

პროფესიული მოდულის – „მეწარმეობა“ გზამკვლევი

ავტორები: თეონა თიგიშვილი
რუსუდან თევზაძე

სარჩევი

შესავალი -----	2
ნაწილი I. სასწავლო პროცესის დაგეგმვა -----	3
ნაწილი II. მეთოდოლოგიური ორიენტირები -----	50

შესავალი

წინამდებარე გზამკვლევაში წარმოდგენილია „მეწარმეობის“ მოდულში მოცემული თემატიკის (შინაარსობრივი საკითხების) საფუძველზე სწავლა-სწავლების პროცესის აგების სარეკომენდაციო გზა. ეს გზა ორ მიმართულებად იყოფა: ერთია ძირითადი სასწავლო ერთეულების – თემების სწავლა-სწავლების პროცესის დასაგეგმად საჭირო რეკომენდაციები, მეორე კი – კურსის ფარგლებში ცალკეული სასწავლო აქტივობების განხორციელების რეკომენდაციები.

შინაარსობრივი საკითხები დაყოფილია ოთხ თემად, რომლებიც ცალ-ცალკეა განხილული. ეს თემებია

1. ბიზნესის დაგეგმვა/ რეგისტრაცია
2. ბიზნესის ორგანიზება
3. პროდუქციის/მომსახურების რეალიზაცია
4. ფინანსური გეგმების შედგენა

თემატური ბლოკის ან/და თემის შეჯამება უდიდესი მნიშვნელობის მქონეა „მეწარმეობის“ სწავლა-სწავლების პროცესში. შემაჯამებელმა კომპლექსურმა დავალებამ უნდა გამოვლინოს, ადასტურებს თუ არა პროფესიული სასწავლებლის სტუდენტი სწავლის შედეგებს კონკრეტული თემის ფარგლებში. მას მთავარი მნიშვნელობა აქვს სტუდენტის შეფასებისა და მისი პორტფოლიოსათვის მტკიცებულებების მოპოვების თვალსაზრისით. აქედან გამომდინარე, სასურველია შემაჯამებელი მუშაობა პედაგოგმა თემის/ თემატური ბლოკის სწავლების დაწყებისთანავე დაგეგმოს, მოამზადოს შემაჯამებელი აქტივობის საკითხები, შეფასების რუბრიკები და გააცნოს ისინი სტუდენტებს. თემის დამუშავება ნაბიჯ-ნაბიჯ უნდა და შემაჯამებელი აქტივობა ამ პროცესის ლოგიკურად დამასრულებელი „ბოლო აკორდი“ უნდა იყოს. თემატური ბლოკის ფარგლებში ჩატარებული გაკვეთილები, დამოუკიდებლად შესასრულებელი დავალებები, მაწავლებლის განმავითარებელი კომენტარები ხელს უნდა უწყობდეს და ამზადებდეს სტუდენტს ფინალური აქტივობის წარმატებით განხორციელებისთვის. ამრიგად, თემის/თემატური ბლოკის შეჯამება პედაგოგისა და სტუდენტებისათვის ის მთავარი ორიენტირია, რომლისკენაც უნდა მიმართონ საკუთარი ძალისხმევა და სწავლა-სწავლების პროცესი.

ნაწილი I. სასწავლო პროცესის დაგეგმვა

სამიზნე ცნებები / ქვეცნებები	საკითხი / საკითხები	საკვანძო შეკითხვა / საკვანძო შეკითხვები	შეფასების კრიტერიუმები:
<p>გეოგრაფიული კვლევა და ანალიზი</p> <ul style="list-style-type: none"> გეოგრაფიული კვლევა გულისხმობს ინფორმაციის მოპოვებას, მის ანალიზს და პროგნოზირებას. პროგნოზირება მნიშვნელოვანია სხვადასხვა ბუნებრივი კატასტროფის თავიდან ასაცილებლად. სხვადასხვა გლობალური პრობლემის ანალიზი და მისი გადაჭრის გზების მოძებნა შესაძლებელია გეოგრაფიული კვლევით. <p>მოსახლეობა და მეურნეობა</p> <ul style="list-style-type: none"> დედამიწაზე მოსახლეობა არათანაბრად არის განაწილებული. მსოფლიოს მოსახლეობა განუწყვეტლივ იცვლება, ამ ცვლილებას მრავალი ფაქტორი განაპირობებს. მოსახლეობას სხვადასხვა სტრუქტურა გააჩნია: ეთნიკური, ასაკობრივი, სქესობრივი, რელიგიური. სხვადასხვა ქვეყანაში მეურნეობის 	<ul style="list-style-type: none"> ბიზნესი და მეწარმეობა; ბიზნესის ადგილი და როლი ეკონომიკაში; ბიზნესის მდებარეობა და მისი გავლენა წარმატებაზე; ბაზარი და მისი სტრუქტურა; ბაზრის კვლევის მნიშვნელობა, კვლევის ელემენტები; ინფორმაციის შეგროვების გზები; სამეწარმეო (ეკონომიკური) საქმიანობის სფეროები; სამეწარმეო გარემო; ბიზნესის იდეა და მის შერჩევასთან დაკავშირებული პროცედურები; ბიზნესის სახელწოდება და მის შერჩევასთან დაკავშირებული პროცედურები <p>მეწარმე-სუბიექტები (ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ინდივიდუალური მეწარმე ✓ შეზღუდული პასუხისმგებლობის 	<ul style="list-style-type: none"> როგორ შევარჩიოთ კომპანიისთვის მომგებიანი და ეფექტური სახელი, ბრენდი? როგორ არის დაკავშირებული კომპანიის სახელი მის პროფილთან? როგორია როლების და სამუშაოს განაწილება კომპანიაში? როგორ უნდა მოხდეს რესურსების რაციონალურად გამოყენება? როგორ უნდა შეირჩეს საწარმოო რესურსები? როგორ შევარჩიოთ კომპანიისთვის მომგებიანი და ეფექტური სახელი, ბრენდი? როგორ არის დაკავშირებული კომპანიის სახელი მის პროფილთან? როგორია როლების და სამუშაოს განაწილება კომპანიაში? როგორ უნდა მოხდეს 	<ul style="list-style-type: none"> სხვადასხვა თემატური რუკისა და გლობუსის გამოყენებით დედამიწის (რელიეფის, კლიმატური სარტყლების, მსოფლიო ოკეანის, მოსახლეობის) დახასიათება, გეოგრაფიული ობიექტების მდებარეობის განსაზღვრა (გრძედი, განედი, პოლუსები, ეკვატორი, საწყისი მერიდიანი, თარიღთა ცვლის ხაზი) დედამიწის შესახებ სხვადასხვა დროს არსებული წარმოდგენების ცვალებადობის მიზეზების გაანალიზება გეოგრაფიული გარსის მთლიანობის აღქმა და მისი გეოსფეროების (ლითოსფერო, ატმოსფერო, ჰიდროსფერო, ბიოსფერო, ნოოსფერო) ურთიერთდამოკიდებულების გაანალიზება; ბუნებრივი ზონების წარმოქმნისა და თავისებურებების განხილვა დედამიწაზე მოსახლეობის არათანაბარი განაწილების მიზეზების გაანალიზება

