად სინდისზე დგას.
- შრომას ანგარიში უნდა.
- ნამუშევარი საქმე თავის სიტყვას ბოლოს ამბობს.
- გზა ადამიანზე მეტს ამბობს, ვიდრე მიზანი.
- დასასრული მაშინ არის ძლიერი, როცა გააზრებულია.
- მომავალი იწყება მაშინ, როცა წარსულს ანგარიშს აბარებ.

- კარგად დაწყებული საქმე კარგად უნდა დასრულდეს.
- ანგარიში მეგობრობას არ აფუჭებს.
- ბოლო სიტყვა საქმეს ეკუთვნის.
- რაც დაითვალე - ის გეკუთვნის.

მიმოხილვა

თავი იწყება ბიზნესგეგმის განმარტებით, რომ იგი არის კომპანიის ეფექტიანად მართვის ძირითადი ინსტრუმენტი და ოფიციალური დოკუმენტი, რომელიც ასახავს კომპანიის მიზნებს, მათი მიღწევის გზებსა და ინვესტორებთან თუ აქციონერებთან ურთიერთობის მთავარ საფუძველს. ბიზნესგეგმა წარმოადგენს „სახელმძღვანელოს“, რომელიც კომპანიას ეხმარება არჩეულ გზაზე დარჩენაში, საჭიროებისამებრ, კორექტივების შეტანასა და მომავლის ხედვის ჩამოყალიბებაში.

ყველა ახალ საწარმოს სჭირდება ბიზნესგეგმა, რადგან ის წარმოადგენს პროექტის სრულ გაშლას. ინვესტორებთან მოლაპარაკებებისას, ბიზნესგეგმა საშუალებას იძლევა, დამაჯერებლად აჩვენოს კომპანიის მიზნები, ფინანსური საჭიროებები და სტრატეგიული გეგმები.

ბიზნესგეგმის შედგენის ალტერნატივად ზოგჯერ გამოიყენება ბიზნესკანვას მოდელი ან სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელი, სადაც ყველა ძირითადი საკითხი მოკლედ, ერთ ფურცელზეა თავმოყრილი.

ბიზნესგეგმა მოიცავს:

- კომპანიის მისიისა და მოკლე და გრძელვადიანი მიზნების განსაზღვრას;
- ადამიანური რესურსების დაგეგმვასა და ღირებულების ჯაჭვის აღწერას;
- პროდუქტისა და მომსახურების აღწერას, საწარმოო ხარჯებისა და წაუგებლობის წერტილის გათვლით;
- ბაზრის კვლევასა და მომხმარებელთა სეგმენტაციის ანალიზს;
- სტრატეგიის ჩამოყალიბებას, როგორ მიაღწიოს კომპანიამ მომხმარებლამდე;
- ფინანსური საჭიროებების განსაზღვრას (შესყიდვები, მარაგები, რეგისტრაციის მოსაკრებელი);
- მარკეტინგული დეპარტამენტისა და აქტივობების გეგმას;
- წამოწყების ბიუჯეტს;
- ფინანსურ გეგმას (მოგება-ზარალის ანგარიში, ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისი, ნულოვანი მოგების წერტილი).

ბიზნესგეგმა არის არა მხოლოდ ფორმალური დოკუმენტი, არამედ კომპანიის მართვის მნიშვნელოვანი სტრატეგიული ინსტრუმენტია. იგი აერთიანებს მარკეტინგს, ფინანსებს, წარმოებასა და ადამიანურ რესურსებს, ამით კი მოსწავლეებს აძლევს შესაძლებლობას, ისწავლონ სტრუქტურირებული დაგეგმვა, ფინანსური პასუხისმგებლობა და ბაზარზე რეალური პოზიციონერების პრინციპები.

ამ თავის ფარგლებში, მოსწავლეებმა უნდა ისწავლონ ბიზნეს გეგმის მომზადება, ეს არის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი თავი და, შესაბამისად, მასწავლებლებისაგან განსაკუთრებულ პასუხისმგებლობას მოითხოვს. თუმცა, სპეციალურად ამ თავისთვის მომზადებული მასალები ზედმიწევნით დეტალურია და მთავარია, მოსწავლეებმა მისდიონ დანართებში მოცემულ ინსტრუქციებს.

მათ არა მარტო უნდა გაიგონ ბიზნეს გეგმის მნიშვნელობა, არამედ მომავალში უნდა შეძლონ მსგავსი ბიზნეს გეგმის დამოუკიდებლად მომზადება.

წინა მეცადინეობიდან მოსწავლეებს უნდა ჰქონდეთ სხვადასხვა ბიზნესიდეა, შედგენილი მისიის განაცხადები და ბიზნესგეგმის სხვა კომპონენტები, ანუ მათ ხელთ უნდა ჰქონდეთ ყველა საჭირო მონაცემი, რომლებიც უნდა აქციონ ინფორმაციად. ეს პროცესი მარტივად შესაძლებელია განხორციელდეს სახელმძღვანელოში მოცემული შაბლონებით:

6-1: ბიზნესგეგმის ფორმა,
6-2: სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელი,
6-3 და 6-4: მარკეტინგული გეგმები,
6-5: ფინანსური გეგმის ფორმა.

თემის მიწოდების სტრატეგიები:

მნიშვნელოვანია ამ თავის ყველა დანართი ზედმიწევნით იყოს შევსებული. თუ ჯგუფში რამდენიმე იდეაზე მუშაობენ, ყველა იდეისათვის ცალ-ცალკე უნდა მომზადდეს შესაბამისი ფაილები.

აქტივობა 6.1 მინიკომპანიის ბიზნესგეგმა. დაჰყავით მოსწავლეები ჯგუფებად და რომელიმე იდეის გარშემო მოამზადებინეთ ბიზნესგეგმა მოსწავლის წიგნში არსებული მასალის 6-1 ბიზნესგეგმა ან 6.2. სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელის მიხედვით, ხოლო შემდეგ მოახდინეთ კლასში მისი პრეზენტაცია.

ბიზნესგეგმების რაოდენობა დამოკიდებულია განსახორციელებელი იდეების რაოდენობაზე. ბიზნესგეგმის საბოლოო ვერსიას აჯერებს კომპანიის პრეზიდენტი, ის განიხილავს ყველა მოცემულ მასალას და საბოლოო ბიზნეს გეგმა გააქვს დასამტკიცებლად დირექტორთა საბჭოზე.

აქტივობა 6.2. მარკეტინგის დეპარტამენტის და მარკეტინგული აქტივობების გეგმა.

მოსწავლეებმა უკვე იციან თუ, რა არის მარკეტინგი, ასევე აქვთ მარტივი ბიზნეს გეგმა. ახლა, მარკეტინგის განყოფილების უფროსმა, უნდა მოახდინოს მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებაზე ზედამხედველობა და მოსწავლეების დახმარებით, შეადგინოს მისთვის მისაღები მარკეტინგული სტრატეგია და აქტივობების გეგმა.

დაჰყავით მოსწავლეები ჯგუფებად, შეგიძლიათ გამოიყენოთ ჯგუფების იგივე შემადგენლობა, სთხოვეთ, შეავსონ მოსწავლის წიგნის დანართი 6-3 და 6-4. შემდეგ კი, ყველა ჯგუფმა წარადგინოს გეგმების, მთლიან ჯგუფში განიხილეთ თითოეული სტრატეგიის დადებითი და უარყოფითი მხარეები.

მარკეტინგის განყოფილების უფროსი აჯამებს ყველა ინფორმაციას, ამზადებს მარკეტინგის სტრატეგიისა და აქტივობების გეგმას და წარადგენს მას დირექტორთა საბჭოს სხდომაზე.

აქტივობა 6.3. ხიბლის ბანი (Pitch Deck)

მოსწავლეები ამზადებენ ხიბლის ბანს, ანუ მოკლე ინფორმაციას დაინტერესებული მხარეებისთვის, რომელიც ძირითადად ბიზნესგეგმშია განთავსებული. ხიბლის ბანის დოკუმენტში კი შემდეგი საკითხები უნდა იყოს ლაკონურად გადმოტანილი:

1. პროდუქტის საჭიროება ან რა პრობლემაა საზოგადოებაში
2. შენი გამოსავალი
3. საწარმოს ბიზნეს მოდელი
4. ხაზგასმა მაგიასა/ტექნოლოგიაზე
5. შესაძლებლობები, მარკეტინგი და გაყიდვები
6. კონკურენტები
7. გუნდი
8. პროგნოზები და ეტაპები
9. სტატუსი და ვადები
10. შეჯამება და მოქმედებისკენ მოწოდება

ფინანსური გეგმის მომზადება

ფინანსური გეგმა ბიზნეს გეგმის ყველაზე რთული ნაწილია. მოსწავლეები ხშირად არ არიან დარწმუნებული გაყიდიან თუ არა ამა თუ იმ რაოდენობის საქონელს ან მომსახურებას. აუხსენით მათ, რომ მთავარია, მიიღონ გადაწყვეტილება და დაგეგმონ მათი აზრით რეალისტური გაყიდვების რაოდენობა და შესაბამისი გასაყიდი ფასი.

ახლა ყველა პროცესს ზედამხედველობას უწევს ფინანსური განყოფილების უფროსი და ის არის პასუხისმგებელი ფინანსური გეგმის საბოლოო ვერსიის მომზადებაზე, თუმც, ის ამ საქმეში მარტო არ არის, მისი ინფორმაციის წყაროს წარმოადგენენ გუნდის სხვა წევრები.

დაჰყავით მოსწავლეები ჯგუფებად, შეგიძლიათ გამოიყენოთ ჯგუფების იგივე შემადგენლობა, სთხოვეთ, შეავსონ დანართი 6-5,-ში მოცემული ფინანსური ფორმები . შაბლონების მიხედვით, მოამზადეთ დაგეგმილი მოგება-ზარალისა და ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისები და ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზი.

ხიბლის ბანთან ერთად, საფინანსო განყოფილების უფროსი აჯამებს ყველა ფინანსურ ინფორმაციას და ამბობს, თუ რისი ტოლია მოგება ჩადებულ ინვესტიციებთან მიმართებაში, რომელიცაა - მოგება გაყოფილი / წამოწყების ბიუჯეტის საჭირო თანხაზე. კარგი იქნება სხვა ფინანსურ კოეფიციენტებსაც თუ დათვლის, მაგალითად, როგორიცაა:

მოგება/გაყიდვებზე = მოგების მარჟა

მთლიანი მოგება / გაყიდვებზე = მთლიანი მოგების მარჟა

ოპერაციული მოგება / გაყიდვებზე = ოპერაციული მოგების მარჟა

დავალება: მნიშვნელოვანია, ამ თავის გაკვეთილების დაწყებამდე , მოსწავლეებს უთხრათ, გაეცნონ სხვადასხვა სახის მასალას. მაგალითად: ბიზნესგეგმაზე მუშაობის დაწყებამდე. უყურონ ვიდეოს ბიზნესგეგმის შესახებ ან წაიკითხონ მასალა ამ საკითხის გარშემო, რომელიც ინტერნეტში მრავლად არის განთავსებული. მათ შეუძლიათ გამოიყენონ www.google.com, www.youtube.com, ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს ვებ-გვერდი www.jag.ge და ელექტრონული სახელმძღვანელო სადაც დამხმარე მასალებია განთავსებული.

ბლოგინგი

მოსწავლეებს დაავალეთ წაიკითხონ ბლოგი - გადასახადების ტიპები და იქვე დაუწერონ კომენტარები და კითხვები. https://ekagegshidzeblog.blogspot.com/

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების“ აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები);

- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიანტერესა);
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება).

ეს სამი კითხვა აძლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცა): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად“ - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

ტერმინთა განმარტებები

აქტივები (Assets) - კომპანიის მფლობელობაში არსებული რესურსები (ფული, მარაგები, აღჭურვილობა და სხვა) .

აუთსორსინგი / გარე რესურსირება (Outsourcing) - გარე მიმწოდებლისგან მომსახურების ან წარმოებისთვის საჭირო კომპონენტის შეძენა, მისი თავად წარმოების ნაცვლად.

ბაზარი (Market) - გარემო, სადაც ხორციელდება პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვა და მომხმარებლები იღებენ შეძენის გადაწყვეტილებას.

ბაზრის კვლევა (Market Research) - მომხმარებლების, მოთხოვნისა და კონკურენციის შესასწავლად მონაცემების შეგროვებისა და ანალიზის პროცესი.

ბიზნესგეგმა (Business Plan) - ოფიციალური წერილობითი დოკუმენტი, რომელიც აღწერს კომპანიის მიზნებს, საქმიანობის გზებს, საჭირო რესურსებსა და ფინანსურ გათვლებს.

ბიზნესკანვას მოდელი (Business Model Canvas) - ბიზნესგეგმის ლაკონიური ალტერნატივა, სადაც ერთ გვერდზეა წარმოდგენილი კომპანიის ძირითადი ელემენტები.

ბიუჯეტი (Budget) - შემოსავლებისა და ხარჯების განზოგადებული გეგმა დროის განსაზღვრული პერიოდისთვის.

ბიუჯეტირება (Budgeting) - ბიუჯეტის დაგეგმვისა და მომზადების პროცესი.

ბონუსი / პრემია (Bonus) - ხელფასზე დანამატი კარგად შესრულებული სამუშაოსთვის.

დებიტორები (Debtors / Accounts Receivable) - პირები ან ორგანიზაციები, რომლებსაც კომპანიის მიმართ აქვთ ფინანსური ვალდებულება.

დაინტერესებული მხარეები (Stakeholders) - პირები ან ჯგუფები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან კომპანიის საქმიანობით.

ღირებულების ჯაჭვი (Value Chain) - პროცესების თანმიმდევრობა, რომლის შედეგად რესურსები გარდაიქმნება პროდუქტად და იქმნება დამატებითი ღირებულება.

ზარალი (Loss) - მდგომარეობა, როდესაც ხარჯები აღემატება შემოსავლებს.

ზღვრული მოგება (Contribution Margin) - გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი ცვალებადი ხარჯების გამოკლების შემდეგ.

ინვესტორებთან კომუნიკაცია (Investor Communication) - ბიზნესგეგმის გამოყენება პოტენციურ ინვესტორებთან მოლაპარაკებებისას.

კაპიტალი (Capital / Equity) - სხვაობა კომპანიის აქტივებსა და ვალდებულებებს შორის.

კრედიტორები (Creditors / Accounts Payable) - პირები ან ორგანიზაციები, ვისი ვალიც კომპანიას აქვს.

მარაგები (Inventory) - ნედლეული, გადამუშავების პროცესში მყოფი და მზა პროდუქცია, რომელსაც კომპანია ფლობს.

მარკეტინგული გეგმა (Marketing Plan) - მარკეტინგული აქტივობების თანმიმდევრული გეგმა.

მარკეტინგული სტრატეგია (Marketing Strategy) - გეგმა, რომელიც განსაზღვრავს, როგორ მიაღწევს კომპანია მომხმარებლამდე და გაზრდის გაყიდვებს.

მედია (Media) - საკომუნიკაციო არხები ინფორმაციის ფართო აუდიტორიამდე მისატანად.

მისია (Mission) - კომპანიის არსებობის ძირითადი მიზანი და დანიშნულება.

მოგება (Profit) - შემოსავლის მეტობა ხარჯებზე.

მოგება-ზარალის ანგარიში (Profit and Loss Statement / Income Statement) - დოკუმენტი, რომელიც აჩვენებს კომპანიის შემოსავლებს, ხარჯებსა და ფინანსურ შედეგს.

ნაღდი ფულის ბალანსი (Cash Balance) - კომპანიის ხელთ არსებული ფულის ოდენობა კონკრეტული თარიღისთვის.

ნაღდი ფულის მოძრაობა (Cash Flow) - კომპანიაში ფულის შემოსვლისა და გასვლის პროცესი კონკრეტულ პერიოდში.

ნედლეული (Raw Materials) - მასალა, რომელიც გამოიყენება პროდუქციის დასამზადებლად.

ნულოვანი მოგების წერტილი / წაუგებლობის წერტილი (Break-even Point) - დონე, სადაც შემოსავალი ზუსტად ფარავს ხარჯებს.

ოვერდრაფტი (Overdraft) - ბანკის ანგარიშზე უარყოფითი ბალანსი.

ორგანიზაციული სტრუქტურა (Organizational Structure) - კომპანიაში როლებისა და პასუხისმგებლობების განაწილების სქემა.

პროდუქტი ან მომსახურება (Product or Service) - საქონელი ან საქმიანობა, რომელსაც კომპანია სთავაზობს მომხმარებელს.

პროგნოზირება (Forecasting) - მომავალი შედეგების წინასწარი შეფასება არსებული მონაცემების საფუძველზე.

პირდაპირი გაყიდვები (Direct Sales) - მომხმარებლისთვის საქონლის უშუალოდ მიყიდვა.

საწარმოო ხარჯები (Production Costs) - ყველა ხარჯი, რომელიც საჭიროა პროდუქტის წარმოებისთვის.

სოციალური ბიზნესკანვას მოდელი (Social Business Model Canvas) - ბიზნესკანვას მოდელი, რომელიც ფოკუსირებულია სოციალურ გავლენაზე.

სწავლება და გადამზადება (Training and Development) - კომპანიის წევრების ცოდნისა და უნარების განვითარება.

ფიქსირებული ხარჯები (Fixed Costs) - ხარჯები, რომლებიც არ არის დამოკიდებული წარმოების მოცულობაზე.

ფინანსური გეგმა (Financial Plan) - შემოსავლების, ხარჯებისა და ფულადი ნაკადების დაგეგმვა.

ფინანსური მოთხოვნები (Financial Requirements) - ფინანსური რესურსები, რომლებიც საჭიროა კომპანიის საქმიანობისთვის.

ცვალებადი ხარჯები (Variable Costs) - ხარჯები, რომლებიც იცვლება წარმოებული პროდუქციის რაოდენობის მიხედვით.

ხარისხი (Quality) - პროდუქტის ან მომსახურების შესაბამისობა მომხმარებლის მოლოდინებთან.

ჯანმრთელობა და უსაფრთხოება (Health and Safety) - წესები და ღონისძიებები უსაფრთხო სამუშაო გარემოს უზრუნველსაყოფად.

ხარჯთაღრიცხვა (Cost Estimation / Costing) - დანახარჯების მიახლოებითი შეფასება.

უნიკალურობა (Uniqueness / Unique Value) - პროდუქტის ან მომსახურების თვისება, რომელიც მას კონკურენტებისგან განასხვავებს.

ყუა (Stub / Counterfoil) - ბილეთის, ქვითრის ან სერტიფიკატის ნაწილი, რომელიც ინახება ჩანაწერების წარმოებისთვის.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე (ფაქტობრივი აღქმა, საწყისი გაგება)

საჭიროება

- რატომ სჭირდება ყველა ახალ საწარმოს ბიზნესგეგმა?
- რა არის ფული ბიზნესისთვის?

იდეა

- რას აღწერს ბიზნესგეგმა ერთი წინადადებით?

პროექტი

- რას ემსახურება ფინანსური გეგმა ბიზნესგეგმაში?

ღვაწლი

- ვინ შეიძლება დაეხმაროს გუნდს ბიზნესგეგმის მომზადებაში?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რას ნიშნავს შენთვის „კარგად დაგეგმილი ბიზნესი“?

2. უნისტრუქტურული დონე (ერთი ასპექტის გააზრება)

საჭიროება

- დაასახელე ერთი ძირითადი რესურსი, რომელსაც ბიზნესგეგმა ითვალისწინებს.
- რატომ არის დრო შეზღუდული რესურსი ბიზნესის დაგეგმვისას?

იდეა

- რა ერთი შესაძლებლობა ჩნდება კარგად მომზადებული ბიზნესგეგმის არსებობისას?
- რატომ უნდა აირჩიოს კომპანიამ ბიზნესგეგმა და არა მხოლოდ იდეა?

პროექტი

- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ ბიზნესგეგმა წერილობითი დოკუმენტი იყოს?
- რა როლი აქვს ბიუჯეტს პროექტის რეალისტურობაში?

ღვაწლი

- რა არის ერთი კონკრეტული ქმედება, რომელიც მოსწავლემ უნდა შეასრულოს ბიზნესგეგმის მომზადებისას?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- როგორ შეიძლება კარგი ფინანსური დაგეგმვა დაეხმაროს კომპანიას გაკოტრების თავიდან აცილებაში?

3. მულტისტრუქტურული დონე (რამდენიმე ელემენტის ჩამოთვლა)

საჭიროება

ჩამოთვალე მინიმუმ 3 რესურსი, რომელიც ბიზნესგეგმაში უნდა აისახოს.

- ჩამოთვალე 2 შეზღუდულობა, რომელიც შეიძლება ბიზნესის განხორციელებას უშლიდეს ხელს.

იდეა

- ჩამოთვალე ალტერნატიული გზები, როგორ შეიძლება ბიზნესგეგმის წარმოდგენა (ბიზნესგეგმა vs ბიზნესკანვასი).
- რა გადაწყვეტილებებს იღებს გუნდი ბიზნესგეგმის შედგენისას?

პროექტი

- ჩამოთვალე ბიზნესგეგმის ძირითადი ნაწილები.
- რა ფინანსურ დოკუმენტებს მოიცავს საფინანსო გეგმა (MD1, MD2, MD3)?

ღვაწლი

- ჩამოთვალე 3 განსხვავებული პასუხისმგებლობა, რაც გუნდს აქვს ბიზნესგეგმის მომზადებისას.

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რა შედეგები შეიძლება ჰქონდეს სწორ ან არასწორ ფინანსურ დაგეგმვას: ეკონომიკურად? ორგანიზაციულად? გრძელვადიან პერსპექტივაში?

4. მიმართებითი დონე (კავშირების გააზრება)

საჭიროება

- როგორ უკავშირდება რესურსების შეზღუდულობა ბიზნესგეგმის შინაარსსა და მასშტაბს?

იდეა

- როგორ ეხმარება ბიზნესგეგმა გუნდს ალტერნატივებს შორის სწორი გადაწყვეტილების მიღებაში?
- რატომ შეიძლება ინვესტორმა მოითხოვოს დეტალური ბიზნესგეგმა?

პროექტი

- როგორ უკავშირდება ერთმანეთს: ბიზნესიდეა - ფინანსური გეგმა - ნაღდი ფულის მოძრაობა -ნულოვანი მოგების წერტილი?
- როგორ გამოიყენება ინდიკატორები (მოგება, ზარალი, ფულადი ბალანსი) პროექტის შეფასებაში?
- ღვაწლი
- როგორ აისახება გუნდის თითოეული წევრის შრომა ფინანსური გეგმის სიზუსტესა და სანდოობაზე?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ ბიზნესმა შედეგი შეაფასოს არა მხოლოდ მოგებით, არამედ სტაბილურობით?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე (განზოგადება და ტრანსფერი)

საჭიროება

- როგორ გამოიყენებ ბიზნესგეგმის შედგენის გამოცდილებას მომავალში (სხვა პროექტში ან რეალურ ბიზნესში)?

იდეა

- როგორ შეიძლება ბიზნესგეგმა გახდეს ცვლილებებისა და ინოვაციების მართვის ინსტრუმენტი?

პროექტი

- წარმოიდგინე, რომ იწყებ ახალ საწარმოს — როგორ დაგეგმავ ფინანსებს ისე, რომ თავიდან აიცილო კრიზისი?

ღვაწლი

- რა პიროვნული უნარები განავითარე ბიზნესგეგმის მომზადების პროცესში?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- როგორ უწყობს ხელს ფინანსურად დაგეგმილი ბიზნესი მდგრად განვითარებას საზოგადოებისა და ეკონომიკის დონეზე?

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს რომელსაც ეთანხმება. ასევე შესაძლებელია გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები.

1. საჭიროება (რესურსი, შეზღუდულობა)

☐ მესმის, რატომ სჭირდება ბიზნესს ფინანსური რესურსები
☐ შემიძლია დავასახელო მინიმუმ სამი რესურსი, რომელიც ბიზნესგეგმაში უნდა იყოს გათვალისწინებული
☐ ვხვდები, რომ რესურსები შეზღუდულია და საჭიროა პრიორიტეტების განსაზღვრა
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს რესურსების სიმცირე ბიზნესგეგმის მოცულობასა და მიზნებზე
☐ შემიძლია დავაკავშირო რესურსების ეფექტიანი გამოყენება მდგრად შედეგთან

2. იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილების მიღება)

☐ მესმის, რომ კარგი იდეა საჭიროებს დასაბუთებას
☐ შემიძლია ავხსნა, რატომ შეირჩა ჩემი ბიზნესიდეა სხვა ალტერნატივებთან შედარებით
☐ ვხვდები, რომ ბიზნესგეგმა ეხმარება სწორი გადაწყვეტილებების მიღებაში
☐ მესმის, რომ არჩევანს აქვს ფინანსური და გრძელვადიანი შედეგები
☐ შემიძლია იდეის შეფასება რეალისტურობისა და მდგრადობის მიხედვით

3. პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი, ბიუჯეტი)

☐ მესმის, რატომ სჭირდება ბიზნესიდეას დეტალური გეგმა
☐ შემიძლია განვასხვავო შემოსავლები და ხარჯები
☐ ვიცი, რომ ფინანსური შედეგები იზომება კონკრეტული ინდიკატორებით
☐ მესმის ბიუჯეტის როლი პროექტის დაგეგმვასა და კონტროლში
☐ შემიძლია შევაფასო პროექტის ფინანსური მდგრადობა

4. ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)

☐ აქტიურად ვიყავი ჩართული ბიზნესგეგმის მომზადებაში
☐ დროულად ვასრულებდი ჩემს პასუხისმგებლობებს

☐ ვავლენდი ინიციატივას ფინანსურ და ორგანიზაციულ საკითხებში
☐ მესმის, როგორ აისახება ჩემი ქმედება გუნდის შედეგზე
☐ ვხვდები, რომ თანამშრომლობა აუცილებელია ფინანსური წარმატებისთვის

5. შედეგი (მდგრადი განვითარება)
☐ მესმის, რომ წარმატება არ იზომება მხოლოდ მოგებით
☐ ვხვდები, როგორ შეიძლება ფინანსური სტაბილურობა უზრუნველყოფდეს ბიზნესის გაგრძელებას
☐ მესმის გრძელვადიანი შედეგების მნიშვნელობა
☐ შემიძლია განვასხვავო მოკლევადიანი ფინანსური მოგება და მდგრადი განვითარება
☐ ვხვდები, როგორ შეიძლება ფინანსურმა ცოდნამ დადებითად იმოქმედოს საზოგადოებაზე

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

1. რას ემსახურება ბიზნესგეგმა?
ა. მხოლოდ იდეის აღწერას
ბ. ბიზნესის დაგეგმვას და შეფასებას
გ. მხოლოდ ფინანსურ ანგარიშს
დ. რეკლამას

სწორი პასუხი: ბ

2. რომელი არის ფინანსური რესურსი?
ა. იდეა
ბ. დრო
გ. მოტივაცია
დ. პასუხისმგებლობა

სწორი პასუხი: ბ

3. რას ნიშნავს ბიუჯეტი?
ა. ხარჯების სია
ბ. შემოსავლების სია
გ. შემოსავლებისა და ხარჯების დაგეგმვა
დ. მოგება

სწორი პასუხი: გ

4. რას ნიშნავს მოგება?
ა. ყველა შემოსავალი
ბ. შემოსავალი - ხარჯები
გ. ბიუჯეტი
დ. ინვესტიცია

სწორი პასუხი: ბ

5. რატომ ითვლება ფული შეზღუდულ რესურსად?
ა. რადგან ყოველთვის საკმარისია
ბ. რადგან უსასრულოა
გ. რადგან ყველა საჭიროების დაფინანსება შეუძლებელია
დ. რადგან ბანკში ინახება

სწორი პასუხი: გ

6. რომელი არის ფინანსური ინდიკატორი?
ა. იდეის ორიგინალობა
ბ. გაყიდვების რაოდენობა
გ. გუნდის კომუნიკაცია
დ. პასუხისმგებლობა

სწორი პასუხი: ბ

7. რას ნიშნავს ნულოვანი მოგების წერტილი?
ა. მოგების მაქსიმუმი
ბ. ზარალი
გ. როცა შემოსავალი უდრის ხარჯებს
დ. ინვესტიციის დაბრუნება

სწორი პასუხი: გ

8. რატომ არის მნიშვნელოვანი ფინანსური მონიტორინგი?
ა. დროის დასაკარგად
ბ. მხოლოდ საბოლოო ანგარიშისთვის

გ. პრობლემების დროულად აღმოსაჩენად
დ. ფორმალობისთვის

სწორი პასუხი: გ

9. რომელი ქმედება არის პასუხისმგებლიანი?
ა. დაუგეგმავი ხარჯი
ბ. ხარჯების დაფიქსირება
გ. ბიუჯეტის იგნორირება
დ. მონაცემების დამალვა

სწორი პასუხი: ბ

10. ფინანსური მდგრადობა ნიშნავს:
ა. სწრაფ მოგებას
ბ. ვალის დაგროვებას
გ. სტაბილურ და გრძელვადიან ფინანსურ მართვას
დ. ხარჯების ზრდას

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

11. რა განსხვავებაა შემოსავალსა და მოგებას შორის?
12. რატომ უნდა დაიგეგმოს ხარჯები წინასწარ?
13. ჩამოთვალე 3 ფინანსური რესურსი.
14. რას ნიშნავს ფინანსური დისციპლინა?
15. რატომ არის მნიშვნელოვანი ფინანსური მდგრადობა?
16. გუნდს არ ჰყოფნის თანხა ყველა აქტივობისთვის.
    ა) რა პრობლემაა?
    ბ) რომელი გადაწყვეტილება უნდა მიიღონ?
    გ) რა შედეგი ექნება სწორ არჩევანს?

17. კომპანიამ მიიღო მცირე მოგება, მაგრამ არ აქვს ვალი.
    ა) რატომ შეიძლება ჩაითვალოს ეს წარმატებად?
    ბ) როგორ უკავშირდება ეს მდგრად განვითარებას?

18. ფასის შერჩევა. გუნდს უნდა, რომ დაადგინოს პროდუქტის ფასი. არსებობს ორი ვარიანტი: 1. დაბალი ფასი - მეტი გაყიდვა; 2. მაღალი ფასი - ნაკლები გაყიდვა, მეტი მოგება ერთეულზე
    კითხვები:
    ჩამოთვალე ორი ფაქტორი, რაც ფასის არჩევისას უნდა გაითვალისწინონ.
    რა ალტერნატივებს შორის უწევს გუნდს არჩევანის გაკეთება?
    რატომ არის ფასის არჩევა გადაწყვეტილება და არა შემთხვევითი ქმედება?

19. ბიუჯეტის გადაჭარბება. რეალურმა ხარჯებმა გადააჭარბა დაგეგმილ ბიუჯეტს.
    კითხვები:
    რომელი ნაწილი ვერ იმუშავა სწორად – გეგმა, შეფასება თუ კონტროლი?
    რა ორი ქმედება უნდა განახორციელოს გუნდმა მდგომარეობის გამოსასწორებლად?
    რომელი ინდიკატორით შეამოწმებთ, გაუმჯობესდა თუ არა სიტუაცია?

20. ფინანსური პასუხისმგებლობა. ერთ-ერთმა წევრმა დაუგეგმავად დახარჯა თანხა და გუნდს არ შეატყობინა.
    კითხვები:
    რა პრობლემას ქმნის ეს ქმედება გუნდისთვის?
    რომელი პასუხისმგებლობა დაირღვა?
    რა უნდა გააკეთოს გუნდმა, რომ მომავალში მსგავსი შემთხვევა არ განმეორდეს?

21. შედეგი და მდგრადობა. მინიკომპანიამ მიიღო მცირე მოგება, მაგრამ კარგად გააკონტროლა ხარჯები და არ დაუგროვდა ვალი.
    კითხვები:
    რატომ შეიძლება ჩაითვალოს ეს შედეგი წარმატებულად?
    რა გრძელვადიანი სარგებელი აქვს ასეთ ფინანსურ მიდგომას?

[მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები]

თავი VII. შესყიდვები, წარმოება და გაყიდვები

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ განმარტავს ნედლეულის შესყიდვის, წარმოებისა და რეალიზაციის ძირითად ეტაპებს მინიკომპანიის საქმიანობაში;
- ✓ ასხვავებს წარმოებასა და მწარმოებლურობას და ხსნის მათ მნიშვნელობას ბიზნესის ეფექტიანობისთვის;
- ✓ ახდენს ნედლეულის შესყიდვას, პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციას დადგენილი პროცედურებისა და ფორმების გამოყენებით;
- ✓ იყენებს გაყიდვების ძირითად ტექნიკებს პროდუქტის ან მომსახურების მომხმარებლისთვის შეთავაზებისას;
- ✓ აანალიზებს მომხმარებლის საჭიროებებსა და პროდუქტის/მომსახურების მახასიათებლებს გაყიდვების პროცესის გასაუმჯობესებლად;
- ✓ აანალიზებს წარმოების პროცესში გამოყენებულ რესურსებს (დრო, მასალები, შრომა) და მათ გავლენას შედეგზე.
- ✓ აფასებს დაგეგმილი გაყიდვების პროგნოზებს/გეგმებს ფაქტიურ შედეგებთან შედარებით;
- ✓ ამონიტორინგებს წარმოების პროცეს და აფასებს პროდუქციის ხარისხს დადგენილი კრიტერიუმების მიხედვით;
- ✓ ამზადებს გაყიდვების გეგმას/პროგნოზს განსაზღვრული სამიზნე მომხმარებლისთვის;
- ✓ ქმნის წინადადებებს წარმოების პროცესის გაუმჯობესებისა და მწარმოებლურობის ზრდის მიზნით.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

სწავლის დასრულების შემდეგ, მოსწავლე ავითარებს მეწარმეობრივ, ოპერაციულ, ფინანსურ და კომუნიკაციურ უნარებს, რაც მას საშუალებას აძლევს დაგეგმოს, აწარმოოს და რეალიზაცია გაუკეთოს პროდუქტს ან მომსახურებას, აკონტროლოს პროცესები და მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილებები რეალურ ბიზნესსიტუაციებში.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

გაყიდვები, გაყიდვების გეგმა, გაყიდვების პროგნოზირება, გაყიდვების დასრულება, წარმოება, მწარმოებლურობა, წარმოების პროცესი, წარმოების მონიტორინგი, ხარისხის კონტროლი, შესყიდვები, მომწოდებელი, ნედლეული, აუთსორსინგი (გარერესურსირება), კვლევა, მომხმარებლის საჭიროებები, მარკეტინგული სტრატეგია, მარაგები, მარაგების აღრიცხვა, ბრუნვა, ფასი, ზედნადები ხარჯები, მუდმივი ხარჯები, ცვალებადი ხარჯები, შემოსავალი, მოგება, ზარალი, მოგება-ზარალის უწყისი, ბიუჯეტირება, ფულადი ნაკადები, ტრანზაქცია, ფინანსური ჩანაწერები, აღრიცხვა, კომისია (საკომისიო), ბონუსი / პრემია, უნარ-ჩვევები, შესაძლებლობა.

სავარაუდო დრო: 26 აკადემიური საათი (დამატებით 4 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- შრომა ყველაფერს ამარცხებს. (ქართული ანდაზა)
- რაც კარგად არის გაკეთებული, უკვე ნახევრად გაყიდულია. (ხალხური სიბრძნე, ხშირად გამოყენებული ბიზნესკონტექსტში)
- ნაყოფი ფასდება არა დაპირებით, არამედ შედეგით.
- საქმე სიტყვაზე ხმამაღლა ლაპარაკობს. (ქართული ანდაზა)
- ქაოსი ძვირი ღირს, ორგანიზება კი ზოგავს რესურსს. (თანამედროვე მენეჯერული აფორიზმი)
- თუ პროცესი არ იმართება, შედეგი შემთხვევითია. (მენეჯმენტის პრაქტიკული სიბრძნე)
- არა შრომის რაოდენობა, არამედ მისი გონივრული გამოყენებაა წარმატების საფუძველი. (ადაპტირებული კლასიკური აზრი)
- ხარისხი მაშინ ჩნდება, როცა ვინმე უყურებს - და მაშინაც, როცა არავინ უყურებს. (ხშირად მიეწერება ჰენრი ფორდს)
- ის, რასაც არ ზომავ, ვერ გააუმჯობესებ.
- კარგი პროდუქტი რეკლამას არ ითხოვს, ცუდს - ვერ უშველის. (ხალხური ბიზნეს-სიბრძნე)
- ხალხი არ ყიდულობს პროდუქტს - ისინი ყიდულობენ სარგებელს. (თანამედროვე მარკეტინგული აზრი)
- გაყიდვა იწყება მოსმენით და არა ლაპარაკით. (გაყიდვების პრაქტიკული აფორიზმი)
- კმაყოფილი მომხმარებელი საუკეთესო რეკლამაა. (ბიზნესის კლასიკური პრინციპი)
- ფული ითვლის იმას, რასაც შენ ითვლი. (თანამედროვე ფინანსური აფორიზმი)
- რაც არ იწერება, თითქოს არც მომხდარა. (აღრიცხვის სფეროში ფართოდ გამოყენებული სიბრძნე)
- მოგება შემთხვევით არ მოდის - ის სწორად აღრიცხული გადაწყვეტილებების შედეგია. (მეწარმეობრივი აფორიზმი)
- ისწავლე კეთებით - შეცდომაც გამოცდილებაა. (სასკოლო მეწარმეობის ფილოსოფია)
- პატარა კომპანია საუკეთესო სკოლაა დიდი ცხოვრებისათვის. (მინიკომპანიის იდეის თავისუფალი ინტერპრეტაცია)
- დღეს თამაშია, ხვალ რეალური ბიზნესი. (მოტივაციური ფრაზა მოსწავლეებისთვის)

მიმოხილვა

მოცემული თავი წარმოადგენს მეწარმეობის სასკოლო პროგრამის ერთ-ერთ ყველაზე პრაქტიკულად ორიენტირებულ ნაწილს, რომლის ფარგლებში, მოსწავლეები რეალურ გარემოსთან მაქსიმალურად მიახლოებულ პირობებში ახორციელებენ პროდუქციის ან მომსახურების შექმნას, რეალიზაციასა და ფინანსური ჩანაწერების წარმოებას. აღნიშნული თავი ემსახურება მოსწავლეებში მეწარმეობრივი აზროვნების, პასუხისმგებლობისა და ორგანიზაციული უნარების ჩამოყალიბებას.

მოდულის განხორციელების პროცესში, მოსწავლეები მუშაობენ მინიკომპანიის მოდელის მიხედვით, რაც გულისხმობს საწარმოს ძირითადი ფუნქციური მიმართულებების, - შესყიდვების, წარმოების, გაყიდვებისა და ფინანსური აღრიცხვის, - ურთიერთდაკავშირებულ მართვას. მიუხედავად იმისა, რომ თითოეული მინიკომპანია განსხვავდება ერთმანეთისგან პროდუქტის ტიპით, მასშტაბითა და ორგანიზაციული სტრუქტურით, წარმოების პროცესები შესაძლოა მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდეს. თუმცა, ნებისმიერი საქონლისა თუ მომსახურების შემთხვევაში, აუცილებელია ნედლეულის ან რესურსების უზრუნველყოფა, საწარმოო პროცესის დაგეგმვა და ორგანიზება, გაყიდვების ეფექტიანი მართვა და შედეგების ფინანსური აღრიცხვა.

თავში წარმოდგენილია ის ძირითადი პრინციპები და პრაქტიკული ნაბიჯები, რომლებიც მოსწავლეებს დაეხმარება წარმოების პროცესის სწორად დაგეგმვაში, რესურსების ეფექტიან გამოყენებაში და საბოლოო პროდუქტის ბაზარზე წარმატებით გატანაში. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა წარმოებისა და გაყიდვების ურთიერთკავშირს, აგრეთვე, ფინანსური ჩანაწერების მნიშვნელობას გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში.

მოცემული თავი აერთიანებს წარმოებისთვის, გაყიდვებისა და ფინანსური აღრიცხვისთვის აუცილებელ თეორიულ და პრაქტიკულ ცოდნას, რაც მოსწავლეებს საშუალებას აძლევს, გააცნობიერონ ბიზნესის ფუნქციონირება მთლიანობაში და არა ცალკეულ, ერთმანეთისგან მოწყვეტილ აქტივობებად.

თავთან ერთად, წარმოდგენილია დამხმარე მასალები, დანართების სახით, სადაც დეტალურად არის აღწერილი ყველა ის ფორმა, პროცედურა და ინსტრუქცია, რომელიც საჭიროა შესყიდვების, წარმოების, მარაგების, გაყიდვებისა და ფინანსური ოპერაციების სწორად აღრიცხვისთვის. მოდულის წარმატებით განხორციელებისთვის განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია, რომ მოსწავლეებმა ზედმიწევნით დაიცვან დანართებში მოცემული ინსტრუქციები და ეტაპობრივად იმოქმედონ დადგენილი წესების შესაბამისად.

თავის დასრულებისას, მოსწავლეები არა მხოლოდ აწარმოებენ კონკრეტულ პროდუქტს ან მომსახურებას, არამედ ახორციელებენ წარმოების პროცესის მონიტორინგს, აფასებენ პროდუქციის ხარისხს, გეგმავენ და მართავენ გაყიდვებს, აყალიბებენ გაყიდვების სტრატეგიას და აწარმოებენ ფინანსურ ჩანაწერებს. აღნიშნული გამოცდილება ხელს უწყობს მათში პრაქტიკული მეწარმეობრივი კომპეტენციების განვითარებას და ამზადებს მათ, როგორც მომავალი ეკონომიკური საქმიანობისთვის, ისე ყოველდღიურ ცხოვრებაში ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მისაღებად.

მეცადინეობების მსვლელობა

ჯამში ამ მოდულს ეთმობა 26 აკადემიური საათი. მნიშვნელოვანია, რომ თავის ყველა დანართი შევსებული იყოს ზედმიწევნით. თუ ჯგუფში რამდენიმე იდეაზე მუშაობენ, ყველა იდეისთვის ცალ-ცალკე უნდა მომზადდეს შესაბამისი ფაილები.

ხდება პროდუქციის წარმოება და მოსწავლეთა მომზადება პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციაში. გაკვეთილებზე ტარდება ტრენინგი გაყიდვებისა და წარმოების კუთხით. ასევე, ივსება ფორმები მთელი კვირის განმავლობაში შესრულებული სამუშაოების შესახებ.

შენიშვნა: შესაძლებელია აქ მოახდინოთ კომპლექსური ამოცანის, აქტივობა 8-1-ს განხილვა, რომლის შესაბამისად, ახლაგაზრდები თავის კომპანიაში მოახდენენ პროცესების ორგანიზებას.

1. წარმოება.

მოსწავლეებმა უნდა იმსჯელონ პროდუქციის წარმოების ტექნოლოგიაზე და დაგეგმონ ნედლეულისა და მასალების შეძენა. სახლში დაამზადონ პროდუქცია, წარმოებაში შეიძლება ჩართული იყოს მხოლოდ რამდენიმე მოსწავლე. ასევე, შესაძლებელია სკოლის ხელმძღვანელობას სთხოვოთ ფართის გამოყოფა საწარმოო პროცესისათვის.

2. ბიზნესგეგმის გადახედვა

მათ აქვთ უკვე მომზადებული ბიზნესგეგმები, რაც ფაქტობრივად მათი გზამკვლევია მოქმედებისთვის ,თუმცა კარგი იქნება, კიდევ ერთხელ გადახედონ მას.

3. მარკეტინგის დეპარტამენტის და მარკეტინგული აქტივობების გეგმა.

მოსწავლეებმა უკვე იციან, რა არის მარკეტინგი, ასევე, აქვთ ბიზნესგეგმა. ახლა მარკეტინგის განყოფილების უფროსმა უნდა მოახდინოს ზედამხედველობა მარკეტინგული სტრატეგიის განხორციელებაზე.

4. ფინანსური გეგმა.

ფინანსური გეგმა ბიზნესგეგმის მნივშნელოვანი ნაწილია. ზოგადად, ფინანსებს უწოდებენ სისხლს კომპანიაში. ასე რომ, მნიშნელოვანია რაოდენობრივი და ფინანსური ჩანაწერების წარმოება

5. კომპანიის ოპერირება, პროდუქციის წარმოება და რეალიზაცია, გაყიდვების ორგანიზება, კომპანიის ფინანსური და ოპერაციული საქმიანობის წარმართვა.

ეს არის ამ თავის ყველაზე მნიშნელოვანი ნაწილი, აქ ახალგაზრდები გადადიან აქტივობაზე, მოსწავლეები აწარმოებენ პროდუქციას ან მომსახურებას, ახდენენ მის რეალიზაციას, აწარმოებენ დოკუმენტაციას, ამზადებენ ანგარიშებს და უწყისებს. დოკუმენტების მოსამზადებლად გამოიყენეთ მოსწავლეთა წიგნიდან შემდეგი მასალები: დანართი 7-1

ოპერაციების აღრიცხვის ფორმები, სადაც განთავსებულია OPS1, OPS2 და OPS3 ფორმები, დანართი 7-2, სადაც განთავსებულია გაყიდვების აღრიცხვის და პროგნოზირების ფორმები: SAL1, SAL2 და SAL3; დანართი 6-3: მოემზადე გაყიდვებისთვის; დანართი 6-4 არის აქტივობის აღრიცხვის ჟურნალი .

დავალება: ამ თავის დაწყებამდე, მოსწავლეებს სთხოვეთ გაეცნონ სხვადასხვა მასალას. მაგალითად, ურჩიეთ, უყურონ ვიდეოს წარმოების, გაყიდვების, რეკლამირების შესახებ ან წაიკითხონ ამ საკითხის გარშემო მასალა, რომელიც ინტერნეტში მრავლად არის განთავსებული. მათ შეუძლიათ გამოიყენონ www.google.com, www.youtube.com, ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს ვებ-გვერდი www.jag.ge .

თავის შეჯამება:

არ გამოტოვოთ „შეჯამების“ აქტივობა. ეს არის ის ეტაპი, რომელიც მოსწავლეს ეხმარება შეკრას ცოდნა, აღადგინოს სასწავლო გზის ლოგიკა და გადააქციოს მიღებული ინფორმაცია პირად გამოცდილებად. თავის ბოლოს შესრულებული მოკლე, მაგრამ მიზანმიმართული რეფლექსია ხელს უწყობს ინფორმაციის უკეთ გააზრებასა და დამახსოვრებას და წინასწარ ამზადებს ნიადაგს შემდეგი თავებისთვის.

თავის შეჯამებისას, მოსწავლე ამ სამ კითხვას სცემს პასუხს:

- რა ვისწავლე? (საკვანძო იდეები, ტერმინები, უნარები)
- რა კითხვები მაქვს? (ბუნდოვანი წერტილები, სად მჭირდება განმარტება/მაგალითი და ამ თავში არ დაწერილი თუმცა ამის სწავლისას რამ დამიანტერსა)
- რა უნდა ვისწავლო შემდეგ? (შემდეგი ნაბიჯი, გაღრმავება, პრაქტიკული გამოყენება)

ეს სამი კითხვა ამლიერებს თვითგააზრებასა და საკუთარი სწავლების მართვას (მეტაკოგნიცა): მოსწავლე ხედავს პროგრესს, აფიქსირებს გასაუმჯობესებელ არეებს და გეგმავს შემდგომ ნაბიჯს.

ამ სავარჯიშოს ეფექტიანობა პირდაპირაა დაკავშირებული მასწავლებლის ხელოვნებასთან: როგორ აარჩევს ფორმას, როგორ დააყენებს ფოკუსს და როგორ გადააქცევს შეჯამებას თვითგააზრების „ლაკმუსად“ - ინდიკატორად, რომელიც ასახავს რამდენად გაითავისა კლასმა მასალა და სად არის საჭირო განმტკიცება.

ეს აქტივობა ამთავრებს თემას, აჩენს ცოდნის სტრუქტურას და გადადის შემდეგ ნაბიჯზე გაცნობიერებულად.

ტერმინთა განმარტებები

ანგარიშგება (Reporting) - პროცესი, რომლის დროსაც მზადდება ზეპირი ან წერილობითი ანგარიშები წარმოების, გაყიდვებისა და ფინანსური შედეგების შესახებ.

აუთსორსინგი / გარეერესურსირება (Outsourcing) - პრაქტიკა, როდესაც კომპანია გარკვეულ ოპერაციებს ან წარმოების ნაწილს უკვეთავს გარე ორგანიზაციას.

ბრუნვა (Turnover) - კომპანიის მიერ კონკრეტულ პერიოდში გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი.

გამოფენა-გაყიდვა (Trade Fair / Sales Exhibition) - ღონისძიება, სადაც კომპანია აჩვენებს და ყიდის საკუთარ პროდუქტს, ასევე ეჯიბრება სხვა მინიკომპანიებს.

გაყიდვები (Sales) - პროცესი, რომლის დროსაც კომპანია მომხმარებელს სთავაზობს და ყიდის საკუთარ პროდუქტს ან მომსახურებას.

გაყიდვების დეპარტამენტი (Sales Department) - სტრუქტურული ერთეული, რომელიც პასუხისმგებელია მომხმარებელთან ურთიერთობასა და გაყიდვების განხორციელებაზე.

გაყიდვების გეგმა (Sales Plan) - წინასწარ შედგენილი დოკუმენტი, რომელიც განსაზღვრავს გაყიდვების მიზნებს, სამიზნე მომხმარებლებს, მეთოდებსა და მოსალოდნელ შედეგებს.

გაყიდვების დასრულება (Closing a Sale) - პროცესი, რომლის დროსაც მომხმარებელი იღებს გადაწყვეტილებას პროდუქტის შეძენაზე და ხდება რეალური გაყიდვა.

გაყიდვების პროგნოზი (Sales Forecast) - ვარაუდი, თუ რამდენი პროდუქტი გაიყიდება და რა შემოსავალს მიიღებს კომპანია კონკრეტულ პერიოდში.

გაყიდვების შემდგომი მხარდაჭერა (After-Sales Support) - ქმედებები, რომლებიც მიმართულია მომხმარებლის კმაყოფილების შენარჩუნებაზე გაყიდვის შემდეგ.

ხარისხი (Quality) - პროდუქტის ან მომსახურების შესაბამისობა მომხმარებლის მოთხოვნებსა და მოლოდინებთან.

ხარისხის კონტროლი (Quality Control) - პრაქტიკული შემოწმებები და ტესტები, რომლებიც ადგენს, აკმაყოფილებს თუ არა პროდუქტი დადგენილ მოთხოვნებს.

ხარისხის მართვა (Quality Management) - სისტემური პროცესი, რომელიც უზრუნველყოფს პროდუქტის ან მომსახურების მუდმივ შესაბამისობას ხარისხის სტანდარტებთან.

ხარისხის სტანდარტები (Quality Standards) - წესები და კრიტერიუმები, რომლებიც განსაზღვრავს პროდუქტის ან მომსახურების ხარისხის მოთხოვნებს.

ლიკვიდაციისთვის მზადება (Preparation for Liquidation) - პროცესი, რომლის დროსაც კომპანია ასრულებს გაყიდვებს, ამთავრებს წარმოებას, ამზადებს ანგარიშებს და საქმიანობის დახურვას.

მარაგები (Inventory) - ნედლეული, ნახევარფაბრიკატები და მზა პროდუქცია, რომელიც კომპანიას აქვს წარმოებისა და გაყიდვებისთვის.

მარაგების აღრიცხვა (Inventory Recording) - პროცესი, რომლის დროსაც ფიქსირდება წარმოებული, გაყიდული და დარჩენილი პროდუქციის რაოდენობა სპეციალურ ფორმებში.

მარაგების მართვა (Inventory Management) - მარაგების დაგეგმვა, აღრიცხვა და კონტროლი, რათა არ წარმოიშვას დეფიციტი ან ზედმეტი დანახარჯი.

მონიტორინგი (Monitoring) - გეგმებისა და რეალური შედეგების რეგულარული შედარება, საჭირო კორექტირებების დროულად განსახორციელებლად.

მომხმარებელთან ურთიერთობა (Customer Interaction) - კომუნიკაცია მომხმარებელთან გაყიდვამდე, გაყიდვის დროს და გაყიდვის შემდეგ.

მომწოდებელი (Supplier) - პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც კომპანიას აწვდის საქონელს, ნედლეულს ან მომსახურებას.

მომწოდებელთა შეფასება (Supplier Evaluation) - პროცესი, რომლის დროსაც ფასდება მომწოდებლის სანდოობა, ფასი, ხარისხი და მიწოდების პირობები.

ოპერაციები (Operations) - ყოველდღიური საქმიანობების ერთობლიობა, რომელიც აუცილებელია პროდუქტის წარმოებისა და მიწოდებისთვის.

ოპერაციული ფორმები (Operational Forms – OPS, SAL) - სტანდარტიზებული დოკუმენტები, რომლებიც გამოიყენება წარმოების, მარაგების, გაყიდვებისა და ფინანსური აღრიცხვისთვის.

უსაფრთხოება და ჯანმრთელობა (Health and Safety) - წესები და ღონისძიებები, რომლებიც იცავს კომპანიის წევრებს დაზიანებისა და რისკებისგან წარმოების პროცესში.

ფინანსებთან კოორდინაცია (Financial Coordination) - ოპერაციებს, შესყიდვებსა და გაყიდვებს შორის კავშირის შენარჩუნება ფინანსური შესაძლებლობების გათვალისწინებით.

წარმოება (Production) - პროცესი, რომლის დროსაც ნედლეული ან მასალები გარდაიქმნება მზა პროდუქტად ან მომსახურებად.

რისკების შეფასება (Risk Assessment) - პროცესი, რომლის დროსაც განისაზღვრება შესაძლო საფრთხეები და მათი შემცირების გზები.

საბოლოო ანგარიში (Final Report) - დოკუმენტი, რომელიც აჯამებს მინიკომპანიის საქმიანობას, გაყიდვებს, ხარისხსა და ფინანსურ შედეგებს წლის ბოლოს.

შესყიდვები (Procurement) - პროცესი, რომლის დროსაც კომპანია იძენს საჭირო მასალებს, ნედლეულს ან მომსახურებას წარმოებისა და გაყიდვების უზრუნველსაყოფად.

შესყიდვების გეგმა (Procurement Plan) - წინასწარ შედგენილი დოკუმენტი, რომელიც აჩვენებს რა, როდის, რა რაოდენობით და რა ფასად უნდა შეიძინოს კომპანიამ.

უნარ-ჩვევები (Skills) - ცოდნა და გამოცდილება, რომელსაც ადამიანი იყენებს ყოველდღიურ ცხოვრებაში და საქმიანობაში.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე (საწყისი აღქმა, ფაქტობრივი გაგება)

საჭიროება
- რატომ სჭირდება მინიკომპანიას მარაგებისა და აღჭურვილობის შეძენა?
- რა არის მარაგი?

იდეა
- რა არის გაყიდვა ერთი წინადადებით?

პროექტი
- რას ემსახურება გაყიდვების გეგმა?

ღვაწლი
- რომელი როლი მოგეჩვენა ყველაზე მნიშვნელოვნად წარმოებისა და გაყიდვების პროცესში?

შედეგი
- რას ნიშნავს შენთვის „წარმატებული გაყიდვა“?

2. უნისტრუქტურული დონე (ერთი ასპექტის გააზრება)

საჭიროება
- დაასახელე ერთი რესურსი, რომელიც აუცილებელია წარმოების ან გაყიდვების პროცესისთვის.
- რატომ არის დრო შეზღუდული რესურსი წარმოებაში?

იდეა
- რა ერთი შესაძლებლობა ჩნდება, როცა კომპანია სწორად ირჩევს მომწოდებელს?
- რატომ არის მნიშვნელოვანი მომხმარებლის საჭიროებების გაგება გაყიდვებში?

პროექტი
- რატომ უნდა ემთხვეოდეს შესყიდვების გეგმა წარმოების გეგმას?
- რა როლი აქვს გაყიდვების პროგნოზს ფინანსურ დაგეგმვაში?

ღვაწლი
- რა არის ის ერთი ქმედება, რომელიც გაყიდვების აგენტმა უნდა შეასრულოს პასუხისმგებლიანად?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)
- როგორ შეიძლება სწორად დაგეგმილმა გაყიდვებმა უზრუნველყოს კომპანიის სტაბილურობა?

3. მულტისტრუქტურული დონე (რამდენიმე ელემენტის ჩამოთვლა)

საჭიროება

- ჩამოთვალე მინიმუმ 3 რესურსი, რაც საჭიროა შესყიდვებისა და წარმოებისთვის.
- რა შეზღუდულობები შეიძლება შეხვდეს კომპანიას მარაგების მოძიებისას?

იდეა

- ჩამოთვალე ალტერნატიული გზები, როგორ შეიძლება პროდუქტის წარმოება (სკოლაში, აუთსორსინგი, ნაწილობრივი წარმოება).
- რა არჩევანის გაკეთება უწევს კომპანიას ფასის ან გაყიდვის არხის განსაზღვრისას?

პროექტი

- ჩამოთვალე გაყიდვების გეგმის ძირითადი ელემენტები.
- რა ინდიკატორებით შეიძლება გაყიდვების შედეგების შეფასება?

ღვაწლი

- ჩამოთვალე 3 პასუხისმგებლობა, რომელიც გაყიდვების ან ოპერაციების დეპარტამენტს აქვს.

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რა შედეგები შეიძლება ჰქონდეს:
  - მარაგების სწორ მართვას
  - არასწორ აღრიცხვას
  - მომხმარებელთან ცუდ კომუნიკაციას

4. მიმართებითი დონე (კავშირების გააზრება)

საჭიროება

- როგორ უკავშირდება რესურსების შეზღუდულობა წარმოების მოცულობასა და გაყიდვების გეგმას?

იდეა

- როგორ ეხმარება მომხმარებლის საჭიროებების კვლევა გაყიდვების წარმატებას?
- რატომ შეიძლება იყოს აუთსორსინგი ეკონომიკურად უფრო მომგებიანი ალტერნატივა?

პროექტი

- როგორ უკავშირდება ერთმანეთს: შესყიდვები - წარმოება - მარაგები - გაყიდვები - ფინანსური აღრიცხვა?
- როგორ გამოიყენება გაყიდვების (SAL) და ოპერაციების (OPS) ფორმები გადაწყვეტილებების მიღებაში?

ღვაწლი

- როგორ აისახება გაყიდვების აგენტების ქცევა მომხმარებლის ნდობასა და კომპანიის რეპუტაციაზე?

შედეგი (მდგრადი განვითარება)

- რატომ არის მნიშვნელოვანი, რომ გაყიდვები და წარმოება შეფასდეს არა მხოლოდ რაოდენობით, არამედ ხარისხით?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე (განზოგადება და ტრანსფერი)

საჭიროება

- როგორ გამოიყენებ რესურსების მართვის გამოცდილებას მომავალში (სხვა პროექტში ან რეალურ სამუშაოში)?

იდეა

- როგორ შეიძლება გაყიდვების სტრატეგია იყოს ერთდროულად მომგებიანი და ეთიკური?

პროექტი

- წარმოიდგინე, რომ თავიდან გეგმავ მინიკომპანიის ოპერაციებს - რას შეცვლიდი, რომ შედეგი უფრო მდგრადი იყოს?

ღვაწლი

- რა პიროვნული უნარები განავითარე გაყიდვებისა და წარმოების პროცესში?

შედეგი

- როგორ შეიძლება მინიკომპანიის საქმიანობამ შექმნას ღირებულება სკოლის ან თემის დონეზე კომპანიის დახურვის შემდეგაც?

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს, რომელსაც ეთანხმება. ასევე შესაძლებელია, რომ გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები

1. საჭიროება (რესურსი, შეზღუდულობა)

☐ მესმის, რატომ სჭირდება მინიკომპანიას მასალები, აღჭურვილობა და მარაგები
☐ შემიძლია დავასახელო ძირითადი რესურსები წარმოებისა და გაყიდვებისთვის
☐ ვხვდები, რომ რესურსები შეზღუდულია და საჭიროა მათი დაგეგმვა
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს რესურსების სიმცირე წარმოების მოცულობაზე
☐ შემიძლია დავაკავშირო რესურსების გონივრული გამოყენება მდგრად შედეგთან

2. იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, ალტერნატივა, გადაწყვეტილების მიღება)
☐ მესმის, რომ პროდუქტის წარმოებას და გაყიდვას აქვს სხვადასხვა გზა
☐ შემიძლია ავხსნა, რატომ შეირჩა კონკრეტული მომწოდებელი ან გაყიდვის არხი
☐ ვხვდები, რომ არჩევანს შორის არსებობს ალტერნატივები
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს ჩემი გადაწყვეტილება გაყიდვებზე და მომხმარებელზე
☐ შემიძლია იდეის შეფასება მომხმარებლის საჭიროებების მიხედვით

3. პროექტი (გეგმა, შეფასება, ინდიკატორი. ბიუჯეტი)
☐ მესმის, რატომ სჭირდება შესყიდვებსა და გაყიდვებს წინასწარი გეგმა
☐ შემიძლია ერთმანეთთან დავაკავშირო წარმოების, მარაგებისა და გაყიდვების გეგმები
☐ ვიცი, რომ გაყიდვების შედეგი იზომება ინდიკატორებით
☐ მესმის ფინანსური აღრიცხვის (SAL/OPS) მნიშვნელობა
☐ შემიძლია შევაფასო, რამდენად რეალისტური იყო ჩვენი ოპერაციული გეგმა

4. ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)
☐ აქტიურად ვიყავი ჩართული წარმოების ან გაყიდვების პროცესში
☐ დროულად ვასრულებდი ჩემს პასუხისმგებლობებს
☐ ვავლენდი ინიციატივას მომხმარებელთან ან გუნდთან მუშაობისას
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს ჩემი ქმედება კომპანიის რეპუტაციაზე
☐ ვხვდები, რომ წარმატებული გაყიდვებისთვის თანამშრომლობა აუცილებელია

5. შედეგი
☐ მესმის, რომ წარმატება არ იზომება მხოლოდ გაყიდვების რაოდენობით
☐ ვხვდები, რატომ არის მნიშვნელოვანი ხარისხი და მომხმარებლის კმაყოფილება
☐ მესმის, როგორ მოქმედებს სწორი აღრიცხვა კომპანიის სტაბილურობაზე
☐ შემიძლია განვასხვავო მოკლევადიანი გაყიდვა და გრძელვადიანი შედეგი
☐ ვხვდები, როგორ შეიძლება მინიკომპანიის საქმიანობამ დატოვოს დადებითი კვალი სკოლის ან თემის დონეზე

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის
მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

1. რატომ სჭირდება მინიკომპანიას მარაგები?
ა. მხოლოდ დეკორაციისთვის
ბ. წარმოებისა და გაყიდვების უზრუნველსაყოფად
გ. ანგარიშის გასალამაზებლად
დ. მხოლოდ წლის ბოლოს

სწორი პასუხი: ბ

2. რომელი არის რესურსის მაგალითი?
ა. იდეა
ბ. დრო
გ. შედეგი
დ. არჩევანი

სწორი პასუხი: ბ

3. რას ნიშნავს წარმოება?
ა. პროდუქტის რეკლამას
ბ. პროდუქტის შექმნის პროცესს
გ. პროდუქტის გაყიდვას
დ. ფინანსურ აღრიცხვას

სწორი პასუხი: ბ

4. რატომ არის მომხმარებლის საჭიროებების გაგება მნიშვნელოვანი გაყიდვებში?
ა. ფორმალობისთვის
ბ. იმიტომ, რომ გაყიდვები გაიზარდოს და ნდობა ჩამოყალიბდეს
გ. მხოლოდ კონკურენტებისთვის
დ. იმიტომ, რომ კანონია

სწორი პასუხი: ბ

5. რომელი არის გაყიდვების ინდიკატორი?
ა. გუნდის მოტივაცია
ბ. გაყიდული ერთეულების რაოდენობა
გ. იდეის ორიგინალობა
დ. ინიციატივა

სწორი პასუხი: ბ

6. რატომ არის საჭირო ფინანსური აღრიცხვა?
ა. დროის დასაკარგად
ბ. მხოლოდ მასწავლებლის მოთხოვნით
გ. ხარჯებისა და შემოსავლების გასაკონტროლებლად
დ. რეკლამისთვის

სწორი პასუხი: გ

7. რას ნიშნავს ეთიკური გაყიდვა?
ა. ნებისმიერი მეთოდით გაყიდვას
ბ. მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას
გ. პატიოსან და გამჭვირვალე კომუნიკაციას
დ. მხოლოდ ფასდაკლებას

სწორი პასუხი: გ

8. რატომ უნდა ემთხვეოდეს შესყიდვების გეგმა გაყიდვების გეგმას?
ა. შემთხვევით
ბ. რომ არ დაგროვდეს ზედმეტი ან ნაკლები მარაგი
გ. მხოლოდ ანგარიშისთვის
დ. არ არის საჭირო

სწორი პასუხი: ბ

9. რომელი ქმედება აზიანებს კომპანიის რეპუტაციას?
ა. ზუსტი აღრიცხვა
ბ. მომხმარებლის მოტყუება
გ. ხარისხიანი პროდუქტი
დ. დროული მიწოდება

სწორი პასუხი: ბ

10. რატომ უკავშირდება სწორად ორგანიზებული გაყიდვები მდგრად განვითარებას?
ა. იმიტომ, რომ მხოლოდ მოგებაა მნიშვნელოვანი
ბ. იმიტომ, რომ უზრუნველყოფს სტაბილურობას და ნდობას
გ. იმიტომ, რომ კონკურენტები ამას აკეთებენ
დ. იმიტომ, რომ ასე წერია სახელმძღვანელოში

სწორი პასუხი: ბ

ღია კითხვები

11. რა განსხვავებაა წარმოებასა და გაყიდვას შორის?
12. რატომ არის მარაგების მართვა მნიშვნელოვანი?
13. ჩამოთვალე მინიმუმ სამი რესურსი, რომელიც საჭიროა წარმოებისა და გაყიდვებისთვის.
14. რას ნიშნავს პასუხისმგებლიანი ქცევა მომხმარებელთან ურთიერთობაში?
15. რატომ არის მნიშვნელოვანი ფინანსური აღრიცხვა კომპანიისთვის?