<p>ესა თუ ის დარგია წამყვანი, რაც შრომის გეოგრაფიულ დანაწილებას განაპირობებს.</p> <ul style="list-style-type: none"> • მთლიანი შიდა პროდუქტი, მთლიანი შიდა პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე, ადამიანური (ჰუმანური) განვითარების ინდექსი ქვეყნების განვითარების დონის მაჩვენებელია. • მოსახლეობის რაოდენობის კონტროლი სახელმწიფო დემოგრაფიული პოლიტიკის მეშვეობით არის შესაძლებელი. • ქვეყნებს შორის უთანაბრო განვითარების გამოსახვა ჯინის ინდექსით არის შესაძლებელი. <p>მდგრადი განვითარება</p> <ul style="list-style-type: none"> • მდგრადი განვითარება ეს არის მოსახლეობის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება ისე, რომ რესურსები მომავალ თაობებსაც შევუნარჩუნოთ. • მდგრადი განვითარება სამი მთავარი კომპონენტისგან შედგება: სოციალური, ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი. • მდგრადი განვითარების მიზნების შესრულებაც აუცილებელია მსოფლიო კეთილდღეობისათვის. • გარემოს დაცვა მნიშვნელოვანია ყველა ქვეყნისთვის. 	<p>საზოგადოება (შპს)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს) ✓ კომანდიტური საზოგადოება (კს) ✓ სააქციო საზოგადოება (სს, კორპორაცია) ✓ კოოპერატივი <p>მათი უპირატესობები და ნაკლოვანებები);</p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნესის რეგისტრაცია და პროცედურები; • სარეგისტრაციო დოკუმენტები; • პარტნიორები და წილობრივი მონაწილეობა; • ბიზნეს საქმიანობასთან დაკავშირებული რისკები და მისი მართვის მექანიზმები; • ლიცენზიები, ნებართვები და სერტიფიკატები, მათი არსი და სახეები. • საწარმოო რესურსები, მათი კლასიფიკაცია (ბუნებრივი რესურსები (გამოლევადი და გამოულეველი, ადამიანური რესურსები); • წარმოების ფაქტორები, მათი კლასიფიკაცია; • ტექნოლოგიური პროცესი, მასალები და ნედლეული; • მასალებისა და ნედლეულის ბაზრები; • შრომითი რესურსის არსი და 	<p>რესურსების რაციონალურად გამოყენება?</p> <ul style="list-style-type: none"> • როგორ უნდა შეირჩეს საწარმოო რესურსები? • როგორ შევარჩიოთ მისაწოდებელი პროდუქცია/მომსახურება? • როგორ მოვახდინოთ პროდუქციის/მომსახურების რეალიზაცია? • როგორ და რატომ არ უნდა დავარდვიოთ სხვისი საავტორო უფლებები? • როგორ შევარჩიოთ გასაღების ბაზრები? • რატომ არის მნიშვნელოვანი ინოვაციები ბიზნესში? • როგორ მოვახდინოთ ჩვენი პროდუქციის/მომსახურების პოპულარიზაცია? • როგორ შევადგინოთ ფინანსური გეგმები? • რატომ არის მნიშვნელოვანი აღრიცხვის მონაცემების ცოდნა? • როგორ ვმართოთ შემოსავლები და ხარჯები? • როგორ მოვახდინოთ ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზირება? • როგორ გავზარდოთ მოგება? 	<ul style="list-style-type: none"> • გლობალური ეკოლოგიური პრობლემების გაანალიზება; მათზე რეაგირებისა და პრევენციისთვის საჭირო ღონისძიებების მნიშვნელობის გააზრება
--	--	---	--

	<p>მისი საჭიროების განსაზღვრა.</p> <ul style="list-style-type: none"> • მიწოდების ფორმები, საქონლის შეფუთვა და მარკირება, მოთხოვნები მარკირების მიმართ <p>მიწოდების ფორმა:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ნაყარი ✓ დაფასოებული ✓ შეფუთვა ✓ დიზაინი ✓ გაყიდვა ადგილიდან ✓ სავაჭრო ქსელის გამოყენება ✓ დისტრიბუცია ✓ ადგილზე მიწოდება/მომსახურება ✓ სტანდარტული სერვისი ✓ კლიენტზე მორგებული (კორპორატიული) სერვისი; <ul style="list-style-type: none"> • შერჩეულ მყიდველთან სწორი ურთიერთობის აგება; • გაყიდვის სახეები: <ul style="list-style-type: none"> ✓ საბითუმო ✓ საცალო ✓ მომსახურების სტანდარტული და კორპორატიული სერვისები; • მომსახურების ბიზნესის სპეციფიკა; • მომხმარებლის სტიმულირების მექანიზმები: <ul style="list-style-type: none"> ✓ რეკლამა ✓ რეკლამის სახეები მიზნისა და ფუნქციის მიხედვით 		
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ პერსონალური გაყიდვა ✓ გაყიდვების სტიმულირება ✓ კავშირები საზოგადოებასთან; • რეკლამის ეფექტურობა მიზნობრივი ჯგუფის გათვალისწინებით; • საქონლის/მომსახურების ფასის არსი, ფასწარმოქმნა. • ბიზნესის დაფინანსების წყაროები: <ul style="list-style-type: none"> ✓ საკუთარი ✓ მოზიდული (საბანკო კრედიტი, ინვესტიცია, დაფინანსება, გრანტი და სხვა); • ბიზნესი შემოსავლები და მისი სახეები: <ul style="list-style-type: none"> ✓ საქონლის/მომსახურების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლები ✓ ქონების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლები ✓ იჯარა ✓ საპროცენტო სარგებელი ✓ სესხი; • საკონტროლო-სალარო აპარატი, მისი სავალდებულო გამოყენების შემთხვევები; • ბიზნესის ხარჯები და სახეები: <ul style="list-style-type: none"> ✓ მუდმივი ✓ ცვალებადი; • გადასახადის არსი და სახეები: <ul style="list-style-type: none"> ✓ საშემოსავლო გადასახადი 		
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ მოგების გადასახადი ✓ ქონების გადასახადი ✓ დამატებული ღირებულების გადასახადი ✓ აქციზი ✓ იმპორტის გადასახადი; <ul style="list-style-type: none"> • დაბეგვრის შეღავათიანი რეჟიმები; • გადასახადის გადამხდელად რეგისტრაციის პროცედურები; • ბიუჯეტში შესატანი გადასახადების იდენტიფიცირება და კალკულაცია; • შემოსავლებისა და ხარჯების კალკულაცია; • მოგება; 		
--	---	--	--

აქტივობები და რესურსები	კომპლექსური დავალების ნიმუშები:
<p>ეტაპი 1.</p> <p>ბიზნესის დაგეგმვა/ რეგისტრაცია</p> <ul style="list-style-type: none"> • როგორ დავგეგმოთ და დავარეგისტრიროთ ბიზნესი? • როგორ ჩამოვაყალიბოთ კარგი ბიზნეს იდეა? • რატომ არის საჭირო ბიზნეს იდეების სვოტ-SWOT ანალიზი? 	<p>მოსწავლეები ერთიანდებიან ჯგუფებად და მოსწავლეთა კომპანიის ფორმატში წლის მანძილზე ავითარებენ თავიანთ ბიზნეს იდეას.</p> <p>ბიზნესისთვის სარეკომენდაციო იდეები:</p>

ეტაპი 2.

ბიზნესის ორგანიზება

- როგორ შევარჩიოთ კომპანიისთვის მომგებიანი და ეფექტური სახელი, ბრენდი?
- როგორ არის დაკავშირებული კომპანიის სახელი მის პროფილთან?
- როგორია როლების და სამუშაოს განაწილება კომპანიაში?
- როგორ უნდა მოხდეს რესურსების რაციონალურად გამოყენება?
- როგორ უნდა შეირჩეს საწარმოო რესურსები?

Camerata CP ამზადებს ფილმებს. "ჩვენ გთავაზობთ ფილმების გადაღებას, მონტაჟსა და ჩაწერას, DVD ფილმებსა და ვიდეო ჩანაწერების გადაყვანას ციფრულ ფორმატში. ჩვენ ვაკეთებთ მომხმარებლისთვის ყველაფერს – იდეიდან დასრულებული პროდუქტის მიღებამდე."

Easy Living CP აწარმოებს მოწყობილობას, რომელიც პრესავს ნაგავს ურნაში, რის შედეგადაც იზრდება ურნის ტევადობა.

Frii CP მომხმარებელს სთავაზობს ორ უკაბელო დამაკავშირებელ სისტემას აუდიო სისტემების, გადამცემისა და მიმღებებისთვის. ისინი ერგება მუსიკალურ მოწყობილობებს, კომპიუტერებს, iPod-ებსა და სპიკერებს. "ჩვენ შესაძლებელს ვხდით მუსიკის უსადენოდ მოსმენას, Bluetooth

**ეტაპი 3.
პროდუქციის/**

მომსახურების რეალიზაცია

- როგორ შევარჩიოთ მისაწოდებელი პროდუქცია/მომსახურება?
- როგორ მოვახდინოთ პროდუქციის/მომსახურების რეალიზაცია?
- როგორ და რატომ არ უნდა დავარღვიოთ სხვისი საავტორო უფლებები?
- როგორ შევარჩიოთ გასაღების ბაზრები?
- რატომ არის მნიშვნელოვანი ინოვაციები ბიზნესში?
- როგორ მოვახდინოთ ჩვენი პროდუქციის/მომსახურების პოპულარიზაცია?

ეტაპი 4.