სიტუაციური ამოცანები

16. მარაგების დეფიციტი. მინიკომპანიას დააკლდა მასალა, რის გამოც, წარმოება შეფერხდა.
ა. რა პრობლემა წარმოიშვა?
ბ. რომელ სამიზნე ცნებას უკავშირდება ეს პრობლემა?
გ. რა ორი ქმედება უნდა განახორციელოს გუნდმა მომავალში მსგავსი სიტუაციის თავიდან ასაცილებლად?

17. გაყიდვების არჩევანი. გუნდს შეუძლია გაყიდოს პროდუქტი: ონლაინ ან/და ადგილზე, სკოლის ღონისძიებაზე
ა. რა ფაქტორები უნდა გაითვალისწინოს გუნდი არჩევისას?
ბ. რატომ არის ეს არჩევანი მნიშვნელოვანი კომპანიისთვის?

18. ფინანსური აღრიცხვა, გუნდმა რამდენიმე გაყიდვა არ ჩაიწერა ანგარიშში.
ა. რა პრობლემას ქმნის ეს?
ბ. რა შედეგი შეიძლება მოჰყვეს ამას?

19. შედეგი და მდგრადობა. მინიკომპანია გაყიდვებისას მომხმარებელს პატიოსნად აწვდის ინფორმაციას და ინარჩუნებს ხარისხს.
ა. რატომ არის ეს მნიშვნელოვანი გრძელვადიან პერსპექტივაში?
ბ. რა არამატერიალური შედეგი აქვს ასეთ ქცევას?

[მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები]

თავი VIII. მინიკომპანიის ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმები

ამ თავის შესწავლის შემდეგ მოსწავლეს/მოსწავლე:

- ✓ აკეთებს გათვლებს მინიკომპანიის ლიკვიდაციის ძირითად ეტაპებსა და აუცილებელ პროცედურებთან დაკავშირებით;
- ✓ იცის ლიკვიდაციის პროცესში საჭირო ძირითადი დოკუმენტები და ანგარიშები;
- ✓ ხსნის, თუ რატომ არის აუცილებელი მინიკომპანიის საქმიანობის ეტაპობრივი და ორგანიზებული დასრულება;
- ✓ განმარტავს ფინანსური ანგარიშების (მოგება-ზარალი, ბალანსი, ფულადი ნაკადები) მნიშვნელობას ლიკვიდაციის პროცესში;
- ✓ ასრულებს მინიკომპანიის ოპერაციულ საქმიანობას დადგენილი ინსტრუქციების შესაბამისად;
- ✓ ავსებს და იყენებს ლიკვიდაციისთვის აუცილებელი ფინანსურ და მმართველობით ფორმებს;
- ✓ ანალიზებს მინიკომპანიის ფინანსურ შედეგებს და ადგენს მოგებას ან ზარალს;
- ✓ ადარებს დაგეგმილ და ფაქტობრივ შედეგებს მინიკომპანიის საქმიანობის სხვადასხვა ეტაპზე;
- ✓ აფასებს მიღებულ სამეწარმეო გადაწყვეტილებებს და მათ გავლენას მინიკომპანიის საბოლოო შედეგებზე;
- ✓ მსჯელობს მოგების განაწილების სხვადასხვა ალტერნატივის უპირატესობებსა და შეზღუდვებზე;
- ✓ ამზადებს მინიკომპანიის საბოლოო წერილობით მოხსენებასა და პრეზენტაცია;
- ✓ მიღებული სამეწარმეო გამოცდილების საფუძველზე (სწავლა, კარიერა, ბიზნესი), ამუშავებს საკუთარი მომავლის გეგმას და ამზადებს დასაქმების პორტფოლიოს.

მოსწავლე განივითარებს შემდეგ უნარებს:

სტრატეგიულ, ფინანსურ, მმართველობით და რეფლექსიურ უნარებს, რაც მას საშუალებას აძლევს პასუხისმგებლობით დაასრულოს სამეწარმეო საქმიანობა, შეაფასოს მიღებული შედეგები და დაგეგმოს საკუთარი მომავალი პროფესიული გზა.

საკვანძო ცნებები და ტერმინები

ლიკვიდაცია, ლიკვიდაციის პროცესი, მინიკომპანიის საქმიანობის დასრულება, საბოლოო ანგარიში, საბოლოო ანგარიში, წლიური გენერალური შეხვედრა, ფინანსური ანგარიში, მოგება, ზარალი, მოგება-ზარალის უწყისი, საბალანსო უწყისი, ფულადი ნაკადების მოძრაობა, აქციონერი, აქციები, დივიდენდი, მოგების განაწილება, ვალდებულებები, დებიტორები, კრედიტორები, მარაგების ლიკვიდაცია, ოპერაციების შეწყვეტა, დოკუმენტაცია, ფინანსური ჩანაწერები, ანგარიშგება, საბჭოს გადაწყვეტილება, კონსენსუსი, პრეზენტაცია, ანგარიშის დაცვა, რეფლექსია, თვითშეფასება, სამეწარმეო გამოცდილება, მომავლის გეგმები, კარიერული დაგეგმვა, სერტიფიცირება (ESP), ალუმნის პროგრამა, აქსელერაცია, პროფესიული განვითარება, დასაქმება.

სავარაუდო დრო: 10 აკადემიური საათი (დამატებით 6 აკადემიური საათი)

მაქსიმები:

- პასუხისმგებლობა არის თავისუფლების საზომი.
- საქმე კაცის ღირსებას ამჟღავნებს.
- არა მარტო დაწყებაა საქმე, არამედ მისი ღირსეული დასასრულიც.
- შრომას ანგარიში უნდა.
- სინდისით ნაშოვნი მცირე სჯობს უსინდისოდ მოპოვებულ დიდს.
- კარგი საქმე თავის სიტყვას ბოლოს ამბობს. აკაკი წერეთელი
- გზა ადამიანს ასწავლის იმაზე მეტს, ვიდრე დანიშნულება.
- ცხოვრებაში დასასრული ხშირად ახალი დასაწყისია.
- კაცი მაშინ იზრდება, როცა საკუთარ გზას უკან მოიხედავს.
- წარსულის გააზრება მომავლის წინაპირობაა.
- ბოლოს საქმეს წერტილი სჭირდება.
- ანგარიში მეგობრობას არ აფუჭებს.
- კარგად დაწყებული საქმე კარგად უნდა დასრულდეს.
- რასაც ითვლი - ის გრჩება.

მიმოხილვა

მოცემული თავი ეხება მინიკომპანიის საქმიანობის საბოლოო ეტაპს - **ლიკვიდაციას**, რომელიც სასწავლო წლის დასრულებასთან ერთად, სავალდებულოდ უნდა განხორციელდეს. მიუხედავად იმისა, რომ კომპანიის საქმიანობა დროში შეზღუდულია, სალიკვიდაციო პროცედურები, პრაქტიკაში, საკმაოდ ხანგრძლივ პროცესს წარმოადგენს და მოითხოვს წინასწარ დაგეგმვასა და ორგანიზებულ მოქმედებას.

რეკომენდებულია, რომ ლიკვიდაციის თარიღი განისაზღვროს ნახევარი წლის შემდეგ, იანვარში გამართულ საბჭოს შეხვედრაზე, რათა მოსწავლეებს ჰქონდეთ საკმარისი დრო ყველა აუცილებელი ოპერაციის დასასრულებლად. სალიკვიდაციო პროცესი მიზანშეწონილია დაიწყოს ლიკვიდაციამდე არანაკლებ ექვსი კვირით ადრე, რაც

უზრუნველყოფს მარაგების რეალიზაციას, ფინანსური და მმართველობითი ვალდებულებების შესრულებას და დოკუმენტაციის სრულყოფილად მოწესრიგებას.

ლიკვიდაცია წარმოადგენს მნიშვნელოვან და აუცილებელ ეტაპს მეწარმეობის სწავლების პროცესში, რადგან იგი მოსწავლეებს ასწავლის პასუხისმგებლობას, ორგანიზებულობას და საქმიანობის ბოლომდე მიყვანის მნიშვნელობას. ამ ეტაპზე, მოსწავლეები აცნობიერებენ, რომ მეწარმეობა არ შემოიფარგლება მხოლოდ იდეის განხორციელებითა და მოგების მიღებით, არამედ, მოიცავს შედეგების შეჯამებას, ანგარიშგებას და მიღებული გამოცდილების გააზრებას, რაც მათ ამზადებს როგორც მომავალი პროფესიული საქმიანობისთვის, ისე ცხოვრებისეული გადაწყვეტილებების მისაღებად

ლიკვიდაციის პროცედურები:

1. მუშაობა საბოლოო ანგარიშებთან;
2. ლიკვიდაციისთვის მოსამზადებელი შეხვედრა;
3. საბოლოო ანგარიშგების მომზადება და პრეზენტაცია;
4. წლიური გენერალური შეხვედრა;
5. საბოლოო შეხვედრა კომპანიის ლიკვიდაციის მიზნით;
6. მომავალის გეგმები;
7. საერთო შეფასება.

მეცადინეობების მსვლელობა

ჯამში ამ თავს ეთმობა 10 აკადემიური საათი, მნიშვნელოვანია ზედმიწევნით იყოს შევსებული თავის ყველა დანართი. თუ ჯგუფში რამდენიმე იდეაზე მუშაობენ, ყველა იდეისათვის ცალ-ცალკე უნდა მომზადდეს შესაბამისი ფაილები.

1. საბოლოო ანგარიშების მომზადება.

ყველა განყოფილება ამზადებს თავის ანგარიშს და წარადგენს მას საბჭოს სხდომაზე. ანგარიშები უნდა მომზადდეს მთელი წლის სამუშაოების ჯამური მაჩვენებლების მიხედვით. გამოიყენეთ მეექვსე თავში მოცემული დანართები უწყისების მოსამზადებლად.

2. პრეზენტაციებისა და გამოფენებისთვის მომზადება.

თქვენ მოგიწევთ ამ პროგრამის პრეზენტაცია, თუ თქვენი კომპანია საქართველოს საუკეთესო ხუთეულში მოხვდა, მონაწილეობას მიიღებთ ადგილობრივ და საერთაშორისო ღონისძიებებში და გამოფენებში. ამისათვის, მოსწავლეები სათანადოდ უნდა მოემზადონ.

3. დივიდენდების გაცემა და კომპანიის ფუნქციონირების დასრულება.

მომზადებული მოგება - ზარალისა და საბალანსო უწყისების საფუძველზე, მოსწავლეები ერთ აქციაზე გამოთვლიან დივიდენდს და შესაბამის თანხებს დაურიგებენ აქციონერებს.

აქტივობა 8.1. ბუღალტრული ანგარიშგების სავარჯიშო მოსწავლეთა კომპანიისთვის.

ეს არის კომპლექსური ამოცანა, რომელიც შესაძლებელია გადაიტანოთ სხვა თავში თუ ჩათვლით საჭიროდ. თუმცა აქ ძირითადად აქვს მიზანი, რომ მოსწავლეებს ვასწავლოთ, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს ფინანსური და მმართველობითი ჩანაწერები.

ამ აქტივობაში არსებული შევსებული ფორმები შემდეგი სახისაა:

B1. დაგეგმილი მოგება-ზარალის ანგარიში				
კომპანიის სახელი: *Playbook*				
თვე	თებერვალი	მარტი	აპრილი	სულ
გაყიდვები (შემოსავალი)	100	200	200	500
გაყიდვების თვითღირებულება:				
ნედლეული, მასალები	20	40	40	100
წარმოების ხარჯები				-
პირდაპირი ხელფასი	15	30	30	75
სულ გაყიდვების პირდაპირი ხარჯები ანუ თვითღირებულება:	35	70	70	175
მთლიანი მოგება = შემოსავლებს - გაყიდვების ღირებულება	65	130	130	325
ადმინისტრაციული/ზედნადები ხარჯები				
ადმინისტრაციის ხელფასი	26	26	26	78
გაყიდვების საკომისიო	10	20	20	50
იჯარა				
მგზავრობის ხარჯები				
საკანცელარიო ხარჯები				
სარეგისტრაციო მოსაკრებელი				
საბანკო მოსაკრებელი				
სხვა	10	10	10	30
სულ ადმინისტრაციული/ზედნადები ხარჯები	46	56	56	158
მოგება (ან ზარალი) = მთლიანი მოგება - ადმინისტრაციული ხარჯი	19	74	74	167

1 წიგნი	ლარი
მასალა	2
წარმოების/პირდაპირი ხელფასი	1.5
გასაყიდი ფასი	10
გაყიდვების საკომისიო	1

B2. დაგეგმილი ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისი					
კომპანიის სახელი: ***Playbook***					
თანხის ნაშთი პერიოდის დასაწყისში		0	169	243	
მიღებული თანხები: აქციებიდან		150			150
მიღებული თანხები: სესხიდან					
მიღებული თანხები: გაყიდვებიდან		100	200	200	500
მიღებული თანხები: სხვა შემოსავლებიდან					
სულ მიღებული თანხები:		250	200	200	650
გადახდილი თანხები: შესყიდვები		20	40	40	100
გადახდილი თანხები: ადმინისტრაციის ხელფასი		26	26	26	78
გადახდილი თანხები: პირდაპირი ხელფასი		15	30	30	75
გადახდილი თანხები: პრემიები & საკომისიოები		10	20	20	50
გადახდილი თანხები: საკანცელარიო საქონელი					
გადახდილი თანხები: იჯარა					
გადახდილი თანხები: სხვადასხვა ხარჯი		10	10	10	30
გადახდილი თანხები: სარეგისტრაციო მოსაკრებელი					
გადახდილი თანხები: სესხზე გადახდილი თანხები					
გადახდილი თანხები: მოგების გადასახადი					
გადახდილი თანხები: შემოწირულობა					
გადახდილი თანხები: დივიდენდები					
გადახდილი თანხები: კაპიტალის დაბრუნება					
გადახდილი თანხები: საბანკო მომსახურება					
სულ გადახდილი თანხები		81	126	126	333
ნაშთი პერიოდის ბოლოს: საწყისი ნაშთი + მიღებული თანხები - გადახდილი თანხები		169	243	317	317

B3. ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზი	
კომპანიის სახელი: *Playbook*	
სავარაუდო საცალო სარეალიზაციო ფასი	10.00
მთლიანი ცვალებადი ხარჯი ნედლეულის შესყიდვა + საწარმოო ხარჯი + პირდაპირი ხელფასი + გაყიდვის საკომისიო	4.50
A. ზღვრული მოგება ერთეული შენატანი მუდმივი ხარჯის მიმართ (გასაყიდ ფასს გამოკლებული ცვალებადი ხარჯი)	5.50
სავარაუდო მთლიანი მუდმივი/ფიქსირებული ხარჯი პერიოდის განმავლობაში	
ადმინისტრაციის ხელფასები, პრემიები და ბონუსები	78.00
საკანცელარიო ხარჯი	
იჯარა და ქირა	
სხვადასხვა ხარჯი	30.00
რეგისტრაციის გადასახადი	
B. მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი	108.00
ნულოვანი მოგება მთლიანი მუდმივი/ფიქსირებული ხარჯი (B) გაყოფილი ერთეულის ზღვრულ მოგებაზე (A)	**ცალი** **20**

1 წიგნი	ლარი
მასალა	2
წარმოების ხელფასი	2.5
გაყიდვების საკომისიო	1
სულ	4.5

A2. აქციონერები და ლიკვიდაცია						
აქციონერთა წიგნი				ლიკვიდაციის ანგარიში		
თარიღი: 01.02.2019				თარიღი: 30.04.2019		
აქციონერის სახელი	აქციის ნომინალური ღირებულება, ლარი	აქციების რაოდენობა	აქციების ღირებულება, ლარი	დივიდენდი	აქციონერისთვის დასაბრუნებელი სრული თანხა	აქციონერის ხელმოწერა
დათო	10	3	30	42	72	
ანდრია	10	3	30	42	72	
ნინო	10	3	30	42	72	
ელენე	10	3	30	42	72	
მარიამი	10	3	30	42	72	
სულ		15	150	210	360	

მოგების განაწილება		
მოგება	242	-
დონაცია	-	32
დივიდენდი	-	210
	სულ	242

დივიდენდის განაწილება აქციონერთა შორის	
დივიდენდი	210
აქციების რაოდენობა	15
დივიდენდი თითოეულ აქციაზე	14

ნაღდი ფულის ნაშთის განაწილება		
ნაღდი ფულის ნაშთი	392	-
აქციების ღირებულება	-	150
დივიდენდი	-	210
დონაციები	-	32
	სულ	392

აღმასრულებელი დირექტორი: _____

ფინანსური მენეჯერი: _____

A3. ანაზღაურების გაანგარიშება						
თებერვალი 2024						
სახელი	თანამდებობა	ადმინისტრაციის ხელფასი	ბონუსი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდვების საკომისიო	სრული ხელფასი
დათო	დირექტორი	6		-	3	9
ანდრია	გაყიდვების მენეჯერი	5		-	3	8
ნინო	წარმოების მენეჯერი	5		6	2	13
ელენე	მარკეტინგის მენეჯერი	5		4.5	1	10.5
მარიამი	ფინანსური მენეჯერი	5		4.5	1	10.5
სულ		**26**		**15**	**10**	**51**

სახელი	წარმოების ხელფასის გამოთვლა			გაყიდვების საკომისიოს გამოთვლა		
	წარმოებული პროდუქციის რაოდენობა	განაკვეთი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდული პროდუქციის რაოდენობა	გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი	გაყიდვების საკომისიო 10%
დათო	-	-	-	3	30	3
ანდრია	-	-	-	3	30	3
ნინო	4	1.5	6	2	20	2
ელენე	3	1.5	4.5	1	10	1
მარიამი	3	1.5	4.5	1	10	1
სულ	10		15	10		10

მარტი 2024						
სახელი	თანამდებობა	ადმინისტრაციის ხელფასი	ბონუსი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდვების საკომისიო	სრული ხელფასი
დათო	დირექტორი	6	5	-		11
ანდრია	გაყიდვების მენეჯერი	5	5	-		10
ნინო	წარმოების მენეჯერი	5	5	30		40
ელენე	მარკეტინგის მენეჯერი	5	5	15		25
მარიამი	ფინანსური მენეჯერი	5	5	15		25
სულ		26	25	60		111

სახელი	წარმოების ხელფასის გამოთვლა			გაყიდვების საკომისიოს გამოთვლა		
	წარმოებული პროდუქციის რაოდენობა	განაკვეთი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდული პროდუქციის რაოდენობა	გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი	გაყიდვების საკომისიო 10%
დათო	-	-	-			
ანდრია	-	-	-			
ნინო	20	1.5	30			
ელენე	10	1.5	15			
მარიამი	10	1.5	15			
სულ	40		60			

აპრილი 2024						
სახელი	თანამდებობა	ადმინისტრაციის ხელფასი	ბონუსი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდვების საკომისიო	სრული ხელფასი
დათო	დირექტორი	6		-	-	6
ანდრია	გაყიდვების მენეჯერი	5		-	10	15
ნინო	წარმოების მენეჯერი	5			-	5
ელენე	მარკეტინგის მენეჯერი	5			-	5
მარიამი	ფინანსური მენეჯერი	5			-	5
სულ		26				36

სახელი	წარმოების ხელფასის გამოთვლა			გაყიდვების საკომისიოს გამოთვლა		
	წარმოებული პროდუქციის რაოდენობა	განაკვეთი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდული პროდუქციის რაოდენობა	გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი	გაყიდვების საკომისიო 10%
დათო	-	-	-	-	-	-
ანდრია	-	-	-	10	100	10
ნინო				-	-	-
ელენე				-	-	-
მარიამი				-	-	-
სულ				-	-	10

აღმასრულებელი დირექტორი: _____

ფინანსური მენეჯერი: _____

A4. მოგება-ზარალი და ბალანსი		
მოგება-ზარალის ანგარიშგება		
გაყიდვები / შემოსავლები		560
ნედლეულის შესყიდვები	100	
წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირებზე გაცემული ხელფასი	75	
გამოკლებული დარჩენილი მარაგები		
გაყიდვების თვითღირებულება		175
მთლიანი მოგება		385
ადმინისტრაციული ხარჯები		
ხელფასები, საკომისიოები და ბონუსები	123	
საკანცელარიო ხარჯები	10	
ქირა და იჯარა		
მარკეტინგის ხარჯები		
სხვა ხარჯი	10	
სულ ადმინისტრაციული ხარჯი		143
ოპერაციული მოგება (ან ზარალი)		242
მოგების გადასახადი		
მოგება (ან ზარალი) გადასახადის გადახდის შემდეგ		242
მოგების გადანაწილება		
დივიდენდები		210
დონაციები		32
სხვა		
ნაშთი		

საბალანსო უწყისი		
გრძელვადიანი აქტივები		
მოწყობილობები		
ხელსაწყოები		
სულ გრძელვადიანი აქტივები		
მიმდინარე აქტივები		
მარაგები		
დებიტორები		
ნაღდი ფული ბანკში		
ნაღდი ფული სალაროში	392	
სულ მიმდინარე აქტივები	392	
სულ აქტივები	392	
მიმდინარე ვალდებულებები		
სესხები		
კრედიტორები		
მოგების გადასახადი		
სულ მიმდინარე ვალდებულებები		
სხვაობა	392	
კაპიტალი		
აქციები		150
მოგება-ზარალის ანგარიში		242
სულ კაპიტალი		392

თავის და პროგრამის შეჯამება

ამ თავის და პროგრამის შემაჯამებელი აქტივობა - ჩემი დასაქმების პორტფელიო.

ეს მნიშვნელოვანია!

მოსწავლეებს სთხოვეთ, გადახედონ თავიანთ CV-ს და სამოტივაციო წერილს, მოახდინონ მისი მოდიფიცირება ისე, თითქოს თავიანთ საოცნებო ვაკანსიაზე უნდა გააგზავნონ. ასევე, დაურთონ შესრულებული პროექტების აღწერები, რეკომენდაციები ან ნამუშევრების მაგალითები - უნდა იქნეს შერჩეული გააზრებულად. თითოეული დოკუმენტი უნდა პასუხობდეს კითხვას: რას ამტკიცებს ეს ჩემი უნარების, გამოცდილებისა და პასუხისმგებლობის შესახებ. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ESP სერტიფიკატის ჩართვას პორტფოლიოში.

1. პორტფოლიო განიხილეთ, როგორც სასწავლო შედეგი და არა მხოლოდ დავალება. პორტფოლიო არის მეწარმეობის კურსის პრაქტიკული შედეგი, რომელიც აერთიანებს ცოდნას, უნარებსა და დამოკიდებულებებს. მნიშვნელოვანია, მოსწავლეებმა გაიაზრონ, რომ ისინი ქმნიან რეალურ, გამოყენებად პროდუქტს საკუთარი მომავლისთვის.

2. გაამახვილეთ ყურადღება გამოცდილებაზე და არა მხოლოდ მიღწევებზე მოსწავლეებს ხშირად არ აქვთ ფორმალური სამუშაო გამოცდილება. წაახალისეთ ისინი, აღწერონ:
   - მინიკომპანიაში შესრულებული როლები;
   - გუნდური მუშაობა;
   - მიღებული პასუხისმგებლობები;
   - გადალახული სირთულეები.

ეს გამოცდილება ისეთივე ღირებულია, როგორც ფორმალური დასაქმება.

3. CV-ში ხაზი გაუსვით სამეწარმეო კომპეტენციებს, დაეხმარეთ მოსწავლეებს, სწორად გადმოსცენ ისეთი უნარები, როგორიცაა:
   - ინიციატივა;
   - პრობლემების გადაჭრა;
   - კომუნიკაცია;
   - ლიდერობა;
   - დროის მართვა.

აუცილებლად მიუთითონ Entrepreneurial Skills Pass (ESP) როგორც საერთაშორისო აღიარებული სერტიფიკატი.

4. სამოტივაციო წერილი აქციეთ თვითრეფლექსიის ინსტრუმენტად. სამოტივაციო წერილი არ უნდა იყოს ფორმალური ტექსტი. დაუსვით მოსწავლეებს კითხვები:
   - რა ვისწავლე მეწარმეობის კურსში?
   - როგორ გამომადგება ეს გამოცდილება მომავალში?
   - რატომ ვარ მოტივირებული ამ მიმართულებით?

5. მოითხოვეთ ხარისხი და არა მოცულობა. სჯობს ნაკლები, მაგრამ გააზრებული დოკუმენტი, ვიდრე ბევრი უსისტემო მასალა. ასწავლეთ მოსწავლეებს შერჩევა და არგუმენტირება.

6. გამოიყენეთ უკუკავშირი და თანატოლთა შეფასება, პორტფოლიოს განხილვა მცირე ჯგუფებში ან პრეზენტაციის ფორმატში ზრდის პასუხისმგებლობას, კომუნიკაციის უნარსა და თვითდაჯერებულობას.

7. დაასრულეთ პროცესი პოზიტიური გზავნილით. ხაზი გაუსვით, რომ პორტფოლიო არ არის საბოლოო ვერსია - ეს არის პირველი პროფესიული ნაბიჯი, რომელიც მომავალში განახლდება და განვითარდება.

ტერმინთა განმარტებები

აქტივები (Assets) – კომპანიის კუთვნილი მატერიალური და არამატერიალური რესურსები, როგორიცაა ფული, აღჭურვილობა, მარაგები და სხვა ღირებულებები.

ალუმნის აქსელერაციის პროგრამა (Alumni Acceleration Program) – პროგრამა, რომელიც ეხმარება მინიკომპანიის ყოფილ მონაწილეებს რეალური ბიზნესის რეგისტრაციასა და განვითარებაში.

აღჭურვილობის დაბრუნება (Return of Equipment) – სასწავლო ან ნასესხები ინვენტარის ჩაბარება კარგ მდგომარეობაში, ბუნებრივი ცვეთის გათვალისწინებით.

აქციონერი (Shareholder) – პირი, რომელიც ფლობს მინიკომპანიის აქციებს და მონაწილეობს საბოლოო გადაწყვეტილებების მიღებაში.

ბუღალტრული ანგარიშგება (Accounting Records) – ფინანსური ჩანაწერები, რომლებიც ასახავს შემოსავლებს, ხარჯებსა და ფულადი სახსრების მოძრაობას.

დებიტორი (Debtor) – პირი ან ორგანიზაცია, რომელსაც კომპანიის მიმართ აქვს გადასახდელი თანხა.

დებიტორული დავალიანება (Accounts Receivable) – თანხები, რომლებიც კომპანიამ უნდა მიიღოს დებიტორებისგან ლიკვიდაციამდე.

დივიდენდი (Dividend) – კომპანიის წმინდა მოგების ნაწილი, რომელიც ნაწილდება აქციონერებს შორის საქმიანობის დასრულების შემდეგ.

დივიდენდების განაწილება (Dividend Distribution) – პროცესი, რომლის დროსაც მიღებული მოგება ნაწილდება აქციონერებს შორის მათ მიერ ფლობილი აქციების პროპორციულად.

გენერალური დირექტორის ანგარიში (CEO Report) – მოხსენება, რომელიც აჯამებს მინიკომპანიის საქმიანობას მთელი წლის განმავლობაში მმართველობითი პერსპექტივიდან.

გაფართოებული შეხვედრა (Extended Meeting) – საბჭოს სხდომა, რომელშიც მონაწილეობენ მრჩევლები, მასწავლებლები და სხვა მოწვეული პირები.

ვალდებულებები (Liabilities) – კომპანიის მიერ აღებული ფინანსური ან სხვა ტიპის პასუხისმგებლობები, რომლებიც უნდა შესრულდეს ლიკვიდაციამდე.

ლიკვიდაციის თარიღი (Liquidation Date) – წინასწარ განსაზღვრული დღე, როდესაც მინიკომპანია ოფიციალურად ასრულებს საქმიანობას.

მიმდინარე შეკვეთები (Outstanding Orders) – შეკვეთები, რომლებიც მიღებულია, მაგრამ ჯერ არ არის სრულად შესრულებული.

მინიკომპანიის ლიკვიდაცია (Mini-Company Liquidation) – მინიკომპანიის საქმიანობის ოფიციალური დასრულების პროცესი.

მომავლის გეგმები (Future Plans) – მინიკომპანიის დასრულების შემდეგ დაგეგმილი ნაბიჯები, როგორიცაა ბიზნესის გაგრძელება ან განათლების გაღრმავება.

მოხალისეობა (Volunteering) – ნებაყოფლობითი ჩართულობა ორგანიზაციის საქმიანობაში გამოცდილებისა და სოციალური უნარების გასაზრდელად.

ოპერაციების შეწყვეტა (Cessation of Operations) – წარმოებისა და ყოველდღიური საქმიანობის დასრულება ლიკვიდაციის დაწყებამდე.

პროფესიული განვითარება (Professional Development) – ცოდნისა და უნარების გაღრმავება, რომელიც ეხმარება ახალგაზრდას მომავალ კარიერაში.

საბოლოო ანგარიში (Final Report) – ოფიციალური დოკუმენტი, რომელიც აჯამებს მინიკომპანიის მთელ საქმიანობას და ფინანსურ შედეგებს.

საბჭოს სალიკვიდაციო შეხვედრა (Liquidation Board Meeting) – დირექტორთა საბჭოს სხდომა, სადაც მიიღება საბოლოო გადაწყვეტილებები ლიკვიდაციის შესახებ.

სალიკვიდაციო გეგმა (Liquidation Plan) – დოკუმენტი ან მოქმედებების ჩამონათვალი, რომელიც განსაზღვრავს ლიკვიდაციამდე და ლიკვიდაციისას გადასადგმელ ნაბიჯებს.

სალიკვიდაციო პროცესი (Liquidation Process) – ნაბიჯების თანმიმდევრობა, რომელიც მოიცავს წარმოების შეწყვეტას, ანგარიშგებასა და კომპანიის დახურვას.

სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიცირება – ESP (Entrepreneurial Skills Pass – ESP) – საერთაშორისო სერტიფიკატი, რომელიც ადასტურებს ახალგაზრდის სამეწარმეო გამოცდილებასა და კომპეტენციებს.

სამუშაო გამოცდილება (Work Experience) – მინიკომპანიის პროგრამის ფარგლებში მიღებული პრაქტიკული გამოცდილება რეალურ ბიზნესგარემოში.

საბოლოო მოხსენება (Final Presentation) – ზეპირი ან წერილობითი პრეზენტაცია, რომელიც აჯამებს მინიკომპანიის შედეგებსა და მიღებულ გამოცდილებას.

შუალედური ანგარიში (Interim Report) – დროებითი ანგარიში, რომელიც მზადდება ლიკვიდაციამდე საქმიანობის შუალედური შეფასებისთვის.

ხელფასების გადახდა (Salary Payment) – მინიკომპანიის წევრებისთვის კუთვნილი ანაზღაურების სრულად გაცემა საქმიანობის დასრულებამდე.

წლიური გენერალური შეხვედრა – AGM (Annual General Meeting) – შეხვედრა, სადაც აქციონერები განიხილავენ საბოლოო ანგარიშს და მოგების განაწილებას.

ჭარბი მარაგები (Excess Inventory) – დარჩენილი ნედლეული ან პროდუქცია, რომელიც აღარ არის საჭირო და უნდა გაიყიდოს ან გამოყენებულ იქნეს ლიკვიდაციამდე.

კარიერული მზადყოფნა (Career Readiness) – უნარებისა და დამოკიდებულებების ერთობლიობა, რომელიც ახალგაზრდას ამზადებს დასაქმებისა და ბიზნესის დაწყებისთვის.

ფინანსური ანგარიში (Financial Report) – დოკუმენტი, რომელიც ასახავს კომპანიის ფინანსურ მდგომარეობას ლიკვიდაციის ეტაპზე.

თვითშეფასება (Self-assessment) – პროცესი, რომლის დროსაც მოსწავლე აფასებს საკუთარ პროგრესს, უნარებსა და მიღებულ გამოცდილებას.

რეფლექსიის კითხვები

1. პრესტრუქტურული დონე

მიზანი: მოსწავლემ გააცნობიეროს, რა გააკეთა, თუმცა ჯერ ვერ აკავშირებს ცნებებს.

- რას აკეთებდა ჩვენი მინიკომპანია ბოლო ეტაპზე?
- რა ნიშნავს შენთვის სიტყვა „ლიკვიდაცია“?
- რომელი საქმიანობა იყო შენთვის ყველაზე დასამახსოვრებელი?
- რა შედეგი დადგა კომპანიის დასრულების შემდეგ?

2. უნისტრუქტურული დონე

მიზანი: მოსწავლემ ერთი ცნება დააკავშიროს საკუთარ გამოცდილებასთან.

საჭიროება

- რა ერთ ძირითად საჭიროებას პასუხობდა ჩვენი მინიკომპანიის საქმიანობა?

იდეა

- რა იყო ჩვენი ძირითადი იდეა და რატომ ავირჩიეთ იგი?

პროექტი

- დაასახელე ერთი მნიშვნელოვანი გეგმა, რომელიც ლიკვიდაციის პროცესში გამოვიყენეთ.

ღვაწლი

- რა ერთ ქმედებას თვლი შენს პირად წვლილად?

შედეგი

- რა იყო ერთი კონკრეტული შედეგი, რაც მივიღეთ ბოლოს?

3. მულტისტრუქტურული დონე

მიზანი: მოსწავლემ ჩამოთვალოს და აღწეროს ცნებები, ჯერ ურთიერთკავშირის გარეშე.

საჭიროება

- რა რესურსები გვქონდა და რა იყო შეზღუდული ლიკვიდაციის ეტაპზე?

იდეა

- რა ალტერნატიული იდეები განვიხილეთ და რატომ არ ავირჩიეთ ისინი?

პროექტი

- რომელი გეგმები, ბიუჯეტი და შეფასების ფორმები გამოვიყენეთ?

ღვაწლი

- ჩამოთვალე გუნდის წევრების მიერ შესრულებული შრომითი ქმედებები.

შედეგი

- რა ფინანსური, საგანმანათლებლო და პიროვნული შედეგები მივიღეთ?

4. მიმართებითი დონე

მიზანი: მოსწავლემ დაკავშიროს ცნებები ერთმანეთთან.

- როგორ უკავშირდებოდა საჭიროება ჩვენს საწყის იდეას?
- როგორ აისახა რესურსების შეზღუდულობა მიღებულ გადაწყვეტილებებზე?
- როგორ დაგვეხმარა პროექტის გეგმა და ბიუჯეტი საბოლოო შედეგის მიღებაში?
- როგორ გადაიქცა შენივე შრომა და ინიციატივა კონკრეტულ შედეგებად?
- როგორ აისახა გუნდის მუშაობა კომპანიის საბოლოო ანგარიშში?

5. გაფართოებული აბსტრაქციის დონე

მიზანი: მოსწავლემ მიღებული გამოცდილება გადაიტანოს მომავალზე.

- როგორ გამოიყენებ მინიკომპანიაში მიღებულ გამოცდილებას რეალურ ცხოვრებაში ან მომავალ პროფესიაში?
- თუ თავიდან დაიწყებდი, რა გადაწყვეტილებას შეცვლიდი და რატომ?
- როგორ დაგეხმარა ეს პროექტი პრობლემების გადაჭრის უნარის განვითარებაში?
- რა ისწავლე რესურსების შეზღუდულობის პირობებში გადაწყვეტილებების მიღებაზე?
- როგორ აღწერდი საკუთარ თავს ახლა: როგორც იდეის ავტორს, პროექტის შემსრულებელს თუ შედეგზე ორიენტირებულ ადამიანს?

მოსწავლის თვითშეფასება

მოსწავლემ უნდა მონიშნოს პუნქტები, რომელსაც ეთანხმება. ასევე შესაძლებელია გამოიყენოთ ლიკერტის შკალა 1-დან 5-მდე, სადაც 1-არ ვეთანხმები; 2- ნაკლებად ვეთანხმები; 3 მეტწილად ვეთანხმები; 4 - ვეთანხმები; 5 - სრულიად ვეთანხმები

საჭიროება (რესურსი და შეზღუდულობა)

☐ გავაცნობიერე, რა საჭიროებას პასუხობდა ჩვენი მინიკომპანია

☐ ვიცოდი, რა რესურსები გვქონდა

☐ მესმოდა, რა იყო ჩვენი შეზღუდულობა

იდეა (შესაძლებლობა, არჩევანი, გადაწყვეტილება)

☐ შემეძლო იდეების შეთავაზება

☐ ვმონაწილეობდი არჩევანის გაკეთებაში

☐ მესმოდა, რატომ მივიღეთ კონკრეტული გადაწყვეტილება

პროექტი (გეგმა, ბიუჯეტი, შეფასება)

☐ ვიცოდი ჩვენი პროექტის ძირითადი გეგმა

☐ მესმოდა ბიუჯეტის როლი

☐ ვიცოდი, როგორ ფასდებოდა ჩვენი შედეგები

ღვაწლი (შრომა, ინიციატივა, ქმედება)
☐ გუნდში მქონდა კონკრეტული როლი
☐ ვიღებდი პასუხისმგებლობას
☐ ვავლენდი ინიციატივას

შედეგი
☐ ვხვდები, რა შედეგი მივიღეთ
☐ ვიცი, რა ვისწავლე ამ პროცესში
☐ შემიძლია ჩემი გამოცდილების შეფასება

შემაჯამებელი გაკვეთილისთვის/წერისთვის

ღია რეფლექსიური კითხვები

1. საჭიროება
   - რა პრობლემის ან საჭიროების გადაწყვეტას ვცდილობდით და რატომ იყო ეს მნიშვნელოვანი?
2. იდეა
   - რა ალტერნატიული იდეები გვქონდა და რატომ ავირჩიეთ საბოლოოდ ეს?
3. პროექტი
   - რომელი გეგმა ან გადაწყვეტილება იყო ყველაზე მნიშვნელოვანი საბოლოო შედეგისთვის?
4. ღვაწლი
   - რა იყო ჩემი პირადი წვლილი და რას გავაკეთებდი სხვანაირად მომავალში?
5. შედეგი
   - რა უნარები განვივითარე ამ პროგრამის განმავლობაში?

მრავალვარიანტიანი კითხვები *(აირჩიე ერთი სწორი პასუხი)*

1. რას ნიშნავს მინიკომპანიის ლიკვიდაცია?
ა. კომპანიის დროებით შეჩერებას
ბ. კომპანიის საქმიანობის ოფიციალურ დასრულებას
გ. კომპანიის გაფართოებას
დ. ახალი პროდუქტის შექმნას

სწორი პასუხი: ბ

2. რატომ უნდა დაიწყოს სალიკვიდაციო პროცესი მინიმუმ 6 კვირით ადრე?
ა. რომ გამოცდები არ გადაიდოს
ბ. რომ დარჩეს დრო ყველა ვალდებულების შესასრულებლად
გ. რომ გაყიდვები გაიზარდოს
დ. რომ გუნდი დაიშალოს

სწორი პასუხი: ბ

3. რომელია რესურსის მაგალითი?
ა. დრო
ბ. სურვილი
გ. იდეა
დ. შეფასება

სწორი პასუხი: ა

4. რომელია შეზღუდულობის მაგალითი?
ა. მოტივაცია
ბ. ინიციატივა
გ. თანხის ნაკლებობა
დ. ალტერნატივა

სწორი პასუხი: გ

5. რა დოკუმენტი აჯამებს მინიკომპანიის მთელ საქმიანობას?
ა. ბიუჯეტი
ბ. შუალედური მოხსენება
გ. საბოლოო ანგარიში
დ. გეგმა

სწორი პასუხი: გ

6. რას ნიშნავს დივიდენდი?
ა. ხელფასი
ბ. მოგების ნაწილი, რომელიც ნაწილდება აქციონერებზე

გ. გადასახადი
დ. ინვესტიცია

სწორი პასუხი: ბ

7. რომელი ქმედება ეკუთვნის პროექტის მართვას?
ა. მხოლოდ იდეის მოფიქრება
ბ. გეგმის შედგენა და შედეგების შეფასება
გ. მხოლოდ გაყიდვა
დ. მხოლოდ შრომა

სწორი პასუხი: ბ

8. რომელი არის ღვაწლის მაგალითი?
ა. მიღებული მოგება
ბ. საბოლოო ანგარიში
გ. ინიციატივის გამოჩენა გუნდში
დივიდენდი

სწორი პასუხი: გ

ღია კითხვები

9. რა განსხვავებაა რესურსსა და შეზღუდულობას შორის?
10. რატომ არის მნიშვნელოვანი ლიკვიდაციის გეგმის არსებობა?
11. ჩამოთვალე ორი შედეგი, რომელიც მინიკომპანიის დასრულების შემდეგ მიიღე.
12. რას ნიშნავს გადაწყვეტილების მიღება ალტერნატივებს შორის?

სიტუაციური ამოცანა

13. მინიკომპანიამ საქმიანობის დასრულებამდე აღმოაჩინა, რომ ჰქონდა ჭარბი მარაგი, დრო კი იყო შეზღუდული კითხვები:

i. რა რესურსი და რა შეზღუდულობაა მოცემულ სიტუაციაში?
ii. რა ალტერნატიული გადაწყვეტილებები შეიძლება განეხილათ?
iii. რომელი გადაწყვეტილება იქნებოდა ყველაზე ეფექტური და რატომ?
iv. რა შედეგი შეიძლება მოჰყვეს სწორ ან არასწორ გადაწყვეტილებას?

მასწავლებლის მეთოდური ჩანაწერები

განმავითარებელი ტესტები

1. პირი, ან რაიმე, რომელსაც აქვს დომინანტი ან/და უმაღლესი პოზიცია კონკრეტულ სფეროში, აქვს უნარი, გააკონტროლოს ან ზემოქმედება მოახდინოს სხვებზე, არის:
   ა. მასწავლებელი;
   ბ. ლიდერი;
   გ. მეწარმე;
   დ. კორპორაცია.

2. ჯგუფის ან ორგანიზაციის საქმიანობის გაძღოლა ან ამის გაკეთების უნარი არის:
   ა. საჭიროებათა ანალიზი;
   ბ. მეწარმეობა;
   გ. ტრენდი;
   დ. ლიდეროზა.

3. პირი, რომელიც ეწევა სამეწარმეო საქმიანობას, არის:
   ა. მეწარმე;
   ბ. ლიდერი;
   გ. ადვოკატი;
   დ. მასწავლებელი.

4. მეწარმეობა ეს არის:
   ა. ტრენდი;
   ბ. რაიმე ახლის ან არსებულის ახლებურად კეთება;
   გ. ლიდეროზა;
   დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

5. რაიმე ახლის ან არსებულის ახლებურად კეთება არის:
   ა. პროდუქტიულობა;
   ბ. მწარმოებლურობა;
   გ. ლიდეროზა;
   დ. მეწარმოება.

6. სოციალური მეწარმეობა ქმნის:
   ა. საბაზრო მოთხოვნას;
   ბ. საბაზრო მიწოდებას;
   გ. სოციალურ სიკეთეებს;
   დ. მზრძანებლურ ეკონომიკას.

7. მეწარმეობა მოიცავს შემდეგ უნარ(ებ)ს:
   ა. ფანტაზიის;
   ბ. წარმოსახვის;
   გ. ნოვატორული აზროვნების;
   დ. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილს.

8. ორგანიზაცია, რომლის ძირითადი მიზანია მოგების მიღება ან/და არასახელმწიფო სერვისების მიწოდება სოციალური მიზნებისათვის არის:
   ა. ტრენდი;
   ბ. კორპორაცია;
   გ. ლიდერი;
   დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

9. ორგანიზაციის მთავარი მახასიათებელი არ არის:
   ა. გადაწყვეტილების მიღება;
   ბ. ერთობლივი მიზნები;
   გ. საზოგადოებრივი გაერთიანება;
   დ. საქმიანობის მართვა.

10. ადამიანთა საზოგადოებრივი გაერთიანება, რომელიც შექმნილია საერთო მიზნის მიღწევისთვის საქმიანობის სამართავად, არის:
    ა. ორგანიზაცია;
    ბ. დეზინფორმაცია;
    გ. ეკონომიკა;
    დ. ბიზნესი.

11. ორგანიზაცია, რომლის ძირითადი მიზანია მოგების მიღება, არის:
    ა. მუნიციპალური;
    ბ. არაკომერციული;
    გ. საჯარო;
    დ. კომერციული.

12. კომერციული ორგანიზაციის ძირითადი მიზანი არის:
    ა. სოციალური სიკეთეების შექმნა;
    ბ. მოგების მიღება;
    გ. სახელმწიფო სერვისების მიწოდება;
    დ. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

13. დროთა განმავლობაში, გარკვეული მიმართულებით მონაცემების ცვლილების ზოგადი ტენდენცია არის:
    ა. სიმინდის მოსავალი;
    ბ. მიწოდება;
    გ. ტრენდი;
    დ. მოთხოვნა.

14. მომხმარებლისთვის საქონლის ან მომსახურების თავდაპირველ ფასზე უფრო დაბალ ფასად შეთავაზება არის:
    ა. ეკონომიკური ზრდა;
    ბ. ფასის ზრდა;
    გ. მწარმობლურობის შემცირება;
    დ. ფასდაკლება.

15. გონებრივი იერიში არის:
    ა. რაიმე ახლის ან არსებულის ახლებურად კეთება;
    ბ. ადამიანთა საზოგადოებრივი გაერთიანება;
    გ. თავისუფალი დისკუსია პრობლემების გამოსავლენად, მათ გადასაწყვეტად და იდეების გენერირებისათვის;
    დ. შეჯიბრი.

16. თავისუფალი დისკუსია პრობლემების გამოსავლენად, მათ გადასაწყვეტად და იდეების გენერირებისათვის არის:
    ა. გონებრივი იერიში;
    ბ. ლექცია;
    გ. გაკვეთილი;
    დ. დეპრესია.

17. სისტემური ანალიზის პროცესი, რომლის დროსაც დგინდება, რა უნდა გაკეთდეს იმისათვის, რომ მიღწეულ იქნეს სასურველი შედეგი, არის:
    ა. საჭიროებათა ანალიზი;
    ბ. სვოტ (SWOT) ანალიზი;
    გ. კარტოგრაფიული ანალიზი;
    დ. მხატვრული ანალიზი.

18. სტრუქტურირებული დაგეგმვის მეთოდი ძლიერი მხარეების, სისუსტეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების გასაანალიზებლად, რომელიც გამოიყენება იდეის, პროექტის ან ბიზნესის შეფასებისთვის, არის:
    ა. საჭიროებათა ანალიზი;
    ბ. სვოტ (SWOT) ანალიზი;
    გ. კარტოგრაფიული ანალიზი;
    დ. მხატვრული ანალიზი.

19. სვოტ (SWOT) ანალიზი მოცვას:
    ა. ძლიერი მხარეების, საშუალებების, მარაგების და საფრთხეების ანალიზს;
    ბ. ძლიერი მხარეების, შედეგების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების ანალიზს;
    გ. ძლიერი მხარეების, შედეგების, შესაძლებლობებისა და არითმეტიკულ ანალიზს;
    დ. ძლიერი მხარეების, სისუსტეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების ანალიზს.

20. ორგანიზაციის მიზნის მოკლე აღწერილობა, ორიენტირი, რომელზეც დაფუძნებულია ყველა მომავალი გადაწყვეტილება, არის:
    ა. ხარისხის სერტიფიკატი;
    ბ. მისიის განაცხადი;
    გ. ხედვის განაცხადი;
    დ. სლოგანი.

21. კომპანიის მიერ მიწოდებული დეკლარირებული პირობა ან ღირებულება, რომელსაც აღიარებს მომხმარებელი და დარწმუნებულია მის სისწორეში, არის:
    ა. ღირებულებების განაცხადი
    ბ. მისიის განაცხადი
    გ. ხედვის განაცხადი
    დ. სლოგანი

22. ზუსტი, გარემოზე ფოკუსირებული გეგმა, რომელიც განსაზღვრავს საშუალო და გრძელვადიან მიზნებსა და ხედვას იმის თაობაზე, თუ როგორ უნდა იქნეს მიღებული ორგანიზაცია გარემოს მხრიდან, არის:
    ა. ღირებულებების განაცხადი;
    ბ. მისიის განაცხადი;
    გ. ხედვის განაცხადი;
    დ. ხარისხის განაცხადი.

23. შერჩეული ქმედებების ერთობლიობა, რომლის საშუალებითაც ორგანიზაცია იღწვის ბაზარზე წამყვანი ადგილის დასაკავებლად, დეკლარირებულია:
    ა. ხედვის განაცხადში;
    ბ. ღირებულებების განაცხადში;
    გ. მისიის განაცხადში;
    დ. ხარისხის განაცხადში.

24. ის, რის გარეშეც ვერ ვიცხოვრებთ, არის:

    ა. მოთხოვნა;
    ბ. სურვილი;
    გ. საჭიროება;
    დ. ფუფუნება.

25. მომხმარებლის ფულადი შესაძლებლობით უზრუნველყოფილი სურვილი, შეიძინოს საქონელი ან მომსახურება, არის:
    ა. მოთხოვნა;
    ბ. მიწოდება;
    გ. ფუფუნება;
    დ. საჭიროება.

26. ფირმების მიერ წარმოებული ფიზიკური პროდუქცია, გარკვეული ღირებულების მქონე ხელშესახები საგნები არის:
    ა. მომსახურება;
    ბ. საქონელი;
    გ. ორივე ზემოთ ჩამოთვლილი;
    დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

27. სხვებისთვის შესრულებული სამუშაო არის:
    ა. მომსახურება;
    ბ. საქონელი;
    გ. ორივე ზემოთ ჩამოთვლილი;
    დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

28. ბიზნესის სამართლიანობის დაცვა არის:
    ა. თავდაცვა;
    ბ. სხვების უფლებების დაცვა;
    გ. თავდასხმა;
    დ. ბიზნეს ეთიკა.

29. დოკუმენტი, რომელშიც ჩამოყალიბებულია მორალური ქცევის სახელმძღვანელო პრინციპები და წესები, არის:
    ა. ეთიკის კოდექსი;
    ბ. ქცევის წესები;
    გ. საგადასახდო კოდექსი;
    დ. წესდება.

30. წარმოებული საქონლისა და მომსახურების მოცულობა, რომელიც გამოითვლება სამუშაო დროის, სამუშაო ძალის, კაპიტალური დანახარჯებისა და ა.შ. ყოველ ერთეულზე, არის:
    ა. მოგება;
    ბ. მომგებიანობა;
    გ. დანახარჯი;
    დ. მწარმოებლურობა.

31. შრომითი ანუ ფიზიკური და გონებრივი ძალისხმევა, რომელიც საჭიროა წარმოებისათვის, არის:
    ა. ბუნებრივი რესურსი;
    ბ. მანქანა-დანადგარები;
    გ. ადამიანური რესურსი;
    დ. კაპიტალი.

32. რაიმეს ზრდის პროცესი არის:
    ა. ალტერნატივა;
    ბ. შემეცნება;
    გ. განვითარება;
    დ. შემცირება.

33. განვითარება, რომლის დროსაც არსებული რესურსები არ გამოილევა ანდა მისი ხარისხი არ გაუარესდება, არის:
    ა. ბუნების მოვლა;
    ბ. გარემოს დაცვა;
    გ. მდგრადი განვითარება;
    დ. ოზონის განვითარება.

34. ორგანიზაციის დეპარტამენტი, რომელიც პასუხისმგებელია პროდუქციის რეალიზაციაზე, არის:
    ა. ადამიანური რესურსების განყოფილება;
    ბ. წარმოების განყოფილება;
    გ. ფინანსების განყოფილება;
    დ. მარკეტინგის განყოფილება.

35. რაიმეს გაკეთების ან მიღწევის დეტალური განაცხადი არის:
    ა. აქცია;
    ბ. გეგმა;
    გ. საშინაო დავალება;
    დ. თამასუქი.

36. ბიზნესგეგმა არის:
    ა. ბრძანება დირექტორის დანიშვნის შესახებ;
    ბ. კომპანიის მიზნებისა და სტრატეგიის აღწერა, რომელიც თავმოყრილია ბიუჯეტში და პროექტირებულ ფინანსურ პროგნოზირებაში;
    გ. კომპანიის ფინანსური ანგარიში;
    დ. გასული საქმიანობის შესახებ პრობლემების მიმოხილვა.

37. დამსაქმებელსა და დასაქმებულს შორის გაფორმებული წერილობითი დოკუმენტი, სადაც გაწერილია ორივე მათგანის უფლებები და მოვალეობები, ანაზღაურების ოდენობა და ანგარიშსწორების დრო, არის:
    ა. შრომითი ხელშეკრულება;
    ბ. სავალო დოკუმენტი;
    გ. ბანკის ქვითარი;
    დ. საიჯარო ხელშეკრულება.

38. კომპანიის დაფუძნება მოიცავს ყველაფერს, გარდა:
    ა. კომპანიის სარეგისტრაციო დოკუმენტების მომზადებისა;
    ბ. სარეგისტრაციო ორგანოში რეგისტრირებისა;
    გ. ბალანსის მომზადებისა;
    დ. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილისა.

39. რაიმეს ახლიდან კეთების პროცესი ან საქმიანობა არის:
    ა. კვლავწარმოება;
    ბ. ტრანზაქცია;
    გ. გენერირება;
    დ. აგლომერაცია.

40. ორმხრივად დაკავშირებული ოპერაცია არის:
    ა. კვლავწარმოება;
    ბ. ტრანზაქცია;
    გ. გენერირება;
    დ. აგლომერაცია.

41. რეგულარული შემოწმების/დაკვირვების განხორციელება იმის დასანახად, თუ როგორ მიმდინარეობს გეგმის შესრულება, არის:
    ა. მართვა;
    ბ. დაგეგმვა;
    გ. მონიტორინგი ;
    დ. კონტროლი.

42. მოტივაცია ეს არის:
    ა. რაიმეს დახატვა;
    ბ. შენობის აშენება;
    გ. საქონლის დამზადება;
    დ. ხელოვნება, ადამიანებს აღუძრა რაიმეს კეთების სურვილი.

43. ხარისხის კონტროლი ეს არის:
    ა. პროდუქციის ხარისხისა და საიმედოობის მაჩვენებლის მონიტორინგი;
    ბ. რეგულარული შემოწმების/დაკვირვების განხორციელება იმის დასანახად, თუ როგორ მიმდინარეობს გეგმის შესრულება;
    გ. საჭიროებათა ანალიზი;
    დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

44. მთავრობისათვის სავალდებულო გადასახდელი არის:
    ა. გადასახადი;
    ბ. შემოსავალი;
    გ. მოგება;
    დ. ზარალი.

45. ---------- იგივეა რაც საგარანტიო მომსახურება:
    ა. თმის შეჭრა;
    ბ. ფინანსური მომსახურება;
    გ. საშუამავლო ბიზნესი;
    დ. გაყიდვის შემდგომი მომსახურება.

46. საქმიანობა, რომელიც ხელს უწყობს წარმოებული საქონლისა და მომსახურების წარმატებულ რეალიზაციას, არის:
    ა. მარკეტინგი;
    ბ. მეწარმეობა;
    გ. ლიდერობა;
    დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

47. ფირმის ნაწილობრივი მფლობელობის უფლების დამადასტურებელი სერთიფიკატი, რომელსაც გააჩნია ფულადი ღირებულება, არის:
    ა. ობლიგაცია;
    ბ. აქცია;
    გ. ოფცია;
    დ. მაქცია.

48. აქციონერთა მიერ არჩეული კორპორაციის აღმასრულებელი ორგანო, რომელიც ოპერატიულად მართავს კორპორაციის საქმეებს, არის:
    ა. საბჭო;
    ბ. გამგებელი;
    გ. დირექტორი;
    დ. მასწავლებელი.

49. წერილობითი ანგარიში სხდომის მიმდინარეობის შესახებ არის:
    ა. დადგენილება;
    ბ. წესდება;
    გ. ოქმი;
    დ. ბალანსი.

50. ორგანიზაციის დამფუძნებლების მიერ შედგენილი წერილობითი დოკუმენტი, რომელშიც გაწერილია ორგანიზაციის ფუქნციონირების ძირითადი წესები და პრინციპები, არის:
    ა. დადგენილება;
    ბ. წესდება;
    გ. ოქმი;
    დ. ბალანსი.

51. რაიმე ახლის დანერგვა და განვითარება (ეს შეიძლება იყოს პროდუქტი, მომსახურება ან/და კომპანიის მართვის გზა), არის:
    ა. საქონელი;
    ბ. პრაქტიკა;
    გ. ბარაქა;
    დ. ინოვაცია.

52. მასალის ან წყაროს სისტემური მოძიება და შესწავლა იმისათვის, რომ დადგენილი იქნეს ფაქტები და მიღებული იქნეს ახალი დასკვნები, არის:
    ა. ისტორია;
    ბ. გეოგრაფია;
    გ. ფილოსოფია;
    დ. კვლევა.

53. გეგმის განხორციელებისას, კონკრეტული ქმედებების მიმართულებებისა და ტაქტიკის ერთობლიობა არის:
    ა. მისიის განაცხადი;
    ბ. ანალიზი;
    გ. სტრატეგია;
    დ. კვლევა.

54. თუ პროდუქციას აქვს ამ პროდუქციისთვის დამახასიათებელი ყველა საუკეთესო თვისება, ის არის:
    ა. მოდური;
    ბ. ლიკვიდური;
    გ. დრეკადი;
    დ. ხარისხიანი.

55. დამაკმაყოფილებელი საკრედიტო რეიტინგის მქონე პირი, რომელიც კისრულობს სესხის დაფარვას იმ შემთხვევაში, თუ მოვალე ვერ შეძლებს ამას, არის:
    ა. თავდები;
    ბ. დირექტორი;
    გ. მენტორი;
    დ. ფასილიტატორი.

56. გავლენის მოხდენის უნარი არის:
    ა. ეფექტურობა;
    ბ. ეფექტიანობა;
    გ. მწარმოებლურობა;
    დ. მობილობა.

57. ხელთ არსებული რესურსით მაქსიმალური შედეგის მიღება არის:
    ა. ეფექტურობა;
    ბ. ეფექტიანობა;
    გ. მწარმოებლურობა;
    დ. მობილობა.

58. კვლევა, რომელიც ხორციელდება მეორადი მონაცემების გაანალიზებისა და შესწავლის მეშვეობით, არის:
    ა. სასკოლო;
    ბ. კაბინეტური;
    გ. საველე;
    დ. სასათბურე.

59. კვლევა, რომელს დროსაც ხდება პირველადი მონაცემების მოგროვება და მათი გაანალიზება, არის:
    ა. სასკოლო;
    ბ. კაბინეტური ;
    გ. საველე;
    დ. სასათბურე.

60. ამა თუ იმ საკითხის წინასწარი განჭვრეტა არის:
    ა. პროგნოზირება;
    ბ. ოცნება;
    გ. მკითხაობა;
    დ. შედეგი.

61. შემოსავლის მეტობა ხარჯებზე არის:
    ა. მოგება;
    ბ. ზარალი;
    გ. ბალანსი;
    დ. გადასახადი.

62. შემოსავლის ნაკლებობა ხარჯებზე არის:
    ა. მოგება;
    ბ. ზარალი;
    გ. ბალანსი;
    დ. გადასახადი.

63. დროის გარკვეულ პერიოდში ფირმის შემოსავლის, ხარჯებისა და გადასახადების შეჯამება არის:
    ა. მარკეტინგის ანგარიში;
    ბ. პროგნოზირება;
    გ. ბალანსი;
    დ. მოგება-ზარალის ანგარიშგება.

64. კომპანიის ფინანსური სურათი, სადაც შეჯამებულია ფირმის აქტივები, ვალდებულებები და საკუთარი კაპიტალი დროის გარკვეული მომენტისათვის, არის:
    ა. მარკეტინგის ანგარიში;
    ბ. პროგნოზირება;
    გ. საბალანსო უწყისი;
    დ. მოგება-ზარალის ანგარიშგება.

65. შემოსავლების და ხარჯების განზოგადებული გეგმა, დროის გარკვეული პერიოდისთვის არის:
    ა. წარმოების ანგარიში;
    ბ. მარკეტინგის ანგარიში;
    გ. ბიუჯეტი;
    დ. ბალანსი.

66. ბიუჯეტის მომზადების პროცესი არის:
    ა. დაბალანსება;
    ბ. ფინანსების მართვა;
    გ. მარაგების მართვა;
    დ. ბიუჯეტირება.

67. კომპანიის მფლობელობაში არსებული რესურსები არის:
    ა. აქტივები;
    ბ. ვალდებულებები;
    გ. კაპიტალი;
    დ. ბალანსი.

68. ხელშეკრულების ერთი მხარის მიერ ნაკისრი ვალდებულებები მეორე მხარის სასარგებლოდ არის:
    ა. აქტივები;
    ბ. ვალდებულებები;
    გ. კაპიტალი;
    დ. ბალანსი.

69. სხვაობა ფირმის აქტივებსა და მის ვალდებულებებს შორის:
    ა. აქტივები;
    ბ. ვალდებულებები;
    გ. კაპიტალი;
    დ. ბალანსი.

70. საბალანსო ტოლობა:
    ა. აქტივები = ვალდებულებები + კაპიტალი;
    ბ. აქტივები - კაპიტალი = ვალდებულებები;
    გ. აქტივები - ვალდებულებები = კაპიტალი;
    დ. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

71. საბალანსო ტოლობა:
    ა. აქტივები = ვალდებულებები + კაპიტალი;
    ბ. აქტივები + კაპიტალი = ვალდებულებები;
    გ. აქტივები + ვალდებულებები = კაპიტალი;
    დ. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი.

72. გარე მიმწოდებლისგან რესურსების შესყიდვის პროცესი, მათი დამოუკიდებლად წარმოების ნაცვლად არის:
    ა. წარმოება;
    ბ. მწარმობლურობა;
    გ. გარე რესურსირება ;
    დ. შიდა რესურსირება.

73. ხელფასზე დანამატი კარგად შესრულებული სამუშაოსთვის არის:
    ა. პრემია;
    ბ. ბონუსი;
    გ. ორივე ზემოთ ჩამოთვლილი;
    დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

74. გაყიდული საქონლის რაოდენობისა და ფასის ნამრავლი არის:
    ა. გაყიდვები;
    ბ. შემოსავალი რეალიზაციიდან;
    გ. ორივე ზემოთ ჩამოთვლილი;
    დ. არც ერთი ზემოთ ჩამოთვლილი.

75. საქონლის ან მომსახურების შექმნის პროცესი:
    ა. წარმოება;
    ბ. განბაჟება;
    გ. გაქცევა;
    დ. შემოწმება.