ფინანსური გეგმების შედგენა

- როგორ შევადგინოთ ფინანსური გეგმები?
- რატომ არის მნიშვნელოვანი აღრიცხვის მონაცემების ცოდნა?
- როგორ ვმართოთ შემოსავლები და ხარჯები?
- როგორ მოვახდინოთ ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზირება?
- როგორ გავზარდოთ მოგება?

ტექნოლოგიის გამოყენებით.”

მოსწავლეთა კომპანია მომხმარებელს სთავაზობს ნარჩენების სეპარაციის მომსახურებას.

მოსწავლეთა კომპანია „Intellect“ მომხმარებელს სთავაზობს საიტს, რომელზეც განთავსებული იქნება რეფერატები და სხვა დამხმარე მასალა სტუდენტთათვის.

მოსწავლეთა კომპანია “Good taste” მომხმარებელს სთავაზობს დიეტურ რეცეპტებს, რომელიც ეფექტურად გახდომაში დაგეხმარებათ.

1.1. სარეკომენდაციო აქტივობები

1. ბიზნესის დაგეგმვა/ რეგისტრაცია

ბიზნეს-იდეა

ბიზნეს-იდეა ფორმულირებულ უნდა იქნეს მოკლედ და გასაგებად. მასში უნდა იკითხებოდეს: - მომხმარებლები და ბაზრები, რომლებთანაც მოსწავლეებს სურთ მუშაობა. - საჭიროებები, რომლებსაც აკმაყოფილებს კონცეფცია. - პროდუქტი (მომსახურება), რომლის შეთავაზებაც უნდა გააკეთონ მოსწავლეებმა სასურველი შედეგის მისაღწევად. - უპირატესობები, რომლებიც გააჩნია მინიკომპანიას კონკურენტებთან მიმართებაში (დაბალი ფასი, მაღალი ხარისხი, უნიკალურობა, ექსკლუზიურობა და სხვა). ბიზნეს-იდეის დიზაინს და მასთან დაკავშირებულ კითხვებს ქვემოთ გთავაზობთ (იხ.დანართი 1). მას შემდეგ, რაც დაასრულებთ იდეების გენერირებას, მნიშვნელოვანია, განიხილოთ და დაახარისხოთ ისინი (პრიორიტეტები მიანიჭოთ მათ). შესაძლოა, ზოგი იდეა სრულად ან ნაწილობრივ უარყოფილ იქნეს. გაეცანით ერთმანეთის იდეებს და აარჩიეთ ის, რომელსაც, თქვენი აზრით, აქვს პოტენციალი. არსებობს იდეების შეფასების რამდენიმე გზა, ჩვენ გთავაზობთ **SWOT** ანალიზის მეთოდს, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელი იქნება განიხილოთ თითოეული წარმოდგენილი ბიზნეს-იდეა და ჩამოყალიბდეთ საბოლოო ვარიანტზე.

სვოტ SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარე	სუსტი მხარე
შესაძლებლობა	საფრთხე

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

- **ძლიერი მხარეები:** ბიზნესის ან პროექტის მახასიათებლები, რომლებიც განაპირობებს მის უპირატესობას კონკურენტებთან შედარებით. შეხედეთ იდეის ძლიერ მხარეებს. რას მოიტანს ის ბაზარზე? არის თუ არა ის ინოვაციური? შეგვიძლია თუ არა მისი განხორციელება დაბალ ფასად?

- **სისუსტეები:** მახასიათებლები, რომლებიც გუნდს აყენებს კონკურენტებთან შედარებით არაუპირატეს მდგომარეობაში. მაღალი საწარმოო ხარჯი? არამოთხოვნადი პროდუქცია? ძლიერი მარკეტინგის მოთხოვნა?

- **შესაძლებლობები:** ელემენტები, რომელთა საშუალებითაც პროექტმა შეიძლება მოიპოვოს უპირატესობები. ეს არის ახალი და განსხვავებული ბაზრების, სამიზნე ჯგუფებისა და გზების ძიება პროდუქტის წარმოებისა და გავრცელებისათვის.

- **საფრთხეები:** გარემო ფაქტორები, რომლებმაც შეიძლება გამოიწვიოს პრობლემები ბიზნესში ან პროექტში. შესაძლებელია, უკვე არის ვიღაც, ვინც აწარმოებს მსგავს პროდუქციას, სთავაზობს მას უფრო დაბალ ფასად ან არსებობს გარკვეული კანონები და რეგულაციები, რომლებიც ართულებს პროდუქციის წარმოებას.

ამაზე დაყრდნობით შეგიძლიათ განსაზღვროთ, რა ცვლილებებია შესატანი იდეაში, გააგრძელოთ მუშაობა ან უარყოთ ის.

ბიზნეს-გეგმა

ბიზნეს-გეგმა არის კომპანიის მართვის საშუალება და დოკუმენტი, რომელიც გეხმარებათ, მიჰყვეთ არჩეულ გზას.

ეს არის ოფიციალური საბუთი, რომელიც ასახავს ბიზნესის მიზნებს და იმ მიზეზებს, რომელთა გამოც თვლით, რომ ეს მიზნები მიღწევადია. ეს არის გეგმა, რომელიც გეხმარებათ ამ მიზნების მიღწევაში. ბიზნეს-გეგმაზე მუშაობამ, შესაძლოა, დიდი დრო მოითხოვოს, ამიტომ დაიწყეთ რაც შეიძლება ადრე.

ბიზნეს-გეგმა უზრუნველყოფს კომპანიას ინფორმაციით, რომელიც გამოიყენება ინვესტორებთან და აქციონერებთან ურთიერთობისას.