76. ცოდნა და გამოცდილება, რომელსაც ადამიანები ყოველდღიურ ცხოვრებაში იყენებენ, არის:
    ა. წესები;
    ბ. ბრძანება;
    გ. მართვა;
    დ. უნარ-ჩვევები.

77. რაიმეს თავისუფლად კეთების უფლება და უნარი არის:
    ა. დეკლარაცია;
    ბ. წესდება;
    გ. წარმოება;
    დ. შესაძლებლობა.

78. ბიზნეს საქმიანობის შეწყვეტის პროცესი არის:
    ა. ლიკვიდაცია;
    ბ. რეგისტრაცია;
    გ. ინფლაცია;
    დ. გაკოტრება.

79. კომპანიის წმინდა მოგების განაწილება მის აქციონერებზე/მეწილეებზე არის:
    ა. სარგო;
    ბ. დივიდენდი;
    გ. ზარალი;
    დ. ხელფასი.

80. მოგება გაყოფილი აქციათა რაოდენობაზე არის:
    ა. შემოსავალი აქციაზე;
    ბ. მოთხოვნა;
    გ. მარაგი;
    დ. ლიკვიდურობა.

81. შენ ხარ ველოსიპედებით მოვაჭრე. გასულ თვეს შენ გაყიდე 15000 ევროს ღირებულების ველოსიპედი. ასევე 5000 ევროს აღჭურვილობები და შეკეთებაში გადაგიხადეს 2000 ევრო. უკან დაბრუნებულ ველოსიპედში უნდა გადაუხადო 2000 ევრო და ფასდაკლებისთვის, ასევე იხდი 1000 ევროს.
მოცემული წინადადებებიდან რომელია სწორი?

	სწორია	არასწორია
შენი მთლიანი გაყიდვები შეადგენს 20000 ევროს		
შენი წმინდა გაყიდვები შეადგენს 22000 ევროს		
შენი მთლიანი გაყიდვები შეადგენს 22000 ევროს		
შენი წმინდა გაყიდვები შეადგენს 20000 ევროს		
შენი წმინდა გაყიდვები შეადგენს 19000 ევროს		

82. სტუდენტების ჯგუფი განიხილავდა გადასახადებს და შეთანხმდნენ, რომ გადასახადები სახელმწიფოს მიერ შეგროვებული ფულადი სახსრებია, იმისათვის რომ გადაიხადოს საზოგადოებრივი საჭიროებებისთვის, როგორიცაა სკოლები, სავადმყოფოები, გზები და ა.შ. მათ ასევე აღმოაჩინეს, რომ არსებობს ორი ძირითადი გადასახადი: პირდაპირი გადასახადი და არაპირდაპირი გადასახადი.
განსაზღვრეთ გადასახადების ტიპები!

	არაპირდაპირი	პირდაპირი
დღგ არის ეროვნული გაყიდვების გადასახადი, რომელიც გროვდება თითოეულ საწარმოში პროდუქციის წარმოების ან მოხმარების თითოეულ ეტაპზე		
საბაჟო გადასახადი არის გადასახადი, რომელიც უნდა გადაიხადოს პირმა საქონლის იმპორტისათვის		
საშემოსავლო გადასახადი არის გადასახადი თქვენი შემოსავლიდან, იხდით ფულიდან რომელსაც თქვენ იღებთ		
კომპანიის გადასახადი არის გადასახადი კომპანიების წმინდა მოგებიდან		

83. დამატებითი ღირებულების გადასახადი (დღგ) არის სამომხმარებლო გადასახადის ტიპი, რომელიც წესდება საქონელზე, როდესაც მისს ფასს ემატება გადასახადი გაყიდვისას და ის მაღალია ვიდრე მისი წარმოება დაჯდა. თქვენ იყიდეთ საქონელი დიზაინერულ მაღაზიაში და მასზე უნდა გადაიხადოთ დღგ. წმინდა ფასი 600 ევროს შეადგენს - დღგ-ის განაკვეთი 20% -ია.
ჩამოთვლილთაგან რომელი მტკიცებაა სწორი?

	სწორია	არასწორია
მთლიანი ფასი 660 ევროა		
დღგ არის 120 ევრო		
დღგ არის100 ევრო		
მთლიანი ფასია 720 ევრო		
მთლიანი ფასია 600 ევრო		

84. საცხობს აქვს ფიქსირებული 500 ევროს ყოველთვიური ხარჯი. ერთი სენდვიჩის წარმოების დამატებითი ღირებულება არის 0.50 ევრო, ერთი სენდვიჩის ფასი კი არის 1 ევრო.
მოცემული განმარტებებიდან რომელია სწორი? *(გთხოვთ, გაითვალისწინეთ, რომ სწორად გაცემული პასუხებისთვის მთლიანობაში მოგენიჭებათ 5 ქულა)*

	სწორია	არასწორია
შენ უნდა გაყიდო 1000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები		
შენ უნდა გაყიდო 2000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები		
თუ სენდვიჩის ფასს შეამცირებ 0.75-მდე, შენ უნდა გაყიდო 3000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები		
თუ სენდვიჩის ფასს შეამცირებ 0.75-მდე, შენ უნდა გაყიდო 2000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები		
თუ სენდვიჩის ფასს გაზრდი 1.30 ევრომდე, მთლიანი მოგება ერთ სენდვიჩზე იქნება 0.80 ევრო		

პასუხები:

კითხვა	სწორი პასუხი	კითხვა	სწორი პასუხი
1	ბ	41	ბ
2	დ	42	გ
3	ა	43	დ
4	ბ	44	ა
5	დ	45	ა
6	გ	46	დ
7	დ	47	ბ
8	ბ	48	ა
9	ა	49	გ
10	ა	50	ბ
11	დ	51	დ
12	ბ	52	დ
13	გ	53	გ
14	დ	54	დ
15	გ	55	ა
16	ა	56	ა
17	ა	57	ბ
18	ბ	58	ბ
19	დ	59	გ
20	ბ	60	ა
21	ა	61	ა
22	გ	62	ბ
23	ა	63	დ
24	გ	64	გ
25	ა	65	გ
26	ბ	66	დ
27	ა	67	ა
28	დ	68	ბ
29	ა	69	გ
30	დ	70	ა
31	გ	71	დ
32	გ	72	გ
33	გ	73	გ
34	ა	74	ა
35	დ	75	ა
36	ბ	76	დ
37	ბ	77	დ
38	ა	78	ა
39	გ	79	ბ
40	ა	80	ა

81.	სწორია	არასწორია
შენი მთლიანი გაყიდვები შეადგენს 20000 ევროს	o	x
შენი წმინდა გაყიდვები შეადგენს 22000 ევროს	o	x
შენი მთლიანი გაყიდვები შეადგენს 22000 ევროს	x	o
შენი წმინდა გაყიდვები შეადგენს 20000 ევროს	o	x
შენი წმინდა გაყიდვები შეადგენს 19000 ევროს	x	o

82.	არაპირდაპირი	პირდაპირი
დღგ არის ეროვნული გაყიდვების გადასახადი, რომელიც გროვდება თითოეულ საწარმოში პროდუქციის წარმოების ან მოხმარების თითოეულ ეტაპზე	x	o
საბაჟო გადასახადი არის გადასახადი, რომელიც უნდა გადაიხადოს პირმა საქონლის იმპორტისათვის	x	o
საშემოსავლო გადასახადი არის გადასახადი თქვენი შემოსავლიდან, იხდით ფულიდან რომელსაც თქვენ იღებთ	o	x
კომპანიის გადასახადი არის გადასახადი კომპანიების წმინდა მოგებიდან	o	x

83.	სწორია	არასწორია
მთლიანი ფასი 660 ევროა	o	x
დღგ არის 120 ევრო	x	o
დღგ არის100 ევრო	o	x
მთლიანი ფასია 720 ევრო	x	o
მთლიანი ფასია 600 ევრო	o	x

84.	სწორია	არასწორია
შენ უნდა გაყიდო 1000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები	x	o
შენ უნდა გაყიდო 2000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები	o	x
თუ სენდვიჩის ფასს შეამცირებ 0.75-მდე, შენ უნდა გაყიდო 3000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები	o	x
თუ სენდვიჩის ფასს შეამცირებ 0.75-მდე, შენ უნდა გაყიდო 2000 სენდვიჩი, რათა დაფარო ყოველთვიური ფიქსირებული ხარჯები	x	o
თუ სენდვიჩის ფასს გაზრდი 1.30 ევრომდე, მთლიანი მოგება ერთ სენდვიჩზე იქნება 0.80 ევრო	x	o

სამეწარმეო უნარ–ჩვევების სერტიფიცირება (ESP)

სილაბუსი

სამეწარმეო უნარ–ჩვევების სერტიფიცირება (ESP) არის საერთაშორისო კვალიფიკაციის ახალი ხარისხი, რომელიც ამოწმებს ახალგაზრდების ცოდნას, უნარ-ჩვევებს, რომლებმაც მიიღეს რეალური "სამეწარმეო გამოცდილება". სერტიფიკატი ადასტურებს, რომ სტუდენტმა მოიპოვა საჭირო ცოდნა, უნარები და კომპეტენციები იმისთვის, რომ წარმატებით დასაქმდეს ან დაიწყოს ბიზნესი.

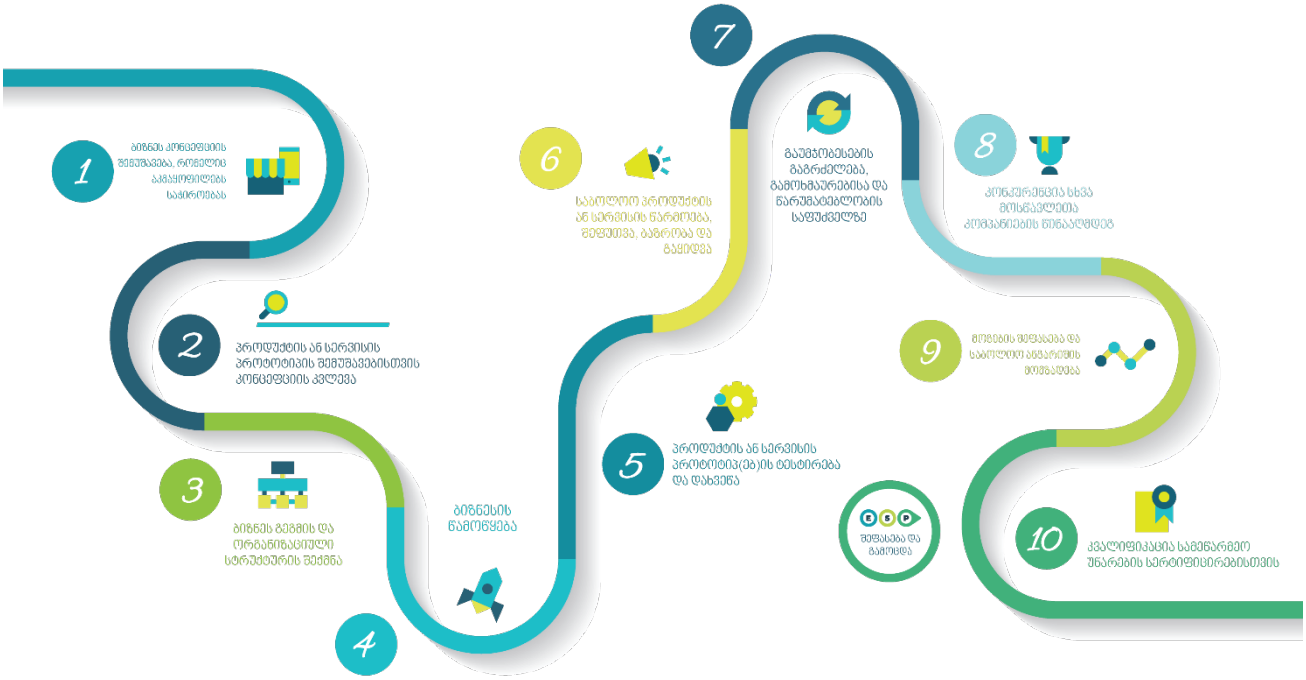
„მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლისათვის" კვალიფიკაციების ევროპული ჩარჩოს თანახმად, ESP–ის ფარგლებში, "კვალიფიკაცია" წარმოადგენს შეფასებისა და დადასტურების პროცესის ფორმალურ შედეგს, რომელიც მიიღება, მაშინ როდესაც კომპეტენტური ორგანო ადგენს, რომ ინდივიდმა მიაღწია სწავლის შედეგებს მოცემული სტანდარტების მიხედვით.

ESP შედგება სამი ძირითადი ელემენტისაგან:

- **რეალური სამეწარმეო გამოცდილების შეძენა** – რომელიც სკოლაში მიმდინარეობს 1სასწავლო წლის განმავლობაში და მოიცავს გამოცდილი, საქმიანი ადამიანების მენტორინგს და შეჯიბრებებში მონაწილეობას. მასწავლებლებისა და ბიზნეს მოხალისეების ხელმძღვანელობით, ჯგუფური მუშაობის გარდა, სტუდენტებს აქვთ შესაძლებლობა, შექმნან და მართონ მინიკომპანია. პროგრამა მოიცავს ახალგაზრდებისთვის იდეების განვითარებას, თავმოყრას და აქტივობებში მათ რეალურად გადატანას; ისინი ასევე სწავლობენ გუნდურ მუშაობას, იღებენ ინიციატივასა და პასუხისმგებლობას; შეიცნობენ, თუ რას ნიშნავს მართონ ნამდვილი საწარმო; გაიგებენ, თუ რა წვლილი აქვს ეკონომიკასა და ფინანსებს პროექტის წარმატებაში; ისინი პრაქტიკაში იყენებენ მათემატიკურ, მეცნიერულ, მეტყველებით, წერით, ტექნოლოგიურ თუ სპეციალურ უნარებს.
- **თვითშეფასების მექანიზმი** - სწავლებაში ჩართული სტუდენტების სამეწარმეო გამოცდილება აისახება მათ სამეწარმეო კომპეტენციებზე, ვინაიდან ისინი მთელი წლის განმავლობაში განიცდიან პროგრესს. ინიციატივის ქონა და მეწარმეობის უნარი არის მთავარი კომპეტენცია, ამასთანავე განსაკუთრებული აქცენტია გამახვილებული შემოქმედებითობაზე, შეუპოვრობაზე, გონებამახვილობაზე, თავდაჯერებულობაზე, ინიციატივის გამოჩენაზე, პასუხისმგებლობის აღებასა და გუნდურ მუშაობაზე.
- **ონლაინ გამოცდა** – ბიზნეს, ეკონომიკური და ფინანსური ცოდნის შემოწმებაა, რომელიც სტუდენტებმა მიიღეს ამ გამოცდილების შედეგად. ESP შექმნილია, როგორც „საშვი" შემდგომი შესაძლებლობებისთვის, იგი აღიარებულია მცირე და მსხვილი ბიზნესების, ასევე უმაღლესი საგანმანათლებლო ინსტიტუტებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ მთელს ევროპაში. ESP–ის პლატფორმა იქნება ადგილი, სადაც ახალგაზრდები შეძლებენ იპოვონ დამატებითი სტიმულები საკუთარ ბიზნეს იდეების განხორციელებისთვის, კარიერის განვითარებისთვის, მომზადებისა და განათლების მიღების შესაძლებლობების აღმოჩენისთვის. ESP არის ისეთი რამ, რასაც სტუდენტები დაამატებენ სასწავლო გეგმას და ჩაწერენ საკუთარ პროფესიულ პროფილებში, ეს კი არის დიდი შესაძლებლობა იმ ასაკის პირთათვის, ვისაც ჯერ არ გააჩნია რაიმე სამუშაო გამოცდილება.

გზა მეწარმეობისკენ

მეწარმეობის საფუძვლების პროგრამა X სამეწარმეო უნარ–ჩვევების სერტიფიცირება (ESP)



სამეწარმეო უნარების გამოცდა

საბოლოო გამოცდის მიზანია შეაფასოს, განამტკიცოს და მოახდინოს სტუდენტთა სერტიფიცირება მათი თეორიული და ფაქტობრივი ცოდნის (მუშაობის ან სწავლის სფეროსთან დაკავშირებული: ფაქტები, პრინციპები, თეორიები და პრაქტიკები), ისევე როგორც მათი შემეცნებითი და პრაქტიკული უნარების (უნარი, გამოიყენოს ცოდნა და შესწევდეს უნარი, რომ შეასრულოს ამოცანები და გადაჭრას პრობლემები) ყველაზე მნიშვნელოვან, ძირითად ბიზნესს საკითხებსა და ცნებებზე. გამოცდა ორიენტირებულია 4 ძირითად კატეგორიაზე/არეზე, რომელიც აღწერს ძირითად სფეროებს, რომლებიც სტუდენტებს უნდა აეთვისებინათ სამეწარმეო გამოცდილების მიღების დროს. თითოეული კატეგორია/არე მოიცავს რიგ თემებს.



ისინი განსაზღვრულია **სწავლების შედეგებიდან** გამომდინარე და აღწერენ, თუ რა უნდა იცოდეს, ესმოდეს და/ან შეეძლოს მოსწავლეს სწავლის პროცესის დასრულებამდე (ევროკომისია, 2008).

თითოეული სასწავლო შედეგი ერთად არის წარმოჩენილი „დიდაქტიკურ მიზნებში“, რომელიც უზრუნველყოფს იმის დეტალურად აღწერას - თუ რის სწავლას, ცოდნასა და გაგებას უნდა მოელოდეს სტუდენტი თითოეულ თემასთან დაკავშირებით.

სამეწარმეო უნარების გამოცდის ძირითადი მიზანი არის ის, რომ აჩვენოს პირდაპირი კავშირი გამოცდასა და სამეწარმეო გამოცდილების დროს მიღებულ აქტივობებს შორის. აქედან გამომდინარე, კითხვები უფრო მეტად ორიენტირებულია უნარ-ჩვევებზე დაფუძნებულ ამოცანებზე, აქცენტი გამახვილებულია მიხვედრის უნარსა და პრაქტიკულ სცენარზე, ვიდრე მხოლოდ ცოდნის შეფასებასა და ფაქტების გახსენებაზე.

ESP-ის სილაბუსი

კატეგორია/არე:

1. ორგანიზაციების ზოგადი გაგება, აღქმა.

1.1. მეწარმეობა

მე შემიძლია განვმარტო რა არის საწარმო და მეწარმე და რა როლი აქვთ მათ საზოგადოებაში.

<u>მიზნები</u> - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს, რა არის საწარმო და განსაზღვროს მეწარმის ძირითადი მახასიათებლები და უნარები.
- განმარტოს, რატომ ქმნიან ბიზნესს ინდივიდები და რა ძირითადი მოთხოვნები არის მის დასაწყებად.
- გამოამჟღავნოს ცოდნა საწარმოს შესაძლებლობებისა და რისკების შესახებ.
- განმარტოს საწარმოს წვლილი საზოგადოებში, სხვადასხვა მითითებულ კონტექსტში (მაგალითად: სოციალური, კულტურული, ეკონომიკური და ა.შ.)

1.1. ხედვა, მისია და ეთიკა.

მე მესმის ნათელი მისიისა და ძირითადი ღირებულებების მნიშვნელოვნობა და შემიძლია გავუმკლავდე ეთიკურ საკითხებს.

<u>მიზნები</u> - სტუდენტმა უნდა:

- ახსნას/წარმოაჩინოს, თუ რას გულისხმობს კორპორაციის მისია, რატომ არის ის მნიშვნელოვანი და როგორ უნდა დაიწეროს მისია გასაგებად და მარტივად.
- განმარტოს განსხვავება კომპანიის მისიასა და მის ღირებულებებს შორის.
- ჩამოაყალიბოს, თუ რა მნიშვნელობა აქვს ეთიკურ ნორმებს ბიზნესისათვის და რა იგულისხმება კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობაში.

1.2. სტრუქტურა

მე ვიცი ორგანიზაციების სტრუქტურა.

<u>მიზნები</u> - სტუდენტმა უნდა:

- გამოამჟღავნოს ცოდნა ორგანიზაციის სტრუქტურასა და სამუშაო გარემოზე.
- წაიკითხოს ორგანიზაციის სქემა, გაიგოს ვინ და რაზე არის პასუხისმგებელი, ასევე ვის ვისთვის შეუძლია ინსტრუქციების მიცემა.
- აღნიშნოს მთავარი როლები ორგანიზაციაში მათთან დაკავშირებული პასუხისმგებლობები და მოვალეობები.

1.3. ხელმძღვანელობა

მე ვიცი, რატომ არის ხელმძღვანელობა მნიშვნელოვანი.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს, რა იგულისხმება მართვაში (ხელმძღვანელობაში).
- აღწეროს და ჩამოაყალიბოს ეფექტური ლიდერის მთავარი უნარები.

1.4. კომპეტენცია ჯგუფში.

მე შემიძლია ავხსნა რა სახის კომპეტენციებია საჭირო ჯგუფში.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს გუნდური მუშაობის ღირებულები და უპირატესობები.
- ჩამოაყალიბოს, თუ რა არის საჭირო ეფექტური გუნდური მუშაობისათვის.
- აჩვენოს ჯგუფის განვითარებისთვის საჭირო უნარი, აგრეთვე რა წვლილი შეაქვს ინდივიდუალურ უნარებს და რა ეფექტი შეუძლია მათ მოახდინოს ჯგუფურ მუშაობაზე.

1.5. ICT (ინფორმაციისა და კომუნიკაციის ტექნოლოგიები) ღირებულება.

მე ვიცი, როგორ ეხმარება ICT ორგანიზაციებს, რომ ისინი იყვნენ უფრო ეფექტურები .

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- ჩამოაყალიბოს ინფორმაციისა და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დადებითი და უარყოფითი მხარეები ინდივიდისა და ორგანიზაციებისათვის.
- განმარტოს ინფორმაციისა და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მნიშვნელობა, განსაკუთრებული აქცენტების დასვას კომუნიკაციაზე, კვლევაზე, პროგრამულ ქსელზე, პროცესების მართვასა და დაცვის/კონფიდენციალურობის საკითხებზე.

1.6. ინდივიდუალური განვითარება: კარიერის ალტერნატივები და მეწარმეობა.

მე უფრო კარგად ვაცნობიერებ ჩემს სუსტ და ძლიერ მხარეებს და შემიძლია განვსაზღვრო ჩემთვის მისაღები კარიერული ალტერნატივები.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- ჩამოაყალიბოს კარიერული შესაძლებლობები მეწარმეობასა (Entrepreneurship) და დასაქმებაში (Intrapreneurship).
- გამოკვეთოს, თუ რას ნიშნავს, რომ დააფასო კარიერული შესაძლებლობები და გამოწვევები, დასაქმების გასაზრდელად.
- განმარტონ ინდივიდის ცოდნის მნიშვნელობა და უნარები, დასაქმების გასაზრდელად.

კატეგორია/არე:

2. მთავარი ნაბიჯები და იურიდიული მოთხოვნები.

2.1. ბიზნესის სიცოცხლისუნარიანობის ციკლი.

მე მესმის, რა არის ბიზნესი და ვიცი, როგორ განვავითარო იგი (შემიძლია პროცესის ახსნა).

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს ბიზნესისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი საკუთრების სამართლებრივი ფორმები და მათი შედარებითი უპირატესობები, აგრეთვე მათი უარყოფითი მხარეები.
- ჩამოაყალიბოს სხვადასხვა სახის ბიზნეს საქმიანობისთვის მათთვის დამახასიათებელი, გამორჩეული თვისებები.
- აღწეროს პროცესი და აუცილებელი ნაბიჯები დაფინანსების მოსაპოვებლად, რათა შეიქმნას და განხორციელდეს ბიზნესის მართვა.

2.2. წამოწყების ეტაპი.

მე ვიცი, რომ ყველა ბიზნესს ოპერირებისათვის სჭირდება ფორმალური საფუძველი.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- გამოამჟღავნოს ძირითადი ბიზნეს მოთხოვნების ცოდნა, მის საწყის ეტაპზე.
- განმარტოს ბიზნესისთვის დადგენილი მთავარი სამართლებრივი მოთხოვნები, საწყის ეტაპზე.

2.3. *მართვა.*

მე ვიცი, რომ ორგანიზაციები უნდა შეესაბამებოდნენ დადგენილ სამართლებრივ მოთხოვნებს ბუღალტერიის წარმოებისა და საგადასახადო ვალდებულებების შესრულების მხრივ.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს, რა სჭირდება ბიზნესს, რათა განახორციელოს თავისი საქმიანობა.
- ჩამოაყალიბოს მთავარი, ყოველდღიური მოთხოვნები ბიზნესსაქმიანობის განხორციელებისთვის.
- განმარტოს მთავარი სამართლებრივი პრინციპები, რომელსაც ეფუძნება საბუღალტრო და საგადასახადო სისტემა.

2.4. ლიკვიდაცია.

მე ვიცი, რა არის ლიკვიდაცია.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს, რა არის ბიზნეს ლიკვიდაციის პროცესი და რით განსხვავება იგი ბიზნეს „კრახისგან“.
- ჩამოაყალიბონ საჭირო ნაბიჯები კომპანიის ლიკვიდაციისთვის.

2.5. ინტელექტუალური საკუთრების წესები (IPR).

მე ვიცი, რომ არსებობს სხვადასხვა სახის ინტელექტუალურ საკუთრებაზე უფლების (IPR) მარეგულირებელი წესები და ის, თუ რატომ არიან ისინი მნიშვნელოვანი.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს ინტელექტუალურ საკუთრებაზე უფლებათა დამდგენი წესების მიზანი და რეგულირების სფერო.
- აღწეროს და განასხვავოს სხვადასხვა სახის ინტელექტუალური საკუთრება (მაგალითად, საავტორო უფლება, სასაქონლო ნიშანი ან პატენტი).
- განმარტოს, რას გულისხმობს ბიზნეს იდეის დაცვა და „ინტელექტუალურ საკუთრებაზე უფლების“ პრაქტიკული კომერციული სარგებელი.

კატეგორია/არე:

3. იდეის ფორმირებიდან ბაზრამდე.

3.1. გენერირებული იდეა.

შემიძლია ახალი იდეების შექმნა ინდივიდუალური და ერთობლივი მუშაობის დროს

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

სიცოცხლისუნარიანი კომერციული იდეის ამოცნობის უნარი.

ცოდნის გამომჟღავნება სხვადასხვა შემოქმედებითი ხერხებით ინდივიდებისა ან ჯგუფებისთვის.

3.2. ბიზნეს შესაძლებლობა.

მე შემიძლია გარდავქმნა იდეა ბიზნეს შესაძლებლობად.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს კომერციული იდეების ჩამოყალიბებისა და შეფასების განსხვავებული მეთოდები.
- განმარტოს საჭირო მოთხოვნები, რათა იდეა გარდაიქმნას ბიზნეს შესაძლებლობად.

3.3. ინოვაციის სახეები.

მე ვიცი, რა არის ინოვაცია და რომ არსებობს მათი სხვადასხვა სახე.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს კრიტიკული აზროვნების მნიშვნელობა ინოვაციისა და ბიზნეს განვითარებისთვის.
- ჩამოაყალიბონ და აღწერონ ტექნოლოგიებით ან მათ გარეშე მხარდაჭერილი განსხვავებული ინოვაციური მიდგომები.

3.4. ბაზრის კვლევა.

მე შემიძლია განვახორციელო ბაზრის კვლევა და მოვახდინო შედეგების ანალიზი.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- გამოამჟღავნოს ცოდნა და შესაძლებლობა, რომ აღწერონ და ახსნან ჩატარებული ბაზრის კვლევა.
- განმარტოს, რამდენად მნიშვნელოვანია ბიზნესისთვის, რომ მას აქცენტი ჰქონდეს მომხმარებელზე.

3.5. გაყიდვების ტაქტიკა.

მე შემიძლია განვსაზღვრო ეფექტური გაყიდვების სტრატეგია.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს სხვადასხვა გაყიდვების პოლიტიკა.
- განმარტოს, თუ რა მნიშვნელობა აქვს შეგეძლოს შესაბამისი გაყიდვების გზებისა და ტაქტიკის იდენტიფიცირება და არჩევა.

3.6. მარკეტინგული სტრატეგიები: ტაქტიკები, ტექნიკები და რესურსები.

მე ვიცი, რა არის მარკეტინგი და ის, რომ მნიშვნელოვანია სხვადასხვა მარკეტინგული ტაქტიკების, ტექნიკებისა და რესურსების (მათ შორის ონლაინ ინსტრუმენტების) გამოყენება.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- გამოამჟღავნოს ცოდნა მარკეტინგის ცნების თაობაზე.
- განმარტოს მარკეტინგის სტრატეგიის მთავარი ელემენტები.
- განმარტოს ტექნოლოგიებისა და სოციალური მედიის როლი მარკეტინგისთვის.
- განსაზღვროს, შეარჩიონ და მოარგონ შესაბამისი მარკეტინგული საშუალებები და არხები მოცემულ სცენარს.

3.7. ინტერნაციონალიზაცია.

მე ვიცი, როგორ უნდა შევისწავლო არსებული საერთაშორისო ვარიანტები ჩემი ბიზნესისთვის.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს გლობალიზაციის მნიშვნელობა, საერთაშორისო ვაჭრობის დადებითი და უარყოფითი მხარეები.
- განმარტოს ტექნოლოგიების წვლილი საერთაშორისო ვაჭრობის მხარდაჭერაში.
- აღწეროს და ახსნას კომპანიების სხვადასხვა შესაძლებლობები და გამოწვევები, რომლის წინაშეც ისინი დგანან როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე საერთაშორისო ასპარეზზე ვაჭრობის განხორციელების დროს.

3.8. ბიზნესგეგმა

მე ვიცი, რა არის ბიზნეს გეგმა და შემიძლია მისი განვითარება.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს ბიზნეს გეგმის მიზანი და შინაარსი.
- განმარტოს, რა აუცილებელი ნაბიჯებია საჭირო ბიზნეს გეგმის განვითარებისთვის.

კატეგორია/არე:

4. ფინანსური რესურსები და ბიუჯეტირება.

4.1. დაფინანსების შესაძლებლობები.

მე შემიძლია განვსაზღვრო დაფინანსების სხვადასხვა შესაძლებლობები.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- აღწეროს და ახსნას, რატომ არის საჭირო ბიზნესისთვის კაპიტალის გაზრდა.
- განმარტოს ბიზნეს დაფინანსების სხვადასხვა წყაროები და ურთიერთდამოკიდებულება მასთან დაკავშირებულ ხარჯების შორის.
- განმარტოს სხვადასხვა სახის ბიზნეს რისკები.

4.2. ღირებულება და ფასები.

მე შემიძლია, რომ გამოვთვალო პროდუქტის ან მომსახურების ღირებულება და განვსაზღვრო მისი ფასი

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს და ახსნან სხვადასხვა ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახდენენ ფასზე.
- განმარტოს კავშირი დანახარჯებსა და ფასს შორის.
- განმარტოს, რა ძირითადი ტექნიკები არსებობს პროდუქტის/მომსახურების ხარჯებსა და მათი ფასის გამოთვლისთვის.

4.3. საბიუჯეტო და ფინანსური ანალიზი.

მე ვიცი, რა არის ბიუჯეტი და რა არის ფინანსური ანგარიში

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტოს ფინანსური ანგარიშისა და ბიუჯეტს განსხვავება და მათი მიზანი/დანიშნულება.
- განმარტოს ფინანსური ანგარიშისა და ფულადი ბიუჯეტის მიზანი და გამოყენება.

4.4. ძირითადი ტერმინოლოგია.

მე ვიცი, თუ ბიზნესი/ორგანიზაცია როგორ აღწევს მოგების მაჩვენებელს და წარმოდგენა მაქვს ფინანსური საკითხების შესახებ ძირითად ტერმინოლოგიაზე.

მიზნები - სტუდენტმა უნდა:

- განმარტონ ძირითადი ტერმინები, რომლებიც დაკავშირებულია ბიზნეს გარემოსთან და ფინანსურ საკითხებთან.

ESP გამოცდა

ESP გამოცდა ტარდება ონლაინ პლატფორმის მეშვეობით, რომელიც ხელმისაწვდომია მხოლოდ სპეციალიზებულ სატესტო ცენტრებში, სადაც ფორმალურ გარემოში სტუდენტებს შეუძლიათ მივიდნენ და ჩააბარონ გამოცდა. აქვე მიმოხილულია გამოცდის მთავარი „მახასიათებლები“:

ტესტირებაში მოცემული კითხვები ჯამში28 ქულის ეკვივალენტურია.