კომპანიის სახელწოდება

ჩვენ შევასრულეთ შემდეგი შემოქმედებითი სავარჯიშოები:

დანართი 1

-
- | | |
|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> გონებრივი იერიში | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> იდეების შექმნა გუნდში | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

ბიზნეს-იდეა. რა მოთხოვნებს დააკმაყოფილებს ჩვენი პროდუქცია და რა პრობლემებს გადაჭრის ის მომხმარებლისათვის?

ვინ არიან ჩვენი მომხმარებლები/ სამიზნე აუდიტორია?

რა არის მათი საჭიროებები?

რა სახის პროდუქციით შეგვიძლია დავაკმაყოფილოთ მათი საჭიროებები?

როგორ დავაკმაყოფილოთ ჩვენი სამიზნე ჯგუფი / მომხმარებლები საუკეთესო გზით (კონკურენტებისგან განსხვავებულად)?

აქტივობების ზოგადი აღწერა: მეცადინეობის დასაწყისი დაუთმეთ შესავალ ნაწილს, ხოლო შემდეგ ახსენით თეორიული მასალა. აქტივობების დეტალური აღწერა: სასურველია შესავალ ნაწილს დაუთმოთ მეცადინეობის პირველი 5-10 წუთი. შესავალ ნაწილში იგულისხმება: საკუთარი თავისა და სწავლების მეთოდების წარდგენა-გაცნობა; განმავითარებელი შეფასების ინსტრუმენტის

აღწერა; ისეთი ისტორიებისა და მაგალითების (სასურველია ადგილობრივი) მოყოლა, რაც სტუდენტებში გააღვივებს ინტერესს ბიზნესისა და მეწარმეობისადმი.

შესავალი ნაწილის შემდეგ, პროფესიული სტუდენტისთვის (რომელსაც არც თეორიული და არც პრაქტიკული გამოცდილება არ აქვს ბიზნესში) მაქსიმალურად გასაგები ენით, განმარტეთ შემდეგი საკითხები:

1. რა არის ბიზნესის არსი

- ✓ პირდაპირი გაგებით, რას ნიშნავს სიტყვები - „ბიზნესი“ და „ბიზნესმენი“;
- ✓ როგორი საქმიანობა ითვლება ბიზნესად და როგორი არა;
- ✓ რას გულისხმობს წარმოება და რა შემთხვევაში შეიძლება ჩაითვალოს ის ბიზნესად;
- ✓ უნდა ფიქრობდეს თუ არა ბიზნესმენი პარტნიორების მოგებაზე ისე, როგორც საკუთარ მოგებაზე;
- ✓ შეზღუდულია თუ არა ბიზნესი ქვეყნების სახელმწიფო საზღვრებით ან ადამიანთა ეროვნების მიხედვით;
- ✓ უნდა იწვევდეს თუ არა ბიზნესი დაინტერესებული პირების (საწარმოების ან ორგანიზაციების) ურთიერთსარგებლობას.

2. რა არის მეწარმეობის (სამეწარმეო საქმიანობის) არსი

- ✓ რომელი კანონი არეგულირებს საქართველოში სამეწარმეო საქმიანობის სუბიექტთა სამართლებრივ ფორმებს;
- ✓ კანონის თანახმად, როგორი საქმიანობა მიიჩნევა მეწარმეობად (სამეწარმეო საქმიანობად);
- ✓ კანონის თანახმად, რას გულისხმობს მართლზომიერება; არაერთჯერადობა; ორგანიზებულობა; დამოუკიდებლობა და სწრაფვა მოგების მიღების მიზნისაკენ.

3. რა უნარ-ჩვევებს უნდა ფლობდეს მეწარმე (რას გულისხმობს მეწარმის თითოეული უნარ-ჩვევა):

- ✓ „ინიციატივიანი“;
- ✓ „გაბედული, ზომიერად რისკიანი“;
- ✓ „შეუპოვარი, მებრძოლი“;
- ✓ „ოპტიმისტი, ორგანიზებულად წინმსწრაფი“;

- ✓ „გულწრფელი, პატიოსანი“;
- ✓ „ერთგული, საიმედო“;
- ✓ „დაუზარელი, შრომისმოყვარე“;
- ✓ „თავაზიანი, მეგობრული“;
- ✓ „ქველმოქმედი, გულმოწყალე“;
- ✓ „საიდუმლოების შემნახველი“;
- ✓ „მგრძობიარე, ალღოიანი“.

4. სამეწარმეო (ეკონომიკური) საქმიანობის რა სფეროები და სახეები არსებობს

- ✓ სამეწარმეო საქმიანობის რა 5 ძირითადი ჯგუფი არსებობს (თვალსაჩინოებისთვის გამოიყენეთ შესაბამისი პირამიდა);
- ✓ მეწარმეობის რა და რა სახეებს განასხვავებენ სამეწარმეო საქმიანობის შინაარსის მიხედვით (წარმოება, კომერცია, საფინანსო-საკრედიტო, სადაზღვევო და სამუამავლო);
- ✓ ეკონომიკური საქმიანობის რა სახეებია განსაზღვრულია საქართველოს ეროვნული კლასიფიკატორით (1. სოფლის მეურნეობა, ნადირობა და სატყეო მეურნეობა, 2. თევზჭერა, მეთევზეობა, 3. სამთომოპოვებითი მრეწველობა, 4. დამამუშავებელი მრეწველობა, 5. ელექტროენერჯის, აირისა და წყლის წარმოება და განაწილება, 6. მშენებლობა, 7. ვაჭრობა, 8. სასტუმროებისა და რესტორნების მომსახურება, 9. ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა, 10. საფინანსო საქმიანობა, 11. ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებელი, მომსახურების გაწევა, 12. სახელმწიფო მმართველობა, 13. განათლება, 14. ჯანმრთელობის დაცვა და სოციალური დახმარება, 15. კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურების გაწევა, 16. შინამოსამსახურის საქმიანობა და შინამეურნეობების საქმიანობა, დაკავშირებული საქონლისა და მომსახურების წარმოებასთან საკუთარი მოხმარებისათვის შინამეურნეობის გაძღოლასთან დაკავშირებული მომსახურება, 17. ექსტერიტორიული ორგანიზაციების საქმიანობა).