შესაძლო ტიპის კითხვები:

- რამდენიმე პასუხის მქონე კითხვები (4 სავარაუდო პასუხი, რომელთაგან მხოლოდ ერთი პასუხია სწორი)
- კითხვები ჩამოსაშლელი მენიუთი (ამორჩევის უფლებით)
- დასაკავშირებელი კითხვები (ელემენტების მისადაგება)

ტესტის ფორმატი:

- ცალკეული კითხვები და/ან კითხვები მოკლე სცენარით.

გამოცდის ხანგრძლივობა: 1 საათი

შეფასება:

- მხოლოდ დადებითი პასუხების შეფასება ხდება;
- თითოეულ კითხვას აქვს მინიჭებული ერთიდაიგივე ქულა;
- ყველაფერი ან არაფერი.

გამოცდის წარმატების ჩაბარებისთვის პირმა უნდა დააგროვოს , ქულათა საერთო რაოდენობის 70%-ზე მეტი.

ESP ლექსიკონი

სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიცირებისთვის

სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიცირება (ESP) არის საერთაშორისო კვალიფიკაციის მინიჭების პროცესი ახალგაზრდებისთვის, რომლებსაც გააჩნიათ რეალური სამეწარმეო გამოცდილება, შეიძინეს საჭირო ცოდნა, უნარები და კომპეტენციები, ბიზნესის დაწყების ან წარმატებით დასაქმების მიზნით.

ESP მოითხოვს კომპლექსური სწავლების დასრულებას:

- პირველ რიგში, სტუდენტები სასწავლო წლის განმავლობაში ჩართულნი არიან პრაქტიკული სამეწარმეო გამოცდილების მიღების პროცესში, მუშაობენ ჯგუფებში მასწავლებლისა და ბიზნეს მოხალისეების ხელმძღვანელობით, აქვთ შესაძლებლობა ჩამოაყალიბონ და მართონ მინიკომპანია.
- მეორეს მხრივ, მინიკომპანიის პროგრამაში ჩართვისას, მოსწავლეებს შეუძლიათ თავიანთი თავი შეაფასონ და გამოავლინონ მეწარმეობრივი კომპეტენციები, რამდენადაც ისინი პროგრესს განიცდიან მთელი წლის განმავლობაში.
- და ბოლოს, მოსწავლეებს შეუძლიათ დაასრულონ სწავლება გამოცდის ჩაბარებით, რათა ჰქონდეთ იმის ოფიციალური დადასტურება, რომ მიიღეს განათლება ბიზნესში, ეკონომიკასა და ფინანსებში.

ESP-ის გამოცდა არის მაღალი დონის და იგი საჭიროებს სტუდენტის ყურადღებას, კრიტიკულ და პროდუქტიულ აზროვნებას. მოსწავლეთა კომპანიის პროგრამაში ჩართვის გარდა გამოცდის ჩასაბარებლად საჭიროა მეცადინეობა ან ინდივიდუალური მომზადება. ამ მიზნით, დამატებითი მასალები არის ხელმისაწვდომი როგორც მასწავლებლისთვის, ისე მოსწავლისთვის.

რატომ არის საჭირო ტერმინების განმარტებები?

ევროპაში მასწავლებლები თამაშობენ სტრატეგიულ როლს - წარმართავენ და ხელმძღვანელობენ სტუდენტების საქმიანობას, საბოლოო გამოცდის წარმატებით ჩაბარების მიზნით.

ტერმინთა ეს განმარტებები არის ერთგვარი ინსტრუმენტი მასწავლებლებისთვის. ბიზნეს ტერმინებისა და კონცეფციების ჩამონათვალით ის ავსებს სილაბუსს. დოკუმენტში ტერმინები და განმარტებები დაყოფილია სილაბუსის კატეგორიების მიხედვით და არ არის წარმოდგენილი ანბანური ჩამონათვალის მიხედვით. როდესაც განმარტება დაკავშირებულია სხვა ტერმინთანაც, მითითებულია მათი დასახელება. ბოლოში მოცემულია სასწავლო მასალების დამატებითი წყაროები, აგრეთვე აკრონიმები/აბრევიატურები, რომლებიც გამოყენებულია დოკუმენტში.

ტერმინთა განმარტებები პირებს ეხმარება სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიცირების სამივე ფაზაში:

- ეხმარება სტუდენტებს / მოსწავლეებს მინი-კომპანიის ხელმძღვანელობის დროს და აღწერს კომპანიის შექმნის, მართვისა და ლიკვიდაციის ძირითად კონცეფციებს.
- გვთავაზობს სამეწარმეო კომპეტენციების ახსნას და ეხმარება მასწავლებელს, როდესაც საქმე ეხება თვითშეფასების შედეგების განხილვას.
- ეხმარება მოსწავლეებს, მოემზადონ საბოლოო გამოცდისთვის, რამდენადაც იგი მოიცავს საბოლოო გამოცდაში შემავალ ყველა კონცეფციას, რომელიც დაყოფილია სილაბუსის მიხედვით.

დამატებითი ინფორმაცია

ESP-ის ვებ-გვერდი: https://www.jaworldwide.org/esp

ორგანიზაციების ზოგადი გაგება (არე 1 ESP სილაბუსი)

ა

ადამიანური რესურსები (HR) - დამსაქმებლისთვის ადამიანურ რესურსს წარმოადგენს მის ორგანიზაციაში დასაქმებულ პირები. იგი ახორციელებს მათ „მოძებნას“, შემოწმებას, შერჩევას, სამუშაოზე აყვანას და დატრენინგებას. დასაქმებულთათვის მოქმედებს მათთვის სარგებლის მომტანი (საბენეფიტო) პროგრამები, შრომის ხელშეკრულების მიხედვით (ხელფასები და ანაზღაურება, სახელფასო დანამატები, შეღავათები და სხვა ბონუსები, მაგალითად, ანაზღაურების გაცემა ავადმყოფობის, აგრეთვე ზენორმატიული და ღამის საათებში მუშაობის დროს, და სხვ.). ჩვეულებრივ, ეს დეტალები წესრიგდება ეროვნული და ევროპული კანონმდებლობით, დამსაქმებლის მიერ დადგენილი ნორმატივებითა და წესებით. 1.3

ბ

ბუღალტერი - პირი, რომელიც პასუხისმგებელია საწარმოს ფინანსური ჩანაწერების წარმოებაზე , სტრუქტურებასა და განზოგადებაზე. 1.3

გ

გუნდური სულისკვეთება - საერთო მიზნის მისაღწევად პიროვნული თანამშრომლობა, მუშაობა ან ურთიერთობა სხვა ადამიანებთან. იგი დაფუძნებულია ურთიერთნდობაზე, პატივისცემასა და მეგობრობაზე. გუნდური სულისკვეთება არის ESP თვითშეფასების ერთ-ერთი სამეწარმეო კომპეტენცია. 1.1

გუნდური მუშაობა - როდესაც ჯგუფის წევრები თავს მიიჩნევენ გუნდად და მზად არიან ერთად იმუშაონ საერთო წარმატების მისაღწევად. გუნდი სრულყოფილად ჩაითვლება, თუ თითოეულ წევრს აქვს კონკრეტული ამოცანა. ამასთან ერთად, ყველას აქვს საერთო მიზანი და არიან პასუხისმგებელნი მიზნის მიღწევაზე. 1.5

დ

დაინტერესებული მხარეები - პირი, ჯგუფი ან ორგანიზაცია, რომლებსაც აქვთ პირდაპირი ან არაპირდაპირი ინტერესი საწარმოს წარმატებულად მუშაობასთან დაკავშირებით. საწარმოს შემთხვევაში, ძირითად დაინტერესებულ მხარეებს შეიძლება წარმოადგენდნენ მესაკუთრეები, მენეჯერები, თანამშრომლები, კლიენტები, მომწოდებლები, სხვა საქმიანი საკონტაქტო ჯგუფები, რომლებმაც შეიძლება გავლენა მოახდინონ საწარმოს საქმიანობაზე ან იმოქმედონ, როგორც მულტიპლიკატორმა. 1.1

დამსაქმებელი - იურიდიული პირი (ინდივიდი ან ორგანიზაცია), რომელიც ხელშეკრულების საფუძველზე ასაქმებს დასაქმებულს. დამსაქმებლები შესრულებული სამუშაოს სანაცვლოდ თანამშრომლებს სთავაზობენ ანაზღაურებას ან ხელფასს. 1.1

დირექტორთა საბჭო - დირექტორთა საბჭო წარმოადგენს საწარმოში გადაწყვეტილების მიმღებ მთავარ ჯგუფს. მასში გაერთიანებული პირები ახორციელებენ ხელმძღვანელ პირთა დანიშვნასა და სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღებას. დირექტორთა საბჭო, როგორც წესი, შედგება ორგანიზაციის ყველაზე მაღალი თანამდებობის პირების/ოფიცრების და სხვა წარმომადგენლებისაგან, რომლებიც წარმოადგენენ აქციონერთა და დაინტერესებულ მხარეთა ინტერესებს. დირექტორთა საბჭოს, როგორც წესი, ჰყავს თავმჯდომარე, რომელიც ხელმძღვანელობს და ლიდერობას უწევს საბჭოს, მას ნიშნავენ საბჭოს სხვა წევრები. 1.3

ე

ეთიკა (ეთიკური საკითხები) - ტერმინი უკავშირდება კორპორატიული პასუხისმგებლობების ბუნდოვან და არასწორ განზოგადებულ იდეას, რომელიც მიმართულია ქცევის უფრო მაღალ სტანდარტებზე, ვიდრე ეს დადგენილია შესაბამისი მარეგულირებელი ჩარჩოთი. ყველა ლეგიტიმური საწარმო უნდა შეესაბამებოდეს იმ სახელმწიფოს სამართლებრივ და მარეგულირებელ ჩარჩოებს, სადაც იგი დაფუძნებულია, აგრეთვე იმ სხვა ქვენების რეგულაციებს, სადაც მას სურს სავაჭრო საქმიანობის განხორციელება. გარდა ამისა, არსებობს კიდევ ერთი მოლოდინი, რომ საწარმო იმოქმედებს ზოგადად მიღებული სოციალური ღირებულებების შესაბამისად. სოციალური ფასეულობების აღიარება ეხება ვაჭრობას, რომელიც შეესაბამება მორალურ ქცევას და, როგორც წესი, უკავშირდება გარემოსდაცვით საკითხებს და/ან სოციალურ „თავსებადობას“ (იხ. აგრეთვე კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა და კორპორატიული ანგარიშვალდებულება/ბიზნესის აღრიცხვა). 1.2

თ

თავდაჯერებულობა - ნიშნავს გრძნობდე, რომ შეგიძლია რაღაცის გაკეთება, ხარ პოზიტიურად განწყობილი, გაქვს გარკვეული უნარები და თვისებები. თავდაჯერებულ ადამიანს არ აშინებს წარუმატებლობა და მარცხი და სწავლობს დაშვებულ შეცდომებზე. თვითდაჯერებულობა არის ESP-ს თვითშეფასების ერთ-ერთი სამეწარმეო კომპეტენცია. 1.1

თანამშრომელი - პირი, რომელიც მუშაობს საწარმოში შრომითი ხელშეკრულებით და აღიარებს მასზე დაკისრებულ უფლებებსა და მოვალეობებს. 1.1

ი

ინიციატურობა - ქცევა, რომელიც ხასიათდება რაიმეს თავიდან დაწყების უნარით და აქტიური მიდგომებით. იგი უკავშირდება ცოდნის გამოყენებას პრობლემის გადაჭრის გზაზე წარმოშობილი საკითხების გასამკლავებლად და

გადასალახად, რომ გარდავქმნათ იგი შესაძლებლობად. ინიციატივა არის ESP თვითშეფასების ერთ-ერთი სამეწარმეო კომპეტენცია. 1.1

კ

კარიერა - კარიერა არის ინდივიდის მოგზაურობა სწავლის, სამუშაოს და ცხოვრების სხვა ასპექტებში. არსებობს მთელი რიგი გზები, რათა განსაზღვრო კარიერა. ტერმინი ასევე გამოიყენება სხვადასხვა კონტექსტში. სამუშაოსთან დაკავშირებულ ასპექტზე საუბრისას ტერმინი ეხება შესაძლებლობებსა და ვარიანტებს, რომელებიც შეუძლია პიროვნებამ ნახოს, გაანალიზოს და გამოიყენოს მუშაობისას, ცხოვრების განმავლობაში. 1.7

კონკურენტი - ნებისმიერი პირი ან საწარმო, რომელიც მეორეს მეტოქეა. ბიზნეს სექტორში ეს ეხება სხვა საწარმოს, რომელიც ბაზარს სთავაზობს ანალოგიურ პროდუქტს ან მომსახურებას. 1.1

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR) - CSR ეხება ორგანიზაციის სოციალური აქტივობების ფართო სპექტრს და მათ მიერ შეტანილ წვლილს შესაბამის საკითხებთან მიმართებაში. იგი არ უნდა სცდებოდეს და აკმაყოფილებს მათთვის განსაზღვრული სამართლებრივი ვალდებულებებისა და პასუხისმგებლობების ჩარჩოს. ამ დროს გასათვალისწინებელია, მაგრამ არ უნდა იყოს გადამწყვეტი მხოლოდ აქციონერთა სურვილი /საჭიროება, რომ მათ მიიღონ რაც შეიძლება მეტი მოგება. ამგვარი წვლილის შეტანა მოიცავს პასუხისმგებლობას საზოგადოებისა და გარემოს მიმართ, მაგალითად თანამშრომლების უფლებების პატივისცემას ან გარემოსთვის ზიანის მიყენების თავიდან ასაცილებელი ღონისძიებების გატარებას (იხ. აგრეთვე კორპორატიული ანგარიშვალდებულება / ბიზნესის აღრიცხვა). 1.2

კრეატიულობა - შემოქმედებითი ფანტაზიის გამოყენება რაღაცის შესაქმნელად, ინოვაციური გადაწყვეტის იდენტიფიცირება ან ახალი იდეების დამუშავება. გამომგონებლობის და ორიგინალურობის პერსონალური უნარი. კრეატიულობა არის ESP-ის თვითშეფასების ერთ-ერთი სამეწარმეო კომპეტენცია. 1.1

კლიენტი/ მომხმარებელი - პირი, რომელიც ყიდულობს და იყენებს საწარმოს პროდუქციას ან /და მომსახურებას. ეს ტერმინები ხშირად გამოიყენება, როგორც სინონიმები. 1.1

კერძო სექტორი - კერძო სექტორი მომხმარებელს სთავაზობს პროდუქციას ან მომსახურებას, მოგების მიღების მიზნით (მაგალითად, სათამაშოების წარმოება ან ფეხსაცმლის გაყიდვა). 1.1

ლ

ლიდერობა - ლიდერობა შეიძლება იქნეს აღქმული სხვადასხვა კონტექსტში. იგი გარკვეულწილად დამოკიდებულია ორგანიზაციებზე (მუშაკთა რიცხოვნობა და შემადგენლობა, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა, ორგანიზაციის შიგნით დამკვიდრებული ტრადიციები და სხვ). ლიდერს აქვს უნარი გასცეს ინსტრუქციები, მართოს და დაარწმუნოს სხვები - იმუშაონ კონკრეტული მიზნების მისაღწევად. ეფექტურ ლიდერს უნდა ჰქონდეს ისეთი მნიშვნელოვანი თვისებები, როგორიცაა მიზანმიმართულება, ენერგია, ენთუზიაზმი, თანამშრომლობისა და მოტივირების უნარები და ა.შ. 1.4

მ

მენეჯერები და მათი ტიპები - მენეჯერი არის პირი, რომელიც დაკავებულია მმართველობითი საქმიანობით. ორგანიზაციულ კონტექსტში მას აქვს მკაფიოდ განსაზღვრული როლი, გააჩნია მოვალეობები და პასუხისმგებლობები. შესაძლებელია რამდენიმე ტიპის მენეჯერის იდენტიფიცირება, მათ შორის:

- **ფინანსური მენეჯერი** ზედამხედველობას უწევს საწარმოს ფინანსებს, იძლევა რჩევებს ფინანსურ საკითხებზე და ეხმარება ორგანიზაციას ბიზნეს გადაწყვეტილებების მიღებაში. ფინანსური მენეჯერი ანგარიშვალდებულია გენერალური ფინანსური ოფიცრის წინაშე.
- **ადამიანური რესურსების მართვის მენეჯერი** პასუხისმგებელია საწარმოში მყოფი ადამიანების მართვაზე. ადამიანური რესურსების მენეჯერს უნდა ჰქონდეს ინფორმაცია ყველა თანამშრომლის შესახებ, თვალი ადევნოს ვინ იმყოფება/არ იმყოფება სამუშაო ადგილზე და უნდა შეეძლოს კონფლიქტების მართვა. მისი ამოცანაა საწარმოში მაქსიმალურად გაზარდოს დასაქმებულთა სამუშაო პროდუქტიულობა და დარწმუნდეს, რომ თანამშრომლები კმაყოფილები არიან სამუშაო გარემოთი.
- **მარკეტინგის მენეჯერი** პასუხისმგებელია მარკეტინგზე და ასრულებს ისეთ საქმიანობებს, როგორიცაა მომხმარებელთა საჭიროებების ანალიზი, სამიზნე ჯგუფებისა და ბაზრის კვლევა. მარკეტინგის მენეჯერის მოვალეობაა შეიმუშაოს მარკეტინგული სტრატეგია, შემდეგ კი განახორციელოს და აკონტროლოს იგი.
- **წარმოების მენეჯერი** პასუხისმგებელია პროდუქციის ან /და მომსახურების წარმოებასთან დაკავშირებულ საკითხებზე (მაგალითად, მიზნების განსაზღვრა, მომწოდებლებთან კავშირის დამყარება, პროდუქციის ხარისხის შემოწმება, საქონლის მარაგების შემოწმება და ა.შ.).
- **გაყიდვების მენეჯერი** პასუხისმგებელია საწარმოს გაყიდვებზე (მაგალითად, გაყიდვების მიზნების დადგენა, გაყიდვებისა და მარაგების აღწერა და ა.შ.). 1.3

მთავარი აღმასრულებელი ოფიცერი (CEO აღმასრულებელი დირექტორი) - ინდივიდი, რომელსაც აქვს მაქსიმალური ძალაუფლება და პასუხისმგებლობა საწარმოს ლიდერობასა და მართვაზე. აღმასრულებელი დირექტორს ჩვეულებრივ წარადგენს დირექტორთა საბჭო და იგი ესწრება და იწვევს საბჭოს სხდომებს. აღმასრულებელი დირექტორი პასუხისმგებელია კონკრეტულ სტრატეგიულ მიმართულებებზე, რომლებსაც განსაზღვრავს დირექტორთა საბჭო. 1.3

მთავარი ფინანსური ოფიცერი (CFO) - ინდივიდი, რომელიც უფლებამოსილი და პასუხისმგებელია საწარმოს ფინანსების მართვასა და კონტროლზე. CFO, ჩვეულებრივ, დანიშნულია დირექტორთა საბჭოს მიერ და ექვემდებარება აღმასრულებელ დირექტორს. 1.3

მისია - მისია აჯამებს ორგანიზაციის მიზნებსა და სახელმძღვანელო პრინციპებს. არსებითად, ის განმარტავს, თუ რატომ შეიქმნა ორგანიზაცია, რა წარმოადგენს მის ძირითად მიზნებსა და ამოცანებს. გრძელვადიან პერსპექტივაში საწარმო, საკუთარი გადარჩენის უზრუნველსაყოფად, უნდა შეეცადოს მიაღწიოს და შეინარჩუნოს კონკურენტული უპირატესობა. ამასთან, მისი მისია უნდა იყოს გასაგები და კარგად აღქმადი თანამშრომლებისა და სხვა ძირითად დაინტერესებულ მხარეთა მიერ. 1.2

მეწარმე - ადამიანი, რომელსაც აქვს შემოქმედებითი და წარმოსახვითი აზროვნება და მზად არის გასწიოს რისკი ბიზნეს იდეის ან პროექტის განვითარებისთვის. ეს მოიცავს საწარმოს ორგანიზებისა და მართვის შესაძლებლობებს. 1.1

მიმწოდებელი - პირი / საწარმო, რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოსთვის საქონლის ან მომსახურების მიწოდებას (იხ. აგრეთვე "შესყიდვები"). 1.1

ო

ორგანიზაციული სქემა - ორგანიზაციული სქემა ასახავს ორგანიზაციის იერარქიულ სტრუქტურას. ორგანიზაციის მიზნების განხორციელებისას იგი ემსახურება როლების, მოვალეობების, პასუხისმგებლობებისა და სამუშაო ურთიერთობების დიაგრამულ წარმოჩენას. 1.3

ორგანიზაციული სტრუქტურა - თითოეულ ორგანიზაციას აქვს სტრუქტურა. მისი ფორმა (ვერტიკალური ან ჰორიზონტალური) დამოკიდებულია ორგანიზაციის მიზნებსა და სტრატეგიებზე, აგრეთვე მის ზომაზე, არსებულ გარემოსა და ტექნოლოგიების განვითარების დონეზე. ორგანიზაციული სტრუქტურა განსაზღვრავს, როგორ არის განაწილებული და კოორდინირებული როლები, ძალაუფლება და პასუხისმგებლობა, როგორია მათზე კონტროლის მექანიზმები, აგრეთვე იმას, თუ როგორ მოძრაობს ინფორმაცია სხვადასხვა დონის მენეჯერებს შორის (მაგალითად, უფროსი ოფიცრებიდან მენეჯერებისაკენ). არსებობს ორგანიზაციული სტრუქტურის რამდენიმე ალტერნატიული ფორმა, რომლებიც შეიძლება ჩამოყალიბდეს პროდუქტის, ფუნქციის, გეოგრაფიული არეალის ან პროდუქციის ბაზრების მიხედვით. 1.3

პ

პასუხისმგებლობის აღება - ეს არის პროცესი, როცა პირი აცნობიერებს და სიფრთხილით ეკიდება ვალდებულებას, რაიმეს შესრულების დროს. ეს ნიშნავს იმას, თუ რისი გაკეთება არის საჭირო იმისათვის, რომ პირმა მიაღწიოს შეთანხმების შედეგად მიღებულ ვალდებულებებს (მაგალითად, ჯგუფთან, ორგანიზაციასთან ან საკუთარ თავთან). პასუხისმგებლობის აღება წარმოადგენს ESP თვითშეფასების ერთ-ერთ სამეწარმეო კომპეტენციას. 1.1

პროცესის მართვა - ტერმინი "პროცესის მართვა" ეხება არსებულ ბიზნეს ოპერაციებს, რომლებიც ექვემდებარებიან მუდმივ განხილვასა და ცვლილებებს, რათა მიღწეული შედეგები შეესაბამებოდეს იმას, რაც ადრე იყო განსაზღვრული. სამუშაო ადგილებზე განმეორებითი და მიმდინარე პროცესები შეიძლება რამდენიმე გზით იქნეს ოპტიმიზირებული, მათ შორის, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენებით. 1.6

წ

წარმოება - "წარმოება" ნიშნავს რაიმეს დამზადების პროცესს ბიზნეს რისკებთან დაკავშირებულ საქმიანობაში, რომელიც დაკავშირებულია დროსთან და რესურსებთან. 1.3

ს

საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები (ICT) - ICT ტერმინის ქვეშ იგულისხმება ნებისმიერი საკომუნიკაციო მოწყობილობა ან პროგრამა (მაგალითად, კომპიუტერი, მობილური ტელეფონები, უკაბელო ქსელები და ა.შ.), მათთან დაკავშირებული სხვადასხვა სერვისები და აპლიკაციები (მაგალითად, ვიდეოკონფერენცია, დისტანციური სწავლება და ა.შ.). აღნიშნული ტერმინი ეხება ტექნოლოგიების გავრცელებას, ციფრულ მედიას და მასთან დაკავშირებულ პროგრამულ უზრუნველყოფას, რომელიც შეიძლება გამოყენებული იქნეს არა მხოლოდ ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, არამედ ბიზნეს შესაძლებლობების მხარდასაჭერად. 1.6

საწარმო - ტერმინი გულისხმობს ბიზნეს ორგანიზაციას, სავაჭრო ობიექტს (საჯაროს ან/და კერძოს, რომელიც ორიენტირებულია ან არ არის ორიენტირებული მოგებაზე). 1.1

საჯარო სექტორი - საჯარო სექტორი, როგორც წესი, უშუალოდ ეხება სახელმწიფო სექტორს, სადაც მართვა და ხელმძღვანელობა ხორციელდება მოქალაქეების სახელით, მათ მიერ დელეგირებული უფლებების ფარგლებში. მაგალითის სახით შეგვიძლია მოვიყვანოთ პოლიცია ან საჯარო საავადმყოფო. 1.1

უ

უსაფრთხოება და კონფიდენციალურობის საკითხები - საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სისტემების კონტექსტში საჭიროა ციფრული ინფორმაციის დაცვა. ამასთანავე, კონკრეტულ, კერძო ხასიათის მონაცემებს, როგორიცაა ინფორმაცია გასაყიდად გამზადებული სასიგნალო ნიმუშების ან კონკრეტულ არეალში შესწავლილი მომხმარებელთა ქცევითი მახასიათებლების თაობაზე, ფირმისთვის შეიძლება ჰქონდეს ლეგიტიმური, კომერციული ღირებულება. არსებობს იმის რეალური რისკი, რომ აღნიშნული ინფორმაცია შეიძლება გამოყენებული

იქნეს თაღლითურადაც. სწორედ ამიტომ, პარლამენტებმა მიიღეს კანონები, რომლებიც არეგულირებენ ამ ინფორმაციის უსაფრთხო შენახვისა და გამოყენების წესებს. 1.6

ქ

ქსელი - სიტყვა "ქსელი", რომელსაც კავშირებსაც უწოდებენ, ეხება სოციალურად და პროფესიულად ერთმანეთთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს. ეს ურთიერთობები შეიძლება გამოყენებული იქნეს , როგორც ინდივიდუალურ, ისე კორპორატიულ სარგებლობაში და იგი ითვლება აქტივად, როგორც ინდივიდისთვის, ისე საწარმოსთვის. ინფორმაციულ და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს შეუძლია გააადვილოს კლიენტებთან, კოლეგებთან ან სხვა საქმიან პირებთან არსებული და პოტენციური კავშირების დამყარება, რასაც შეუძლია მოიტანოს პირადი და კომერციული სარგებელი. 1.6

შ

შეუპოვრობა - შეუპოვრობა არის რაიმეს კეთება შეუჩერებლივ, წარმატების მიღწევის გზაზე არსებული სირთულეებისა და წინააღმდეგობების მიუხედავად. იგი უნარია, რომ იყო მტკიცე და გაბედული, სანამ წარმატებით არ დაამთავრებ იმას, რაც დაიწყე. შეუპოვრობა არის ერთ-ერთი სამეწარმეო კომპეტენცია, რომელიც მოწმდება სამეწარმეო უნარების გამოცდაზე. 1.1

შიდა საწარმოო მეწარმეობა (Intrapreneurship) - შიდა საწარმოო მეწარმეობა უკავშირდება მეწარმის მიერ განხორციელებულ ქმედებებს, დიდ ორგანიზაციაში მუშაობისას. იგი ეხება შემოქმედებითად და კომერციულად ფასეულ წვლილს, რომელიც შეიძლება დასაქმებულმა შეიტანოს დამსაქმებლისთვის ახალი პროდუქტებისა და მომსახურების განვითარებისას. შიდა კორპორატიული მეწარმეობის ქცევის მახასიათებლები მოიცავს ინიციატივას, აზროვნებას საზღვრების გარეშე, რისკის აღებასა და ლიდერობას. 1.7

მთავარი ნაბიჯები და იურიდიული მოთხოვნები (არე 2 ESP სილაბუსი)

ა

ამხანაგობა - ამხანაგობა არის ბიზნესის ფლობის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფორმა. პარტნიორობის შემთხვევაში ორი ან მეტი პირი აერთიანებს რესურსებს, გადაწყვეტილების მიღების პროცესსა და ბიზნესთან დაკავშირებულ რისკებს, რათა მიიღონ მოგება ან ერთობლივად გაუმკლავდნენ წარუმატებლობას. 2.1

არაკომერციული - ეს ეხება ორგანიზაციას, რომლსაც გააჩნია კონკრეტული მიზნები (მაგალითად, პოლიტიკური, საქველმოქმედო, რელიგიური, ან სოციალური) და იგი არ არის ორიენტირებული მოგებაზე (იხ. აგრეთვე კომერციული, სოციალური საწარმო). 2.1

არაპირდაპირი გადასახადი - მოხმარებისთვის გადასახადის დაწესება, როგორიცაა მაგალითად, აქციზის გადასახადი და დამატებითი ღირებულების გადასახადი. ეს გადასახადები არ არის დაკავშირებული შემოსავალთან ან შესაძლებლობასთან, ამიტომაც ის უფრო მეტად აწვება დაბალშემოსავლიან მოსახლეობას. მაგალითად, ტანსაცმლის შეძენისას გადახდილი დამატებითი ღირებულების გადასახადი რეგრესიულია, რადგან გადასახადის ერთნაირი ოდენობის გადახდა უწევს მაღალშემოსავლიან და დაბალშემოსავლიან პირს (იხ. აგრეთვე გადასახადები). 2.3

აქციონერები - პირები, რომლებიც ფლობენ საჯარო ან კერძო საწარმოს აქციებს. აქციონერები ფლობენ „შეზღუდულ კომპანიას“. ისინი ყიდულობენ აქციებს, რომლებიც წარმოადგენს მფლობელობის წილს საწარმოში. საწარმო შეიძლება ფლობდეს აქციებს სხვა საწარმოშიც. 2.1

ბ

ბიზნესის საციცოცხლო ციკლი - ტერმინი ეხება ორგანიზაციის ფუნქციონირების სხვადასხვა ეტაპს მისი დაფუძნებიდან ლიკვიდაციამდე. აღსანიშნავია, რომ JA ევროპის მოსწავლეთა კომპანიის სწავლების სტრუქტურული პროცესი, როგორც წესი, მოიცავს ამ ციკლის სრულად გავლას ერთი სასწავლო წლის განმავლობაში. სინამდვილეში, რეალური საწარმოებისთვის ეს პროცესი დიდხანს გრძელდება (მაგალითად, ფორდის საავტომობილო კომპანია ფუნქციონირებს 19 საუკუნიდან დღემდე). 2.1

ბიზნესის ფლობა (იურიდიული ფორმები) - საწარმო შესაძლოა ფუნქციონირებდეს სხვადასხვა იურიდიული ფორმით, მაგალითად, როგორც:

- ინდივიდუალური მეწარმე
- ამხანაგობა
- შეზღუდული (პასუხისმგებლობის) კომპანია (კერძო და საჯარო საწარმოებისთვის) 2.1

გ

გადასახადი - ბიზნესის შემოსავლის ნაწილი, რომელიც საჯარო საჭიროებების მიზნებიდან გამომდინარე, კანონმდებლობით დადგენილი წესით, ექვემდებარება ბიუჯეტში აუცილებელ შეტანას. ადგილობრივ, რეგიონულ ან ეროვნულ დონეზე საგადასახადო შემოსავლები გამოიყენება სავაჭრო გარემოს შესანარჩუნებლად და სოციალური სიკეთეების საწარმოებლად. საგადასახადო სისტემა უნდა შეესაბამებოდეს შემდეგ პრინციპებს:

- ადეკვატურობა: შემოსავლები უნდა იყოს საკმარისი, რათა უზრუნველყოს არსებითი საზოგადოებრივი მომსახურება;
- სამართლიანობა: საგადასახადო ტვირთი უნდა გადანაწილდეს სამართლიანად;
- ეფექტიანობა: დაცული უნდა იქნეს ხარჯებისა და საგადასახადო შემოსავლების ბალანსი;
- ნეიტრალურობა: სამართლიანი გავლენა უნდა მოახდინოს მომხმარებლის ქცევაზე.

გადასახადი შეიძლება იყოს პირდაპირი ან არაპირდაპირი (ირიბი). 2.3

გარერესურსირება - აუთსორსინგი გულისხმობს ბიზნეს პროცესის სხვა მხარისთვის მინდობას, ეფექტური სტრატეგია, როდესაც სწორად ხდება მისი გამოყენება. ზოგჯერ უფრო გამართლებულია სხვა საწარმოებისგან რაიმეს შეძენა კონკურენტული უპირატესობის დროს, ვიდრე საწარმოს შიგნით მისი წარმოება. 2.3

დ

დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ) - დღგ არის გადასახადის ერთ-ერთი სახე. იგი განეკუთვნება არაპირდაპირი გადასახადების კატეგორიას და უშუალოდ არ უკავშირდება შემოსავალს ან კაპიტალს (იხ. აგრეთვე „გადასახადები“). 2.3

ი

ინდივიდუალური მფლობელობა (ინდივიდუალური მეწარმე) - ბიზნესის მფლობელობის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სამართლებრივი ფორმაა. ერთპიროვნული მფლობელობის შემთხვევაში, ერთი პირი ფლობს და მართავს საწარმოს, ფლობს და განკარგავს ფონდებს, პასუხისმგებელია ყველა გადაწყვეტილებაზე, რომელიც დაკავშირებულია რისკის გაწევასთან (რომელიც შეიძლება არც კი იყოს მომგებიანი და დამთავრდეს ფინანსური კრახით). 2.1

ინტელექტუალური საკუთრების წესები - ინტელექტუალურ საკუთრებაზე უფლება არის სახელმწიფოს მიერ გარანტირებული კანონიერი უფლება, რომლის ფარგლებში ხდება პირის ნებისმიერი კრეატიული საქმიანობის ან იდეის დაცვა, რომელსაც გააჩნია კომერციული ღირებულება. მაგალითად, ხდება გამოგონებების, დიზაინის, ხელოვნების

ნაწარმოებების (მუსიკალური, ლიტერატურული და ა.შ.) დაცვა. ინტელექტუალური საკუთრების ძირითადი ფორმებია საავტორო და მომიჯნავე უფლებები, სასაქონლო და მომსახურების ნიშნები, პატენტები. 2.5

კ

კომერციული - ეს ეხება ძირითადად კერძო სექტორში მოფუნქციონირე საწარმოს, რომლის მიზანია მოგების მაქსიმიზაცია, რათა სარგებელი მოუტანოს აქციონერებს (იხ., არაკომერციული, „სოციალური საწარმო“). 2.1

კორპორაციული ანგარიშგება/ბიზნესის აღრიცხვა - წარმოადგენს მოქნილ პროცესს მოცემული მარეგულირებელი ჩარჩოს ფარგლებში, რომლითაც საწარმოს ფინანსური ტრანზაქციები, აქტივები და ვალდებულებები აღირიცხება, იზომება და ანალიზდება. 2.3

კრახი (ბიზნეს კრახი) - გამოცდილება, რომელიც მიიღება, როდესაც ბიზნეს იდეას ან რისკის გაწევას არ მოაქვს კომერციული სარგებელი. უნდა აღინიშნოს, რომ წარუმატებლობა შეიძლება პოზიტიურად განვიხილოთ, თუ ინდივიდი ან საწარმო ისწავლის საკუთარი გამოცდილებიდან. 2.4

ლ

ლიკვიდაცია (ბიზნესის ლიკვიდაცია) - წარმოადგენს ფორმალურ პროცესს. ამ დროს საწარმოს შეუძლია შეწყვიტოს ვაჭრობა და გაანაწილოს წმინდა აქტივები (აქტივებს გამოკლებული ვალდებულებები) მის მფლობელებზე/აქციონერებზე. ლიკვიდაცია შეიძლება იყოს ნებაყოფლობითი ან სავალდებულო. პირველ შემთხვევაში აქციონერებს შეუძლიათ ლიკვიდაციის პროცესის კონტროლი გარკვეული ვადის განმავლობაში. სავალდებულო ლიკვიდაცია (ამ დროს საწარმო საქმიანობა, როგორც წესი, წამგებიანია) საჭიროებს სასამართლოს გადაწყვეტილებას. ლიკვიდაციის დროს შეიძლება ვისაუბროთ საწარმოს ვალაუვალობაზეც. საწარმოს შეუძლია ან არ შეუძლია გადაიხადოს ვალები და გაანაწილოს დივიდენდები. 2.4

ს

საავტორო უფლება - საავტორო უფლება წარმოადგენს ინტელექტუალური საკუთრების ერთ-ერთ სახეს. ორიგინალური ნაწარმოების დაცვა ხდება სამართლებრივი წესით და იგი მოიცავს ლიტერატურულ, მუსიკალურ, დრამატულ და მხატვრულ ნაწარმოებებს (ნაბეჭდ, აუდიო და ვიდეო მასალებს). საავტორო უფლების მფლობელს აქვს ექსკლუზიური უფლება, რომ სხვებს ნება დართოს მათი გამოყენება, შეთანხმების საფუძველზე. იხილეთ, ასევე პატენტი და სასაქონლო ნიშანი. 2.5

სავაჭრო ნიშანი - სავაჭრო ნიშანი წარმოადგენს ინტელექტუალური საკუთრების ერთ-ერთ სახეს. იგი ეხება სახელს ან სიმბოლოს, რომელსაც იყენებს საწარმო, რათა განასხვავოს / გამოკვეთოს საკუთარი პროდუქტი კონკურენტების პროდუქტებისაგან. (იხ. აგრეთვე საავტორო უფლებები და პატენტები). 2.5

სამართლებრივი მოთხოვნები - კონკრეტული საკანონმდებლო და სამართლებრივი მოთხოვნები ვაჭრობის დასაწყებად - უკავშირდება/წარმოადგენს საჭირო ბიზნეს ნებართვებისა და ლიცენზიების მოპოვებას, ოფიციალური სარეგისტრაციო ნომრების აღებას და ა.შ. 2.2

საჯარო და კერძო საწარმოები - საწარმოთა კონტექსტში საჯარო საწარმოები, კერძო საწარმოებისგან განსხვავებით, როგორც წესი, ექვემდებარებიან უფრო მრავალრიცხოვან და მკაცრ სამართლებრივ რეგულაციებს, მათ შორის აუდიტისა და ანგარიშგების სტანდარტებთან მიმართებაში. 2.1

სახალხო დაფინანსება (ქრაუდ ფანდინგი) - სახალხო დაფინანსება ანუ „ქრაუდ ფანდინგი“ არის მზარდი გამოყენების ტექნოლოგია და ონლაინ საზოგადების დაინტერესების ხერხი ფინანსების მოსაზიდად. საწარმოსთვის ეს შესაძლოა იყოს ძალიან სასარგებლო, როდესაც იგი იმყოფება განვითარების საწყის ფაზაში და აქვს ფინანსების მოზიდვის პრობლემები ტრადიციული არხებიდან. (იხ. აგრეთვე „ფონდების მოძიება“ და „დაფინანსების წყარო“). 2.2

პ

პირდაპირი გადასახადი - გადასახადის დაკისრება ინდივიდზე ან საწარმოზე, როგორც წესი გამოხატული შემოსავალის, მოგების ან ქონების პროცენტული განაკვეთის მიხედვით. რამდენადაც გადასახადი უკავშირდება შემოსავალსა და სიმდიდრეს, ის მოიაზრება პროგრესულად, და შესაბამისად, სამართლიანად (იხ. აგრეთვე გადასახადი). 2.3

პატენტი - პატენტი გაიცემა ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტზე. იგი არის ოფიციალური დოკუმენტი, რომელიც გამომგონებელს ექსკლუზიურ უფლებას ანიჭებს გამოიყენოს ან/და გაყიდოს საკუთარი გამოგონება შეზღუდული პერიოდის განმავლობაში. პატენტი, როგორც წესი, იცავს გამოგონებას, მაშინ როდესაც საავტორო უფლება ვრცელდება ინტელექტუალური საკუთრების ისეთ ობიექტებზე, როგორიცაა ორიგინალური ლიტერატურული, დრამატული, მუსიკალური და მხატვრული ნაწარმოებები. 2.5

უ

უკუგება ინვესტიციაზე (ROI) - შედეგის გაზომვა, რომელიც გამოიყენება ინვესტიციის ეფექტურობის შესაფასებლად ან სხვადასხვა ინვესტიციების ეფექტურობის შესადარებლად. იგი წარმოადგენს ინვესტიციაზე გაყოფილ მოგებას. 2.3

ფ

ფონდების მოძიება - ფონდების მოძიება არის ფულის ან სხვა რესურსების შეგროვების პროცესი, ინდივიდებისგან, საწარმოებისგან, საქველმოქმედო ფონდებისგან ან სახელმწიფო სააგენტოებისგან, ფონდებისა და შემოწირულობის

მიღების გზით. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს მნიშვნელოვანი დახმარების გაწევა შეუძლია ხალხის დიდი მასისგან ფინანსების მისაღებად, ეს, როგორც წესი, ინტერნეტის მეშვეობით ხდება (მაგალითად, "ქრაუდ ფანდინგი"). ფონდების მოძიებას, ძირითადად. ცდილობენ აგრეთვე არაკომერციულ ორგანიზაციები, ეს ერთგვარი იდენტიფიცირებისა და შუამავლობის საშუალებაა ინვესტორების, სხვა წყაროებისა და კომერციული ორგანიზაციებისათვის. (იხ. აგრეთვე „დაფინანსების წყაროები"). 2.2

წ

წამოწყება (Start-up) - საწყისი ფაზა მოიცავს ყველა აუცილებელ ფორმალობას, რომლის განხორციელებაც აუცილებელია მანამდე, სანამ საწარმო დაიწყებს ბიზნეს საქმიანობას/ვაჭრობას. 2.2

შ

შეზღუდული (პასუხისმგებლობის) კომპანია - იგი ბიზნესის „ფლობისა" და მართვის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული სამართლებრივი ფორმაა. შეზღუდული (პასუხისმგებლობის) კომპანიის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის ფარგლებში ადამიანთა დიდი რაოდენობა აერთიანებს/აზიარებს რესურსებს. მაგალითად, სააქციო საზოგადოებაში მფლობელებს ჰქვიათ აქციონერები, ისინი ფლობენ აქციებს ნომინილური ანუ სტანდარტული ღირებულებით. მათი შესაძენად თანხის განთავსება დაკავშირებულია რისკებთან ან პოტენციურ დანაკარგებთან. იგი მაქსიმალურად ლიმიტირებულია ინვესტიციის მოცულობით. წევრები, ინდივიდუალური აქციონერის მიერ აქციების შესაძენად გაღებული წილის მიხედვით/პროპორციულად იღებენ სარგებელს ან განიცდიან დანაკარგს. 2.1

შესრულება – უკავშირდება იმას, თუ რამდენად ეფექტურად ასრულებს საწარმო მის სტრატეგიულ და ოპერაციულ მიზნებს. 2.3

შესრულების მთავარი ინდიკატორები (KPI) - შედეგების ძირითადი ინდიკატორები ეხმარება საწარმოს გაზომოს ან ერთმანეთს შეადაროს შედეგები - თანხვედრაში არიან თუ არა ისინი სტრატეგიულ და ოპერაციულ მიზნებთან. იგი წარმოადგენს რაოდენობრივ საზომს და წესდება იმ მიზნით, რომ საწარმომ იგი გამოიყენოს, რათა შეაფასოს და გააუმჯობესოს პროგრესი ორგანიზაციის მიზნების მიღწევის გზაზე. 2.3

შიდა რესურსირება - შიდა რესურსირება წარმოადგენს გარე რესურსირების საპირისპირო პოზიციას. საწარმო საჭირო პროდუქტს ადგილობრივი რესურსებით აწარმოებს და ამ დროს იგი მომწოდებლებისგან არ იძენს საჭირო მასალასა და ნედლეულს. ზოგიერთ შემთხვევაში, საწარმოს ურჩევნია შიდა საწარმოო პროცესის წარმართვა, თუ იგი დარწმუნებული არ არის მომწოდებლების საიმედოობაში. შიდა რესურსირება არის ბიზნეს გადაწყვეტილება, რომელიც ხშირად მიიღება, რათა შენარჩუნდეს კონტროლი კრიტიკულად მნიშვნელოვანი წარმოებისა და კომპეტენციებისთვის, იმის მიუხედავად, რომ შესაძლო ხარჯებმა შეიძლება გადააჭარბოს გარე რესურსირების დროს გაწეულ ხარჯებს. 2.3

შრომითი ხელშეკრულება - შრომითი ხელშეკრულება არის შეთანხმება დასაქმებულსა და დამსაქმებელს შორის. ის აღწერს სამუშაოსა და მხარეებს შორის არსებულ უფლებებსა და პასუხისმგებლობებს. არსებობს რამდენიმე სახის შრომითი ხელშეკრულება. ყველაზე გავრცელებულია:

- სრულ განაკვეთზე და ნახევარ განაკვეთზე მუშაობა, რაც დამოკიდებულია დასაქმებულის სამუშაო დროსთან.
- მუდმივი ან დროებითი, დამოკიდებულია იმაზე, დასაქმებული მუშაობს სამუშაოს დამთავრების თარიღის გარეშე, თუ გარკვეულ დრომდე.
- არარეგულარული, როცა სამუშაო საათები დამოკიდებულია სამუშაოს ხელმისაწვდომობასთან. 2.3

გ

ბაზრის კვლევა - პროცესი, რომლის დროსაც ინდივიდები ან საწარმოები ცდილობენ შექმნან ბაზრის ზუსტი ხედვა ინფორმაციის შეგროვების და სამომხმარებლო მოთხოვნილებების ან სექტორში არსებული კონკურენტების უპირატესობების ანალიზის საფუძველზე. ბაზრის კვლევა შესაძლოა იყოს ორი სახის: პირველადი ან მეორადი კვლევა. 3.4

მეორადი ბაზრის კვლევა - მეორადი ბაზრის კვლევა არის ბაზრის კვლევის ერთ-ერთი ფორმა. იგი გულისხმობს უკვე არსებული ინფორმაციის იმ წყაროების გამოყენებას, რომლებიც შეგროვდა სხვადასხვა მიზნებიდან და ამოცანებიდან გამომდინარე. როგორც წესი, მსგავსი ინფორმაციის შეგროვება ხორციელდება სამთავრობო უწყებების მიერ და ეს ინფორმაცია ხელმისაწვდომია დაინტერესებული პირებისთვის შედარებით დაბალ ფასად (იხ. აგრეთვე პირდაპირი ბაზრის კვლევა). 3.4

ბიზნესგეგმა - საწარმოს მიზნებისა და სტრატეგიის აღწერა ბიუჯეტისა და შესაბამისი პერიოდის ბოლოს დაგეგმილი ფინანსური მდგომარეობის აღწერით. ნათელი ბიზნეს გეგმა ძალიან მნიშვნელოვანია საწარმოსთვის, რადგან ის ხელს უწყობს გადაწყვეტილების მიღებას, ხალხის დარწმუნებას, დაგეგმვასა და მართვას. 3.8

ბიზნესიდეა - ეხება იდეას, რომელსაც აქვს კომერციული ან ბიზნეს ღირებულება და წარმატების პოტენციალი. სიცოცხლისუნარიანი ბიზნეს იდეა იძლევა უპირატესობას კონკურენტებთან ბრძოლაში, რამდენადაც მას აქვს ინოვაციურობის მაღალი დონე და იგი მომხმარებლებისთვის ქმნის ღირებულებას. 3.1

ბიზნესმოდელი - ბიზნეს მოდელი წარმოადგენს საშუალებას, რომლითაც საწარმოს შეუძლია საქონლის ან მომსახურების წარმოება და ამით აქციონერებისა და მფლობელებისთვის ღირებულებისა და მოგების გენერირება. მაკდონალდსიც და რესტორნებიც სთავაზობენ მომხმარებლებს ბურგერებს, მაგრამ აქვთ სხვადასხვა ბიზნეს მოდელი, რათა მოახდინონ ნავაჭრისა და მოგების გენერირება. 3.8

გ

გაყიდვები - ეს არის პროდუქტის ან მომსახურების გაცვლა ფულზე. ბიზნეს სექტორში გაყიდვები წარმოადგენს საწარმოს დასრულებული საქონლის ან მომსახურების რეალიზაციის გზას გაყიდვების არხების მეშვეობით. ტერმინი ხშირად იხმარება საქონელბრუნვის მაგივრად. 3.5

გაყიდვების არხები - გაყიდვების არხი არის ის, რითაც საწარმოს პროდუქტი შეაქვს ბაზარზე. გაყიდვების არხი არის პირდაპირი, თუ საწარმო პირდაპირ ახორციელებს გაყიდვას კლიენტებზე და ირიბია, როცა საწარმო პროდუქტს ყიდის აგენტის, დისტრიბუტორის და შუამავლის მეშვეობით. 3.5

გაყიდვების მიზანი - მიზანი გულისხმობს გასაყიდი საქონლის რაოდენობას მოცემულ ფასად, რომლის მიღწევაც სურს გაყიდვების გუნდს. 3.5

გაყიდვების პროგნოზი - გასული მონაცემების და ბაზარზე არსებული სიტუაციის საფუძველზე, მოცემული პერიოდისთვის შეფასებული სავარაუდო გაყიდვების მოცულობა. 3.5

გაყიდვების რეკლამირება/პრომოუშენი - გაყიდვების რეკლამირება არის გაყიდვების სტრატეგია, რომლის დროსაც გამოიყენება მოკლევადიანი სტიმულები (კონკურსები, კუპონები, გამოფენები, სავაჭრო შოუები, ნიმუშები, რომ გარკვეული დროით გაიზარდოს ინტერესი პროდუქტის მიმართ), იმ მიზნით, რომ მოხდეს პროდუქტის შეძენის წახალისება. რეკლამა და პერსონალური გაყიდვები, ზოგადად, აჩენს პროდუქტის შეძენის სურვილს, გაყიდვების რეკლამირება კი ბადებს მიზეზს მიმდინარე შესყიდვების განსახორციელებლად. 3.5

გაყიდვების სტრატეგია - უკავშირდება საქონლის ან მომსახურების ბაზარზე პოზიციონირებას, სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრით, აგრეთვე მიზნებისა და შესაბამისი მახასიათებლების (იხ. გაყიდვების ტაქტიკა) მკაფიო ჩამოყალიბებით. არსებობს გაყიდვების რამდენიმე სტრატეგია, მაგალითად: პერსონალური გაყიდვები, გაყიდვების რეკლამირება და რეკლამა (იხ. აგრეთვე საზოგადოებასთან ურთიერთობა). 3.5

გაყიდვების ტაქტიკა - როგორც წესი, შედარებით ვიწრო და ნაკლებად მასშტაბური ცნებაა გაყიდვების სტრატეგიასთან შედარებით. იგი ფოკუსირებულია კონკრეტულ მიზანზე (მაგალითად, მყიდველის ცნობიერების ასამაღლებლად მისთვის დამატებით კიდევ უფასო კომპაქტ-დისკის შეთავაზება, ბაზრის კვლევის თაობაზე ჟურნალთან ერთად). 3.5

გლობალიზაცია - გლობალიზაცია გულისხმობს მთავრობებისა და სავაჭრო ბლოკების ძალისხმევას (მაგალითად, ევროკავშირის მიერ), რომ სხვა ქვეყნის საწარმოებისა და საქონლისთვის ღია იყოს და მათ შეეძლოთ ეროვნულ ბაზრებზე (მაგალითად, ევროკავშირის ბაზარზე) წვდომა. აღნიშნული ეხება და ხელს უწყობს მსოფლიო მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციული პროცესების ზრდას ახალი საქონლის წარმოების სხვადასხვა ელემენტებით, რაც ვრცელდება მსოფლიოს მასშტაბით. სხვა შესაძლო მაგალითი შეიძლება იყოს ახალი კომპიუტერის და მისი დიზაინის განვითარება, რომელსაც სხვადასხვა ელემენტები და მაკომპლექტებელი დეტალები მიეწოდება, მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, სხვადასხვა ქვეყნებიდან. მისი საბოლოო აწყობა კი ხდება დაბალი დანახარჯების მქონე რეგიონში. 3.7

ი

იდეების შესაფასებელი მეთოდები - მრავალი შემოთავაზებული იდეიდან მხოლოდ რამდენიმეა სიცოცხლისუნარიანი და სწორედ ისინი შეიძლება გარდაიქმნას ბიზნეს შესაძლებლობად. ბაზრის ანალიზი, ფინანსური მიზანშეწონილობა, დანახარჯ-სარგებლიანობის ანალიზი, SWOT ანალიზი, კონკურენტული უპირატესობის ანალიზი - ეს არის მეთოდები, რომლებიც შეიძლება გამოყენებული იქნეს ბიზნეს იდეის განხორციელებადობის შესაფასებლად.

იდეების გენერირების მეთოდები - არსებობს ბიზნეს იდეების გენერირების სხვადასხვა მეთოდები. JA ევროპის მოსწავლეთა კომპანიის ფარგლებში, ყველაზე ხშირად გამოიყენება გონებრივი იერიში. ეს არის ადამიანებს შორის თავისუფალი და კონსტრუქციული დისკუსია, სადაც კონკრეტული თემის განხილვისას წვლილის შეტანა ყველას შეუძლია საკუთარი აზრის წერილობით ან ვერბალურად მიწოდების გზით.

ინოვაცია - არის რაღაც ახლის შექმნა ან დანერგვა, პოზიტიური ცვლილებების განხორციელების მიზნით. ბიზნეს სექტორში ეს შეიძლება ეხებოდეს პროდუქტს, მომსახურებას ან საწარმოს ფუნქციონირების გზას. ტექნოლოგია ინოვაციების მნიშვნელოვანი ხელის შემწყობია, მაგრამ არ არის აუცილებელი, რომ ინოვაცია აუცილებლად მოიცავდეს ტექნოლოგიას. არსებობს 4 ტიპის ინოვაცია, რასაც ხშირად უწოდებენ ინოვაციების 4P-ს: პროდუქტი, პროცესი, პარადიგმა და პოზიციის ინოვაცია.

- **პროდუქტის ინოვაცია:** ახალი პროდუქტის ან მომსახურების წარდგენა, ან მისი მახასიათებლების გაუმჯობესება, რომელიც შემოთავაზებულია საწარმოს მიერ.
- **პროცესის ინოვაცია:** ფოკუსირებას ახდენს მომხმარებლებისთვის საქონლისა და მომსახურების დამზადება-შეთავაზებისა და მიწოდების პროცესზე. მაგალითად, როდესაც კომპანია ნერგავს ავტომატური შეფუთვის ხაზს.
- **პოზიციის ინოვაცია:** კარგად ჩამოყალიბებული პროდუქტის ან მომსახურების ხელახალი პოზიციონირება, შეფუთვის ან კომუნიკაციის კონტექსტის შეცვლით. მაგალითად, ლევისის ჯინსები არის კარგად ჩამოყალიბებული გლობალური პროდუქციის ხაზი, რომელიც თავდაპირველად შეიქმნა როგორც მუშათა ტანსაცმელი, შემდგომ კი განიცადა მოდერნიზაცია.
- **პარადიგმის ინოვაცია** (მას ასევე უწოდებენ რღვევის ინოვაციას): ეხება ინოვაციას, რომელიც განსაზღვრავს ან ახლიდან ახდენს ორგანიზაციის ან მთელი სექტორის დომინანტური პარადიგმების განსაზღვრას. პარადიგმის ინოვაცია, როგორც წესი, ქმნის გასაღების ახალ ბაზარს არსებულის ხელის შეშლით. მაგალითად, მომხმარებლებისთვის დაბალი ფასების შეთავაზების საფუძველზე ავიაკომპანიამ პრაქტიკულად ახალი ბაზარი ჩამოაყალიბა, ახალი შეთავაზებით, მომხმარებელთა მიერ არც თუ იმდენად მოთხოვნადი რამდენიმე მომსახურების გაუქმებით (მაგალითად, საკვები რაციონიდან ზოგიერთი ძვირადღირებული პროდუქტის ამოღება, სალონში გაზეთების დარიგება და ა.შ.). ამან კომპანიას საშუალება მისცა შეემცირებინა ბილეთების ფასი და ამით გაეფართოებინა ავია მომსახურების ბაზარი. 3.3

ინტერნაციონალიზაცია - ინტერნაციონალიზაცია გულისხმობს საერთაშორისო საზღვრების ფარგლებში მოთხოვნის ქონას საქონელსა და მომსახურებაზე, აგრეთვე აღნიშნულის გათვალისწინებით საწარმოს მიერ მიღებული სტრატეგიული ხასიათის გადაწყვეტილებებს. Ford-მა მანქანის მოდელს Mondeo დაარქვა გააზრებულად, რათა გაეყიდა პროდუქტის სტანდარტიზებული მოდელები. სახელის შერჩევისას, ფორდის მსგავსად მოქმედებდნენ სასტუმროთა კომპლექსის მეპატრონენი „ჰილტონის სახელის“ შეთავაზებისას. 3.7

კ

კორპორატიული იდენტობა - მთელი რიგი ფაქტორები ახდენენ გავლენას საწარმოს უნიკალური იდენტობის ფორმირებაზე, რომ მთავარ დაინტერესებულ მხარეებსა და მომხმარებლებს ჰქონდეთ მასზე ნათელი ხედვა და წარმოდგენა (საზოგადოებრივი იმიჯი). ფაქტორებს, რომლებიც საზოგადოებისთვის კარგად არის ცნობილი კონკრეტულ საწარმოსთან დაკავშირებით არის: ლოზუნგები, სურათები, ბრენდები. მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ლორეალის ლოზუნგი: „იმიტომ, რომ შენ ამის ღირსი ხარ“, კოკა-კოლას შეფუთვა და ა.შ. 3.6

მ

მარკეტინგი - არის ქმედებების ერთობლიობა, რომლითაც საწარმოები პოტენციური მომხმარებლებისთვის ახდენენ საქონლისა და მომსახურების, რეკლამირებას/პრომაციას იმ მიზნით, რომ გაზარდონ გაყიდვები (იხ. აგრეთვე „რეკლამა“). 3.6

მარკეტინგული არხები - ეხება სხვადასხვა გზებს, რომელთა საშუალებითაც საწარმოს შეუძლია საქონლისა და მომსახურების პრომაცია მომხმარებლამდე. 3.6

მარკეტინგული მიქსი - მარკეტინგული მიქსი არის პროდუქტის მარკეტინგული გეგმის ელემენტების დაგეგმილი ნაზავი. მას ხშირად 4P-საც უწოდებენ: პროდუქტი, ფასი, ადგილი და რეკლამირება. მარკეტინგული მიქსი ასევე შეიძლება აღწერილი იქნეს 7P-ს მეშვეობით, სადაც პროდუქტთან, ფასთან, ადგილთან და რეკლამირებასთან ერთად დამატებით კიდევ გვაქვს 3P: ადამიანები, პროცესი და შეფუთვა. 3.6

მარკეტინგული გეგმა - მარკეტინგული გეგმა წარმოადგენს ბიზნეს გეგმის ძირითად ელემენტს, რომელიც დაკავშირებულია პროდუქტისა და მომსახურების რეკლამირებასთან და გაყიდვასთან. 3.6

მარკეტინგული სტრატეგია - მარკეტინგული სტრატეგია დაკავშირებულია საწარმოსა და მისი ბრენდის ბაზარზე პოზიციონირებასთან. 3.6

მარკეტინგული ინსტრუმენტი - წარმოადგენს ფართო შინაარსობრივი დატვირთვის მქონე ტერმინს. იგი გულისხმობს სხვადასხვა მეთოდებს, რომელთა საშუალებითაც საწარმოები „ხვდებიან“ პოტენციური მომხმარებლების საჭიროებებს და არწმუნებენ მათ იყიდონ პროდუქტი. 3.6

მომხმარებელთან ურთიერთობა - როდესაც საწარმო ხვდება და იცის მომხმარებლების საჭიროებები. 3.4

მომხმარებელზე ფოკუსირება - ეხება საწარმოს აქცენტირებას მომხმარებელზე პროდუქტის ან მომსახურების დიზაინისა და განვითარების დროს, რომელიც ხორციელდება წარმოების ან საწარმოო იდეის შემუშავების სტადიაზე. 3.4

პ

პირდაპირი გაყიდვები - არის გაყიდვების სტრატეგია, რომლის მეშვეობითაც გამყიდველი უშუალოდ მომხმარებელს მიჰყიდის რაიმეს. ამ დროს მომხმარებელთან მყარდება ახლო ურთიერთობა და გამოიყენება კომუნიკაციისა და მოლაპარაკების უნარები, რათა დასრულდეს საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის პროცესი, რომელიც ხშირად გართულებულია. 3.5

პირველადი ბაზრის კვლევა - კვლევა არის ბაზრის კვლევის ერთ-ერთი ფორმა. ის სპეციალურად არის შემუშავებული იმ მიზნით, რომ შესწავლილი იქნეს კონკრეტული კითხვები ბაზრის შესახებ (მაგალითად, როგორია მოთხოვნა და ღირებულება). შესაბამისად, აღნიშნული ინფორმაციის მოპოვება საკმაოდ ძვირი და შრომატევადია პატარა საწარმოსთვის რომელსაც გააჩნია მწირი რესურსები (იხ. აგრეთვე „მეორადი ბაზრის კვლევა“). 3.4

რ

რეკლამირება - რეკლამა წარმოადგენს გაყიდვების სტრატეგიას, რომლითაც საწარმოები ახდენენ საკუთარი საქონელს ან მომსახურებას სტიმულირებას, სთავაზობენ რა მას პოტენციურ მომხმარებელს. რეკლამა წარმოადგენს ფასიანი მასობრივი კომუნიკაციის ერთ-ერთ მეთოდს. მაგალითად, შეიძლება განხორციელდეს: ბეჭდვითი რეკლამა, რადიო, სატელევიზიო რეკლამა, განთავსდეს ბილბორდი, დაიგზავნოს მეილები, ბროშურები, კატალოგებს და ა.შ.

მარკეტინგი - არის საშუალება, რომლითაც საწარმო მომავალ, პოტენციურ მომხმარებლებს არწმუნებს, რომ პროდუქტი/მომსახურება არის ზუსტად ის, რაც მათ უნდათ. რეკლამა კი არის ის, რისი გამოყენებითაც საწარმო კომუნკაციას ახდენს მომავალ, პოტენციურ მომხმარებლებთან და აცნობებს/აწვდის ინფორმაციას საქონლის ან პროდუქტის თაობაზე. 3.6

ს

საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR) - არის საშუალება, რომლითაც ორგანიზაცია ურთიერთობს გარემოსთან. ეს არის საწარმოსა და პროდუქტის მიმართ საზოგადოების კეთილგანწყობის, ასევე საწარმოს დადებითი იმიჯის შექმნის, ხელშეწყობისა და შენარჩუნების პრაქტიკა, რომელიც შეიძლება მოიცავდეს ორგანიზაციის ან ინდივიდის ზემოქმედებას მის აუდიენციაზე, მათთვის საინტერესო საჯარო თემების გამოყენების გზით. ეს განსხვავდება რეკლამისგან, როგორც ბაზართან კომუნიკაციის ფორმა. 3.6

საცდელი ნიმუში - პროდუქტის პირველი ნიმუში, რომელიც უნდა გაკეთდეს, სანამ დაიწყება კომერციული წარმოება. დიზაინი და წარმოების მეთოდი შესაძლოა დაიტესტოს და/ან შეიცვალოს. 3.3

საერთაშორისო ვაჭრობა - საქონლითა და მომსახურებით ვაჭრობა ქვეყნებს შორის, დადგენილი საერთაშორისო საზღვრების ფარგლებში. 3.7

სამიზნე ჯგუფი - ბაზრის ნიშა, რომელსაც ირჩევს საწარმო. 3.4

სოციალური მედია მარკეტინგი - ეს გულისხმობს სოციალური მედიის გამოყენებას მარკეტინგული მიზნებისათვის, რათა მან პოტენციურ მომხმარებელში მოახდინოს ინტერესისა და მოთხოვნის წარმოშობა ელექტრონული არხების საშუალებით. 3.6

SWOT (სვოტ) ანალიზი - ანალიზი არის მიდგომა, რომელიც გამოიყენება პირადი არჩევანის ანალიზისთვის, ბიზნეს იდეის ან პროექტის შესაფასასებლად. აბრევიატურაში მოიაზრება: იდეის ან პროექტის ძლიერი მხარეები, სისუსტეები, შესაძლებლობები და საფრთხე. 3.2

წ

წარმოება - პროდუქციის შექმნის პროცესი, რომელიც მოიცავს დანახარჯების (ნედლეული) გარდაქმნას მზა პროდუქციად. 3.3

ა

აუდიტი - არის ორგანიზაციის ჩანაწერების, ანგარიშებისა და დოკუმენტების სისტემური გამოკვლევა, რათა დადგინდეს, თუ რამდენად შეესაბამება ფინანსური ანგარიშგება რეალურ საქმიანობას. იგი ასევე ცდილობს უზრუნველყოს, რომ საწარმოს საანგარიშგებო დოკუმენტები სწორად იყოს შევსებული, კანონით დადგენილი წესით. 4.3

აქტივები - ყველაფერი ის, რასაც საწარმო ფლობს. ბალანსში აქტივები დაყოფილია:

- **გრძელვადიანი აქტივები (ფიქსირებული აქტივები):** უძრავი ნივთები, როგორიცაა მაგალითად, შენობა-ნაგებობები, დანადგარები.
- **მოკლევადიანი აქტივები:** ნივთები, რომელიც იცვლებიან ბიზნესის განხორციელების პროცესში, მაგალითად:
  - **მარაგები:** ნედლეული, რომელიც საჭიროა საბოლოო პროდუქტის დასამზადებლად, თავად მზა საქონელი, სანამ იგი გაიყიდება.
  - **დებიტორული დავალიანებები ან მისაღები თანხები:** საწარმოს მიერ მისაღები თანხები.
  - **ფული ბანკში:** საწარმოს საბანკო ანგარიშზე არსებული თანხა.
  - **ნაღდი ფული:** ნებისმიერი ფულადი სახსრები, რომლებიც ჯერ არ არის ბანკში განთავსებული. 4.4

აქცია (ჩვეულებრივი ან პრივილიგირებული აქცია) - ჩვეულებრივი აქცია: საწარმოს სააქციო კაპიტალი დაყოფილია თანაბარ ნაწილებად, ანუ აქციებად, რისი გაყიდვაც ხდება, რათა განხორციელდეს კაპიტალის/ფონდების მოზიდვა.