5. როგორია ბიზნესის ადგილი და როლი ეკონომიკაში

- ✓ რა მსგავსება და რა განსხვავებაა ეკონომიკასა და ბიზნესს შორის;
- ✓ რატომ უჭირავს ბიზნესს მნიშვნელოვანი როლი ეკონომიკაში.

6. როგორ შევარჩიოთ ბიზნეს-იდეა

- ✓ რისთვის არის საჭირო ახალი იდეები და რა კლავს იდეას;
- ✓ როგორი უნდა იყოს კარგი იდეა, რომელიც შესაძლოა საფუძვლად დაედოს წარმატებულ ბიზნესს (წყვეტდეს რაღაც პრობლემას, ან აკმაყოფილებდეს კლიენტის მოთხოვნილებებს, ან ზრდიდეს საქონლის/მომსახურების ფასს, ან დაკავშირებული იყოს საკანონმდებლო ცვლილებებთან, ან აუმჯობესებდეს მეწარმის უნარ-ჩვევებსა და რესურსებს).

7. რა არის ბაზრის არსი და როგორია მისი სტრუქტურა

- ✓ რაში მდგომარეობს ბაზრის არსი და თავისებურებები;
- ✓ რა საბაზრო მექანიზმები არსებობს;
- ✓ რა არის ბაზრის ფუნქციები;
- ✓ როგორია ბაზრის სისტემა და სტრუქტურა.

რეკომენდაციები

სასურველია:

- 1.თეორიული მასალა გადმოიცეს პრეზენტაციის მეშვეობით;
- 2.პრეზენტაციის საწყის სლაიდზე ჩანდეს ამ ქვეთავის ნომერი და სათაური შესაბამის ილუსტრაციასთან ერთად;
- 3.თითოეულ საკითხს დაეთმოს 1-5 სლაიდი;

4. თითოეულ სლაიდზე ჩანდეს როგორც ტექსტი, ისე ტექსტის შესაბამისი ილუსტრაცია, რომელიც მაქსიმალურად უწყობს ხელს მასალის ათვისებასა და დამახსოვრებას;

5. ბოლოს წინა სლაიდ(ებ)ზე უნდა ჩაიწეროს დამოუკიდებელი მუშაობის ინსტრუქცია და ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც სტუდენტებმა უნდა გამოაგზავნონ დამოუკიდებელი მუშაობის დროს შესრულებული მასალა (მაგალითად, მასწავლებლის ელექტრონული ფოსტა);

6. ბოლო სლაიდს დაარქვათ „საკითხავი მასალა“, სადაც ჩაწერეთ ძირითადი საკითხავი მასალის დასახელება

ლიტერატურა

პრეზენტაციის მომზადებისას სასურველია გამოიყენოთ მეწარმეობის სახელმძღვანელოს შემდეგი თავები: 1.1.

ბიზნესი და მეწარმეობა; 1.2. ბაზარი და ბაზრის სტრუქტურა. ასევე, სტუდენტთა და აბიტურიენტთა ხელშეწყობის საერთაშორისო ასოციაციის (SEPIA) ვებ-გვერდი: <http://sepiango.org/SEPidea> - ბიზნეს-იდეის მოფიქრებასთან დაკავშირებით.

რესურსები კომპიუტერი, პროექტორი, ჰენდაუთი (სლაიდების ამობეჭდილი ვერსია). შესაძლებელია ვიდეო/აუდიო ან ინტერნეტ რესურსის გამოყენება, სადაც კარგად ჩანს ბიზნესის არსი ან/და თავისებურებები.

პრაქტიკული მეცადინეობა ხელს უნდა უწყობდეს თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაციის განმტკიცებას. მასწავლებელი უნდა დარწმუნდეს, რომ აუდიტორიაში მსხდომმა ყველა სტუდენტმა გაიგო თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაცია. პირველი 5-10 წუთი დაუთმეთ გონებრივ იერიშს, რათა გაარკვიოთ ხომ არ არის ისეთი საკითხი, რომელიც ვერ გაიგეს სტუდენტებმა თეორიული მასალიდან. სთხოვეთ სტუდენტებს მოიყვანონ მათთვის ცნობილი მაგალითები თეორიულ მასალასთან დაკავშირებით. გონებრივი იერიშისას შეგიძლიათ გამოიყენოთ კითხვები:

1. რა ქმედება ექვემდებარება ლიცენზირებასა და სერტიფიცირებას?
2. ჩამოთვალეთ სერტიფიცირების მიზნები და პრინციპები;
3. განმარტეთ ლიცენზიის არსი;
4. ჩამოთვალეთ ლიცენზიის სახეები;
5. ვინ გასცემს საქმიანობის ლიცენზიას?
6. განმარტეთ ნებართვის არსი;

7. ვინ გასცემს საქმიანობის ნებართვას?
8. ჩამოთვლეთ სერტიფიკატების სახეები;
9. ჩამოთვალეთ საგარეო ვაჭრობისას საჭირო სერტიფიკატების სახეები;
 10. რა საქმიანობისთვის არის აუცილებელი ვეტერინალური სერტიფიკატი და ვის მიერ გაიცემა?
 11. რა საქმიანობისთვის არის აუცილებელი ფიტოსანიტარული სერტიფიკატი და ვის მიერ გაიცემა?
 12. რა არის საქონლი წარმოშობის სერტიფიკატის დანიშნულება?
 13. განმარტეთ, რატომ არის ბიზნესის ადგილმდებარეობის სწორად შერჩევა მნიშვნელოვანი?
 14. ჩამოთვალეთ ბიზნესის ადგილმდებარეობაზე მოქმედი ფაქტორები;
 15. დაახასიათეთ ბიზნესის ადგილმდებარეობაზე მოქმედი ფაქტორები;
 16. რატომ არის ბიზნესის ადგილმდებარეობაზე მოქმედი ძირითადი ფაქტორები მნიშვნელოვანი?

ბ) სტუდენტებს მიეცით პრაქტიკული სავარჯიშო - „ბიზნეს იდეის განხორციელებასთან დაკავშირებული დოკუმენტები და ბიზნესის მდებარეობა“. კერძოდ, სტუდენტები დაყავით 3 კაციან ჯგუფებად და თითოეულ ჯგუფს დაავალეთ მოიფიქროს არანაკლებ 2 ბიზნეს-იდეა და დაასახელოს რა ნებართვა, ლიცენზია ან სერტიფიკატი სჭირდება მათ მიერ მოფიქრებული თითოეული იდეის განხორციელებას (ან საერთოდ სჭირდება თუ არა ამ დოკუმენტებიდან რომელიმე). ჯგუფებს მიეცით 35-40 წუთი, რათა შეაფასონ, თუ სად უნდა მდებარეობდეს ბიზნესი, რომელიც მათ მიერ მოფიქრებულ თითოეულ იდეას წარმატებულად განახორციელებს. დარჩენილი დროის მანძილზე, თითოეულმა ჯგუფმა უნდა წარმოადგინოს პრეზენტაცია სჭირდება თუ არა ლიცენზია, ნებართვა, სერტიფიკატი თავიანთი ბიზნეს-იდე(ებ)ის რეალიზებას და სად და რატომ არის მიზანშეწონილი ამ ბიზნესის მდებარეობა.

დავალება - ბიზნეს იდეის განხორციელებასთან დაკავშირებული დოკუმენტები და ბიზნესის მდებარეობა: (განმარტება მასწავლებლისთვის: აღნიშნული დავალება სტუდენტს უვითარებს ბიზნესიდეის პრაქტიკაში რეალიზების უნარს, კერძოდ, რა ლიცენზია, ნებართვა ან სერთიფიკატი სჭირდება მის მიერ მოფიქრებული ბიზნეს-იდეის განხორციელებას და სად უნდა მდებარეობდეს ეს ბიზნესი, ასევე Word-ის დოკუმენტის მარტივი რედაქტირებისა და ელექტრონული კომუნიკაციის უნარებს) დავალების პირობა: უპასუხეთ 1.3.2 დანართით მოცემულ კითხვებს და პასუხები ჩამოაყალიბეთ ქვემოთ მოცემული ინსტრუქციის შესაბამისად, წერილობითი

ფორმით (არანაკლებ ერთი გვერდი). დავალების შესრულების ინსტრუქცია სტუდენტებისთვის: დავალება შეინახეთ Word-ის ცალკე დოკუმენტად შემდეგი წესების დაცვით:

1. გახსენით Word-ის ახალი დოკუმენტი და ლათინური შრიფტით დაარქვით „03. L.P.C. and Business Location_Name Surname of Student“ („Name Surname of Student“-ს ნაცვლად მიუთითეთ თქვენი სახელი და გვარი);
2. აირჩიეთ შრიფტი - Sylfaen და შრიფტის ზომა - 11.
3. Word-ის დოკუმენტის დასაწყისში, შუა ადგილზე ჩაწერეთ თეორიული ლექციის სათაური;
4. გადმოწერეთ და რიგითობის მიხედვით დანომრეთ თითოეული სავარჯიშო:
 - განსაზღვრეთ, თქვენს მიერ შერჩეული ბიზნეს-საქმიანობა ექვემდებარება თუ არა სერტიფიცირებას ან ლიცენზირებას?
 - განსაზღვრეთ თქვენს მიერ შერჩეული ბიზნეს-საქმიანობისათვის გჭირდებათ თუ არა ნებართვის აღება?
 - თუ გჭირდებათ ზემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელიმე, განსაზღვრეთ ვის უნდა მიმართოთ ამისთვის და რა პროცედურების გავლა მოგიხდებათ?
 - განსაზღვრეთ თქვენს მიერ შერჩეული ბიზნეს-საქმიანობის სავარაუდო ადგილმდებარეობა, გაანალიზეთ თქვენი ბიზნესის ადგილმდებარეობაზე მოქმედი დადებითი და უარყოფითი ფაქტორები - რა უპირატესობებსა და რა ნაკლოვანებებს ხედავთ?
5. თითოეული სავარჯიშოს ქვემოთ, აზნაცით ჩაწერეთ პასუხი ამ სავარჯიშოზე;
6. შესრულებული დავალება თქვენი საკუთარი ელ-ფოსტით გამოაგზავნეთ მომდევნო ლექციამდე, ელ-ფოსტაზე: აქ მასწავლებელმა უნდა ჩაწეროს ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც უნდა გამოიგზავნოს დავალება.