- **პრივილიგირებული აქცია:** საწარმოს მიერ გამოშვებული აქციები ფიქსირებული საპროცენტო განაკვეთით, რომლის მფლობელებსაც საწარმოს ლიკვიდაციის შემთხვევაში აქვთ პრივილიგირებული უფლება, მოითხოვონ დივიდენდები. 4.4

ბ

ბალანსი (მდგომარეობის ანგარიში) - არის ფინანსური ანგარიშგება, რომელიც ასახავს საწარმოს აქტივებსა და ვალდებულებებს გარკვეული დროის განმავლობაში. აქტივებს გამოკლებული ვალდებულებები წარმოადგენს საწარმოს თეორიულ ღირებულებას, რასაც კაპიტალს უწოდებენ. 4.3

ბიზნესრისკები - სპეციფიკური რისკები, რომელიც დაკავშირებულია ბაზარზე ან მრეწველობის სფეროში ვაჭრობასთან. ზოგიერთი სექტორი უფრო სტაბილურია და პროგნოზირებადია, ვიდრე სხვები (მაგ.: საკვები, ამის საპირისპიროს კი წარმოადგენს მოდა). 4.1

ბიუჯეტი - დაგეგმილი ინსტრუმენტია. შემოსავლების და ხარჯების დაგეგმილი გეგმაა დროის გარკვეული პერიოდისთვის. ის შედგენილია თითოეული ფინანსური წლისთვის და საწარმოს შეუძლია ნახოს, სავარაუდოდ, როგორ დასრულდება მომავალი საღრიცხვო პერიოდი. 4.3

ბრუნვა - გარკვეულ პერიოდის განმავლობაში გაყიდული საქონლის მთლიანი რაოდენობა. ბრუნვის შეფასება შეიძლება გაყიდული საქონლის ერთეულების ან შემოსავლების მიხედვით (ანუ გაყიდვების ფასი გამრავლებული ერთეულების რაოდენობაზე). 4.4

გ

გასაყიდი ფასი - საქონლის ან მომსახურების საბაზრო ღირებულება. ეს არის ფასი, რომელსაც მყიდველი იხდის საქონლის ან მომსახურების შეძენისას. 4.2

დ

დასრულებული საქონელი - დასრულებული, მზა პროდუქტი, რომელიც მზად არის და ხელმისაწვდომია გასაყიდად. 4.4

დაფინანსების წყაროები - არის პოტენციური დაფინანსების წყაროები, რომელიც ხელმისაწვდომია საწარმოსთვის. საწარმოები, როგორც წესი, ღებულობენ თანხას სამი ძირითადი წყაროდან:

- **მფლობელები/აქციონერები** - ანუ კაპიტალი ან რეზერვები (რეინვესტირებული მოგება)
- **სესხები** - ანუ კრედიტის აღება
- **სავაჭრო კრედიტი** - ანუ სესხები მომწოდებლებისგან ან სხვა ბიზნეს კონტაქტებისგან, ე.წ. გადახდა რელიზაციის ან კონკრეტული ვადის შემდეგ.

აშკარაა, რომ დაფინანსების წყაროები შეიძლება იყოს **შიდა ან გარე:** პირველ შემთხვევაში, იგი „მომდინარეობს“ საწარმოს შიგნიდან (მაგალითად, დანაზოგები); მეორე შემთხვევაში კი გარედან (მაგალითად, საბანკო სესხები) (იხ. აგრეთვე ფონდების მოძიება). 4.1

დაბალი ფასის სტრატეგია - ფასდადების ერთ-ერთი შესაძლო ვარიანტი, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. უკეთ განსამარტად იხილეთ „დაბალი ფასით დამკვიდრების სტრატეგია“. 4.2

დაბალი ფასით დამკვიდრების სტრატეგია - ფასდადების სტრატეგიის ერთ-ერთი ვარიანტი, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. ეს მიდგომა უკავშირდება დაბალი ფასის დაწესებას ბაზრის დიდი წილის/სეგმენტის მოსაზიდად. იგი ძირითადად გამოიყენება ახალი პროდუქტის გამოშვებისას. მის მიზანს წარმოადგენს მომხმარებლების დიდი რაოდენობის შენარჩუნება მეტი მოგების მისაღებად გრძელვადიან პერიოდში. ამ დროის განმავლობაში კონკურენტებისთვის ძნელია ბაზარზე შემოსვლა. ზოგჯერ ამ უწოდებენ ეძახიან „დაბალი ფასის სტრატეგიას“. 4.2

დარიცხვა (Price mark-up) - არის მოგების წილის დანამატი საქონლის ან მომსახურების დანახრჯებთან მიმართებაში. მაგალითად, გასაყიდი ფასი თუ 80 ლარია, ხოლო დანახარჯები 50, დარიცხვა იქნება 30/50=60%. 4.2

დებიტორები ან მისაღები მოთხოვნები - არიან კომპანიის გარეთ არსებული პირები, რომლებსაც საწარმოსთვის ფული აქვთ გადასახდელი (მაგალითად, საკრედიტო მომხმარებლები). საწარმოს ბალანსში მისაღები თანხები კლასიფიცირდება, როგორც საწარმოს აქტივები. 4.4

დივიდენდები - საწარმოს მიერ მისი აქციონერებისთვის გადანაწილებული წმინდა მოგების წილი. 4.4

დროის მიხედვით ფასდადება - არის საფასო სტრატეგიიდან ერთ-ერთი სტრატეგია, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. მიდგომა ეხება დროს და მასთან დაკავშირებულ ალტერნატივებს. შემცირებული ფასი შეიძლება დაემთხვეს მოთხოვნის არქონის პერიოდს (მაგალითად ზამთრის ტანსაცმელზე ფასი ზაფხულის თვეებში), ან პირიქით, მაღალი ფასი შეიძლება დაწესდეს მოთხოვნის პიკის განმავლობაში (მაგალითად, საცურაო კოსტიუმებზე ფასი ზაფხულის პერიოდში).

ვ

ვალდებულება - ინდივიდის ან საწარმოს საკუთრებაში არსებული ფულადი სახსრების ღირებულება, რომელიც ვალად აქვს მას. ვალდებულებები აისახება ბალანსში და იგი მოიცავს: კრედიტორებს, გადასახადელებს, დივიდენდებს, სესხებს და გადასახადებს. 4.4

ზ

ზარალი - საწარმო განიცდის დანაკარგს, როცა ხარჯავს იმაზე მეტს, ვიდრე გამოიმუშავებს. ანუ, როდესაც იგი იღებს გაწეულ ხარჯებთან შედარებით ნაკლებ შემოსავალს.

ყველა საწარმო უნდა იყოს მზად, რომ მან გარკვეული პერიოდისთვის შესაძლოა განიცადოს ზარალი. მაგალითად, განვითარების ადრეულ ეტაპზე საწარმოს არ შეუძლია ყველა ხარჯის დაფარვა, ან ზოგიერთი საწარმო შესაძლოა იყოს სეზონური და წლის განმავლობაში შესაძლოა ყველა ხარჯის დასაფარად ვერ გამოიმუშაოს თანხა. უნდა ვიცოდეთ, რომ:

- ხშირ შემთხვევაში, ფუნქციონირების პირველი 12 თვის განმავლობაში საწარმოს არ შეუძლია მიიღოს მოგება.
- საწარმოსთვის მნიშვნელოვანია, რომ გაზომოს სავაჭრო შედეგები 12 თვის განმავლობაში.

მაგალითად, კაფეს 1 ჭიქა ყავის გაყიდვა შეუძლია 1 ევროდ, სადაც ყავის და წყლის ღირებულება შეადგენს 60 ცენტს (ანუ მოგების მარჟა შეადგენს 40 პროცენტს). თუმცა, თუ კაფე მხოლოდ ყავას გაყიდის სავაჭრო პერიოდის განმავლობაში, ის ვერ დაფარავს ხელფასის, იჯარის ქირისა და სხვა ხარჯებს. 4.4

კ

კალკულაცია - მთლიანი დანახარჯების დამუშავების პროცესი, მოცემული წარმოების დონეების შესაბამისად, საქონელთან ან მომსახურებასთან დამოკიდებული დანახარჯების დასადგენად. 4.2

კაპიტალის მოთხოვნა - ფულის ის რაოდენობა, რომელიც სამეურვეო საბჭოს მიაჩნია, რომ საწარმოს დასჭირდება ვაჭრობის დასაწყებად. კაპიტალის მოთხოვნის დაგეგმვა გულისხმობს იმის განსაზღვრას, თუ რამდენი კაპიტალი არის საჭირო, რომ დაკმაყოფილდეს კაპიტალზე ორი ტიპის მოთხოვნა:

- **ერთჯერადი კაპიტალის მოთხოვნა** (მაგალითად, ინვესტიცია შენობაში ან საოფისე ტექნიკის შეძენა);
- **სამუშაო კაპიტალის მოთხოვნა** (მოთხოვნა მუდმივია, მაგალითად, პერსონალის ხარჯები). 4.1

კონტრიბუცია (ზღვრული სარგებელი) - გასაყიდ ფასსა და ცვალებად დანახარჯებს შორის სხვაობა, ერთ ცალ პროდუქტზე (მაგალითად, თუ გასაყიდი ფასი არის 100, ცვალებადი დანახარჯები კი 60, მაშინ ფიქსირებული ხარჯების კონტრიბუცია არის 40 ერთ ცალ პროდუქტზე). 4.2

კრედიტორები ან გადასახდელი ვალდებულებები - კომპანიის გარეთ არსებული პირები, რომლებზეც კომპანიას გადასახდელი აქვს თანხა, მაგალითად, თუ ისინი აწვდიან ნედლეულს ან უწევენ მომსახურებას. ბალანსში კრედიტორული დავალიანება კლასიფიცირდება საწარმოს ვალდებულებად. 4.4

ლ

ლიკვიდურობა - ნაღდი ფულადი სახსრების ოდენობა, რომლის დახარჯვა ან რომლის მეშვეობით დაუყოვნებლივ შეგვიძლია დავალიანების დაფარვა. ზოგადად, ლიკვიდურობა წარმოადგენს (ხასიათდება) რაიმე აქტივის ფულად გადაქცევის სისწრაფეს. 4.3

მ

მარაგები - არის ნედლეული, შუალედური პროდუქტი და დასრულებული საქონელი, რომელსაც ფლობს საწარმო. ყველა საწარმოს სჭირდება მარაგი, რათა დასრულებული საქონელი მზად ჰქონდეს გასაყიდად. ტერმინი გულისხმობს ნედლეულს, რომელიც საჭიროა საბოლოო საქონლის დასამზადებლად. მარაგები ასევე მოიცავს საბოლოო საქონელსაც, სანამ იგი გაიყიდება. ბალანსში მარაგები კლასიფიცირდება, როგორც საწარმოს აქტივი. 4.4

მოგება - დადებითი სხვაობა მთლიან შემოსავლებსა და მთლიან დანახარჯებს შორის. მოგება შეიძლება იყოს მთლიანი ან წმინდა:

- მთლიანი მოგება: სხვაობა შემოსავლებსა და პირდაპირ დანახარჯებს შორის
- წმინდა მოგება: მთლიანი მოგებიდან დარჩენილი მოგება, არაპირდაპირი ხარჯების გამოქვითვის შედეგად. 4.4

მოგების მარჟა - წარმოადგენს მთლიან მოგებას, როგორც გასაყიდი ფასის პროცენტს. 4.2

მდებარეობის მიხედვით ფასწარმოქმნა - არის ფასდადების პოლიტიკის ერთ-ერთი სტრატეგია, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. ეს მიდგომა უშუალოდ უკავშირდება იმ ადგილს, სადაც საწარმო ყიდის პროდუქტს ან მომსახურებას. მაგალითად, სასმელების გაყიდვა კონცერტის დროს ან ნაყინის გაყიდვა პარკში, ზაფხულში ძლიერი სიცხის დროს. მაღალი ან დაბალი ფასი ასახავს მყიდველსა და გამყიდველს შორის არსებული ბალანსის საჭიროებას (მაგალითად, რომელი საჭიროებს ტრანზაქციას უფრო მეტად მყიდველი, თუ გამყიდველი). 4.2

მთლიანი დანახარჯები - მოცემული საქმიანობის/შედეგის/წარმოების ცვალებადი და ფიქსირებული დანახარჯების ჯამი. 4.2

მთლიანი შემოსავლები - მოცემული საქმიანობის/შედეგის/წარმოების გაყიდვების ფულადი ღირებულება (ანუ გაყიდული საქონლის რაოდენობა გამრავლებული გასაყიდ ფასთან) (იხ. აგრეთვე „ბრუნვა“). 4.2

ნ

ნაღდი ფულის ბალანსი - ნაღდი ფული, რომელიც აქვს კომპანიას მყისიერი საჭიროებისთვის. 4.3

ნაღების მოხსნის ფასწარმოქმნა - არის ფასდადების ერთ-ერთი სტრატეგია, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. ეს სტრატეგია „დაბალი ფასით დამკვიდრების სტრატეგიის“ სრული ანტიპოდია და გულისხმობს მაქსიმალური ფასის დაწესებას. როდესაც საწარმო იყენებს ამ სტრატეგიას, ცდილობს ჩამოაყალიბოს ფსიქოლოგია, რომ მაღალი ფასი, თავის მხრივ, არის მიმზიდველი მყიდველებისთვის, რადგან განსაზღვრავს მათ სტატუსს და მათ უნარს იყვნენ ადრეული მომხმარებლები. დროთა განმავლობაში ამგვარი მაღალი ფასი იკლებს, რათა გაზარდოს გაყიდვები ფასის მიმართ მგრძნობიარე მომხმარებლების ხარჯზე. 4.2

ნედლეული - მასალები, რომელიც საწარმოს სჭირდება რაიმეს საწარმოებლად. ფინანსური თვალსაზრისით, იგი ეხება იმ მასალის ღირებულებას, რომელიც საჭიროა მოცემული პროდუქტის დასამზადებლად. 4.4

რ

რეზერვები - წმინდა მოგების ნაწილი, რომელიც საწარმომ არ გაანაწილა და რეინვესტიცია მოახდინა ბიზნესში. ეს გაზრდილი ინვესტიცია წარმოადგენს დაფინანსების წყაროს და ზრდის აქციონერთა კაპიტალს. 4.4

ს

სააქციო კაპიტალი - დასაშვები სააქციო კაპიტალი, არის ფულის ის მაქსიმუმი ოდენობა, რომლის მოზიდვაც შეიძლება აქციების გაყიდვის შედეგად საწარმოს წესდების მიხედვით. გამოშვებული სააქციო კაპიტალი არის თანხის ის ოდენობა, რომელიც შემოვიდა საწარმოში აქციების გაყიდვის გზით. 4.4

სამუშო კაპიტალი - მიმდინარე აქტივებსა და მიმდინარე ვალდებულებებს შორის არსებული სხვაობა. 4.4

სავაჭრო კრედიტი - წარმოადგენს დაფინანსების წყაროს. მხარეთა შორის დადებული შეთანხმების მიხედვით საწარმოს ან მომხმარებელს რაიმეს შესყიდვა შეუძლია კონკრეტული ანგარიშიდან, ხოლო მომწოდებელთან ანგარიშსწორება (ფულის გადახდა) კი განხორციელდება მოგვიანებით. თუ საწარმო გამოჰყოფს კრედიტს, ამით იგი მყიდველს აძლევს შეღავათიანი გადახდის პერიოდს საქონლის ან/და მომსახურების შეძენაზე. ამასთანავე, საწარმოს სჭირდება რესურსების ქონა, რათა იგი დაელოდოს გადახდის პერიოდის დასრულებას, რომ მიიღოს კუთვნილი თანხა. 4.1

საპროცენტო სარგებელი - არის საპროცენტო სარგებელი სასესხო სახსრების გამოყენებისათვის. მსესხებელმა უნდა დააბრუნოს არა მარტო ნასესხები თანხა, არამედ საპროცენტო სარგებელიც (ანუ ნასესხები თანხის ღირებულება). სესხის საპროცენტო სარგებლის განაკვეთის და თანხის დაბრუნების ვადის შეთანხმება ხდება წინასწარ. საპროცენტო სარგებლის მთლიანი ღირებულება იზრდება სესხის პერიოდისა და ნასესხები თანხის გაზრდასთან ერთად. 4.1

სესხი - საწარმოსთვის წარმოადგენს დაფინანსების წყაროს იმ პირების ფინანსური რესურსების გამოყენებით, რომლებმაც საწარმოს ასესხეს თანხა. მსესხებელს არა აქვს საწარმოს საკუთრებაზე რაიმე უფლება ან წილი მის საკონტროლო აქციათა პაკეტში. საწარმოს ბიზნეს წარუმატებლობის შემთხვევაში მსესხებელს აქვს აქტივების პრიორიტეტული მოთხოვნის უფლება. (იხ. აგრეთვე საპროცენტო სარგებელი). 4.1

სპეციალური შეთავაზების ფასდადება - არის საფასო სტრატეგიებიდან ერთ-ერთი სტრატეგია, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. იგი გულისხმობს საწარმოს მიერ გაყიდვების გასაზრდელად სპეციალური პრაქტიკის გამოყენებას. კერძოდ, ფასდაკლებას დღის ბოლოს მალფუჭებად საქონელზე ან სეზონურ პროდუქტებზე (მაგალითად, „შეიძინე ერთი მიიღე მეორე უფასოდ“). 4.2

ფ

ფასდადება - პროდუქტზე ფასის დადება რთული და მნიშვნელოვანი მარკეტინგული აქტივობაა, რაზეც გავლენას ახდენს მრავალი შიდა და გარე ფაქტორი. არსებობს ფასდადების რამდენიმე სტრატეგია, როგორიცაა სპეციალური შეთავაზების სტრატეგია, მდებარეობის მიხედვით ფასწარმოქმნა, დროის მიხედვით ფასწარმოქმნა, სამომხმარებლო სეგმენტის ფასწარმოქმნა, ნაღების მოხსნის ფასწარმოქმნა, საფასო დიკრიმინაცია, დაბალი დანარჯების სტრატეგია, ბაზარზე შეღწევის ფასწარმოქმნა და ა.შ. 4.2

ფასისმიერი დისკრიმინაცია - არის ფასდადების პოლიტიკის ერთ-ერთი სტრატეგია, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. ამ დროს საწარმო სხვადასხვა მომხმარებლისთვის, ერთსა და იმავე პროდუქტზე, აწესებს სხვადასხვა ფასს. მაგალითად, საწარმო იყენებს ტექნოლოგიებს, რათა განაცალკევოს მომხმარებლები მონაცემთა ბაზების მეშვეობით. 4.2

ფასწარმოქმნა სამომხმარებლო სეგმენტის მიხედვით - წარმოადგენს ერთ-ერთი ფასადადების სტრატეგიას, რომლის გამოყენებაც შეუძლია საწარმოს. ეს მიდგომა მიზნად ისახავს მომხმარებლების დაჯგუფებას (როგორიცაა, მაგალითად,

ასაკი, სქესი ან სხვა საიდენტიფიკაციო კატეგორიები) კონკრეტული მახასიათებლების მიხედვით და პროდუქტის ან მომსახურების ფასის განსაზღვრას ამ ინფორმციის საფუძველზე.

ფინანსური ანგარიში - ფინანსური ანგარიში არის ფორმალური და ოფიციალური ფინანსური აქტივობების ჩანაწერი, დეკლარირების თარიღისთვის. ბალანსი, ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისი, შემოსავლების ანგარიში (მოგება-ზარალის ანგარიში) ყველა ისინი წარმოადგენენ ფინანსური ანგარიშების ფორმებს. 4.3

ფიქსირებული / არაპირდაპირი დანახარჯები - დანახარჯები, რომლებიც პირდაპირ არ უკავშირდება ბიზნეს აქტივობას / საქონლის გამოშვებას / საქონლის წარმოებას (მაგ.: იჯარის ქირა, ხელფასი, გადასახადები და ა.შ.). ეს ხარჯები საწარმოში წარმოიშობა იმის მიუხედავად, ვაჭრობს თუ არა იგი. 4.2

ფულადი ნაკადები - საწარმოს ფულადი სახსრების დინამიკა მოცემულ მომენტში. ფულადი ნაკადების ანგარიშგება წარმოადგენს ფინანსურ ანგარიშგებას და აჯამებს ფულად შემოსავლებს და ფულად დანახარჯებს, გვიჩვენებს საიდან შემოვიდა თანხა და სად/რაზე დაიხარჯა იგი. 4.3

ფულის ოპერაციული ციკლი - ფულის ოპერაციული ციკლი უკავშირდება დროის ინტერვალს, შემდეგ ოპერაციებს შორის: ფულის გაცვლა საქონელზე ან ნედლეულზე, წარმოების პროცესი, საქონლის რეალიზაცია კრედიტით ან ნაღდი ანგარიშსწორებით და ფულის მიღება.

რაც უფრო მეტია დროის ხანგრძლივობა, მით უფრო მეტი ფულია საჭირო; რაც უფრო მეტია გაყიდვების აქტივობა, მით უფრო მეტი ფულია საჭირო ამ აქტივობის დასაფინანსებლად. 4.4

ც

ცვალებადი / პირდაპირი დანახარჯები - ხარჯები, რომლებიც უშუალოდ უკავშირდება წარმოების მოცულობას. ისინი განსხვავდებიან საქმიანობის/შედეგების/წარმოების დონის მიხედვით. 4.2

შ

შემოსავალი (შემოსავლების ანგარიში) - თანხა, რომელსაც პირი ან საწარმო იღებს საქონლის ან მომსახურების სანაცვლოდ (მთლიანი შემოსავალი) ან საინვესტიციო კაპიტალის მეშვეობით. შემოსავლების ანგარიში წარმოადგენს ფინანსურ ანგარიშგებას და განსაზღვრავს საწარმოს შემოსავლებსა და ხარჯებს. 4.3

შესყიდვა - ეხება საქონლისა და მომსახურების შეძენას. ბიზნეს ორგანიზაციაში იგი მოიცავს მომწოდებლების შერჩევას, ხარისხის სტანდარტის ან განსაკუთრებული პროდუქტის და ადგილმდებარეობის შეკვეთის სპეციფიკას. 4.4

შუალედური პროდუქტი - გადამუშავების პროცესში მყოფი დაუსრულებელი საქონელი. 4.4

წ

წაუგებლობის წერტილი - წერტილი, სადაც რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავალი მთლიანი ხარჯების ჯამის ტოლია. წაუგებლობის წერტილი გვიჩვენებს, რა რაოდენობის პროდუქტი უნდა აწარმოოს და გაყიდოს საწარმომ, რათა მიაღწიოს იმ წერტილს, როცა არ ექნება არც მოგება და არც წაგება.

ხ

ხარჯები - თანხა, რომელსაც პირი ან საწარმო ხარჯავს საქონლის ან მომსახურების წარმოების პროცესში ან კაპიტალის ინვესტირების მეშვეობით. 4.3

ESP ტესტის შაბლონი

1. მეწარმეობა არის…
ა) გარემო და ეკოსისტემა, სადაც კომპანიები მოქმედებენ
ბ) წარმოების ბაზარი
გ) ორგანიზაციის ხელმძღვანელობა
დ) ბიზნესის დაწყება ან ორგანიზაციის ჩამოყალიბება

2. რა არის კომპანიის მისია?
ა) დეტალური დოკუმენტი სტრატეგიების შესახებ
ბ) მიღწეული შედეგების ანგარიში
გ) განაცხადი, რომელიც განმარტავს კომპანიის მიზნებსა და დანიშნულებას
დ) წლიური ფინანსური ანგარიში

3. ჰორიზონტალური ორგანიზაციული სტრუქტურის მთავარი უპირატესობაა:
ა) მკაცრი კონტროლი
ბ) იერარქიის გამკაცრება
გ) დაწინაურების მეტი საფეხური
დ) სწრაფი გადაწყვეტილებები და თანამშრომელთა მაღალი მოტივაცია

4. ეფექტური ლიდერობა გულისხმობს:
ა) ყოველთვის სწორი პასუხის ქონას
ბ) ყველა ნაბიჯის კონტროლს
გ) ინსტრუქციების მოლოდინს
დ) პასუხისმგებლობის აღებას და სხვების მოტივირებას

5. გუნდი წარმატებულია მაშინ, როდესაც:
ა) ყველა საკუთარ საქმეზეა ორიენტირებული
ბ) გადაწყვეტილებას მხოლოდ ლიდერი იღებს
გ) პირადი წარმატება პრიორიტეტულია
დ) ყველა წევრს აქვს როლი, საერთო მიზანი და პასუხისმგებლობა

6. სოციალური საწარმოს ძირითადი მახასიათებელია:
ა) მხოლოდ სოციალური მიზნები
ბ) მხოლოდ გარემოზე ზრუნვა
გ) მოხალისეობაზე დაფუძნება
დ) მოგებისა და სოციალური გავლენის გაერთიანება

7. რომელი თვისება ეხმარება ადამიანს სიძნელეებთან გამკლავებაში?
ა) კომპრომისზე წასვლა
ბ) ინიციატივიანობა
გ) გაგებისა და გააზრების უნარი
დ) ზეწოლის ქვეშ მუშაობის უნარი

8. შეზღუდული პასუხისმგებლობის კომპანიაში:
ა) აქციონერთა რაოდენობა შეზღუდულია
ბ) მოგება ნაწილდება საბჭოს წევრებს შორის
გ) მფლობელთა პირადი ქონება დაცულია
დ) კომპანია ვერ გაკოტრდება

9. თუ თანამშრომელი კვირაში 37/40 საათზე ნაკლებს მუშაობს, მისი კონტრაქტია:
ა) არარეგულარული
ბ) დროებითი
გ) სრულ განაკვეთიანი
დ) არასრულ განაკვეთიანი

10. სამართლიანობა დაბეგვრის პრინციპში ნიშნავს:
ა) ყველა იხდის ერთნაირ თანხას
ბ) გადასახადები საკმარისი უნდა იყოს
გ) ერთნაირი პირობების მქონე პირები ერთნაირად იბეგრებიან
დ) დაბეგვრა იაფი უნდა იყოს

11. ნებაყოფლობითი ლიკვიდაცია ნიშნავს:
ა) სასამართლოს გადაწყვეტილებას
ბ) გაკოტრებას
გ) კრედიტორების მოთხოვნას
დ) აქციონერთა გადაწყვეტილებით კომპანიის დახურვას

12. ინტელექტუალური საკუთრების უფლება:
ა) კრძალავს შემქმნელის უფლებებს
ბ) ეხება მხოლოდ მატერიალურ აქტივებს
გ) იცავს ფიზიკურ ქონებას
დ) იცავს შემოქმედთა და გამომგონებელთა უფლებებს

13. ბიზნესიდეა ინოვაციურია, თუ:
ა) ქმნის მოგებას
ბ) ყველასთვის გასაგებია
გ) ღირებულია მომხმარებლისთვის
დ) გამოირჩევა კონკურენტებისგან

14. ბაზრის მოცულობისა და მოთხოვნის განსაზღვრისთვის გამოიყენება:
ა) ფინანსური ანალიზი
ბ) კონკურენტული უპირატესობის ანალიზი
გ) მაჩვენებლების ანალიზი
დ) ბაზრის ანალიზი

15. ინოვაცია არის:
ა) დიდი იდეის ქონა
ბ) ანალოგის შექმნა
გ) მხოლოდ ახალი ტექნოლოგია
დ) იდეის გარდაქმნა ღირებულ პროდუქტად ან მომსახურებად

16. რომელია პირველადი ბაზრის კვლევის მაგალითი?
ა) სექტორის ანგარიშის წაკითხვა
ბ) ინტერნეტში კონკურენტების დათვლა
გ) არსებული კვლევის გამოყენება
დ) მომხმარებელთა გამოკითხვის ჩატარება

17. პირდაპირი გაყიდვის მაგალითია:
ა) საბითუმო მოვაჭრეების გამოყენება
ბ) ფრანჩაიზინგი
გ) შუამავლით გაყიდვა
დ) ონლაინ გაყიდვა საკუთარი ვებგვერდით

18. მარკეტინგის 4P-ში „პროდუქტს“ აღწერს:
ა) ფასნამატი
ბ) სარეკლამო საჩუქრები
გ) დისტრიბუციის არხები
დ) ბრენდი, დიზაინი და ხარისხი

19. სხეულის ენა და თვალით კონტაქტი არის:
ა) თარგმნის პრობლემა
ბ) ენობრივი განსხვავება
გ) კულტურული ვარიაცია
დ) არავერბალური კომუნიკაცია

20. ბიზნესგეგმა განსაკუთრებით გვეხმარება:
ა) ხალხის დარწმუნებაში
ბ) გადაწყვეტილების მიღებაში
გ) გეგმების სტრუქტურირებასა და კონტროლში
დ) გუნდის ფორმირებაში

21. მომწოდებლისგან გადავადებული გადახდით შეძენა არის:
ა) ბანკის სესხი
ბ) ვენჩურული კაპიტალი
გ) საკრედიტო ბარათი
დ) სავაჭრო კრედიტი

22. რომელი წინადადებაა ჭეშმარიტი?
ა) ფიქსირებული ხარჯი დამოკიდებულია წარმოებაზე
ბ) ცვალებადი ხარჯი დროზეა დამოკიდებული
გ) ხარისხზეა დამოკიდებული ყველა ხარჯი
დ) მთლიანი ხარჯი = ფიქსირებული + ცვალებადი

23. ფულადი ნაკადების ანალიზი მნიშვნელოვანია, რადგან:
ა) წყვეტს ყველა პრობლემას
ბ) უზრუნველყოფს დივიდენდებს
გ) იძლევა სესხის აღების გარანტიას
დ) აჩვენებს ფულის მოძრაობას ბიზნესში

24. ამოცანა – სწორი / არასწორი
თუ აიღეთ 6,000 ევროს სესხი 15%-ით, 1 წლით, რომელი განცხადებაა სწორი

განცხადება	სწორია	არასწორია
წლიური პროცენტი 900 ევროა		
წლის ბოლოს სესხი 6,900 ევროა		
წლიური პროცენტი 1,500 ევროა		

პასუხები:

კითხვა	სწორი პასუხი
1	დ
2	გ
3	დ
4	დ
5	დ
6	დ
7	დ
8	გ
9	დ
10	გ
11	დ
12	დ
13	დ
14	დ
15	დ
16	დ
17	დ
18	დ
19	დ
20	გ
21	დ
22	დ
23	დ
24	1 – კი / 2 – კი / 3 – არა