ბიზნესის რეგისტრაცია

აქტივობების ზოგადი აღწერა: ახსენით ახალი თეორიული მასალა. მომდევნო 3-5 წუთი დაუთმეთ ლექციის შესავალ ნაწილს: ასახსნელი თეორიული მასალის შესახებ ისტორიებს ან/და მაგალითებს, რათა სტუდენტები დაფიქრდნენ, თუ ვინ არიან სამეწარმეო საქმიანობის განმახორციელებელი სუბიექტები და რომელი ფორმაა მიზანშეწონილი მათ მიერ წინა მეცადინეობებზე მოფიქრებული ბიზნეს-იდეისთვის (განიხილეთ ერთ-ერთი

- ყველაზე საინტერესო იდეა წინა მეცადინეობიდან). შესავალი ნაწილის შემდეგ, პროფესიული სტუდენტისთვის (რომელსაც არც თეორიული და არც პრაქტიკული გამოცდილება არ აქვს ბიზნესში) მაქსიმალურად გასაგები ენით, განმარტეთ შემდეგი საკითხები: 1. ვინ არიან სამეწარმეო საქმიანობის განმახორციელებელი სუბიექტები და მეწარმეობის რა სამართლებრივი ფორმებია განსაზღვრული საქართველოს კანონმდებლობით?
2. რა უპირატესობები და ნაკლოვანებები გააჩნია ინდივიდუალურ მეწარმეს?
 3. რა უპირატესობები და ნაკლოვანებები გააჩნია შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას?
 4. რა თავისებურებებით ხასიათდება სამეწარმეო ამხანაგობა?
 5. რა თავისებურებებით ხასიათდება სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება?
 6. რა თავისებურებებით ხასიათდება კომანდიტური საზოგადოება?
 7. რა უპირატესობები და ნაკლოვანებები გააჩნია სააქციო საზოგადოებას?
 8. რა თავისებურებებით ხასიათდება კოოპერატივი?

რეკომენდაციები

სასურველია:

1. თეორიული მასალა გადმოიცეს პრეზენტაციის მეშვეობით;
2. პრეზენტაციის საწყის სლაიდზე ჩანდეს ამ ქვეთავის ნომერი და სათაური შესაბამის ილუსტრაციასთან ერთად;
3. თითოეულ საკითხს დაეთმოს 1-5 სლაიდი;
4. თითოეულ სლაიდზე ჩანდეს როგორც ტექსტი, ისე ტექსტის შესაბამისი ილუსტრაცია, რომელიც მაქსიმალურად უწყობს ხელს მასალის ათვისებასა და დამახსოვრებას;
5. ბოლოს წინა სლაიდებზე უნდა ჩაიწეროს დამოუკიდებელი მუშაობის ინსტრუქცია და ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც სტუდენტებმა უნდა გამოაგზავნონ დამოუკიდებელი მუშაობის დროს შესრულებული მასალა (მაგალითად, მასწავლებლის ელექტრონული ფოსტა);
6. ბოლო სლაიდს დაარქვათ „საკითხავი მასალა“, სადაც ჩაწერეთ ძირითადი საკითხავი მასალის დასახელება (მაგალითად, ტექსტი - „ლექციაზე განხილული სლაიდები“) და დამატებითი საკითხავი ლიტერატურის დასახელება ამ ქვეთავის „ბ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად.

ლიტერატურა სასურველია პრეზენტაცია მომზადდეს მეწარმეობის სახელმძღვანელოს „2.1. სამეწარმეო საქმიანობის განმახორციელებელი სუბიექტები“ - თავის მიხედვით.

პრაქტიკული მეცადინეობა ხელს უნდა უწყობდეს თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაციის განმტკიცებას. მასწავლებელი უნდა დარწმუნდეს, რომ აუდიტორიაში მსხდომმა ყველა სტუდენტმა გაიგო თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაცია.

ა) პირველი 5-10 წუთი დაუთმეთ გონებრივ იერიშს, რათა გაარკვიოთ ხომ არ არის ისეთი საკითხი, რომელიც ვერ გაიგეს სტუდენტებმა თეორიული მასალიდან. სთხოვეთ სტუდენტებს მოიყვანონ მათთვის ცნობილი მაგალითები თეორიულ მასალასთან დაკავშირებით.

ბ) სტუდენტებს მიეცით პრაქტიკული სავარჯიშო - „ბიზნესის ორგანიზაციულ სამართლებრივი ფორმის შერჩევა“. კერძოდ, საკითხის უკეთ გასაგებად, სასურველია გამოყენებულ იქნეს „გააზრებული წაკითხვის“ მეთოდი:

სტუდენტები დაყავით 3 ჯგუფად, თითოეულ ჯგუფს დაავალეთ ყურადღებით წაიკითხოს თეორიული მასალა ბიზნესის ორი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის შესახებ, რისთვისაც მიეცით 10-15 წუთი (ვინაიდან 7 ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა არსებობს, დასაშვებია ორმა ჯგუფმა ერთი და იგივე ფორმა წაიკითხოს).

გ) დარჩენილი დროის მანძილზე, ჯერ თითოეულმა ჯგუფმა აღწეროს თავის მიერ წაკითხული ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ორივე ფორმა, ხოლო ბოლოს, სთხოვეთ ჯგუფებს დაასახელონ თითოეული ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის უპირატესობები და ნაკლოვანებები. კომპიუტერი, პროექტორი, ჰენდაუთი (სლაიდების ამობეჭდილი ვერსია). შესაძლებელია თეორიული მასალის შესაბამისი ვიდეო/აუდიო/ინტერნეტ რესურსის გამოყენება.

დავალება- ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის შერჩევა:

(განმარტება მასწავლებლისთვის: აღნიშნული დავალება სტუდენტს უვითარებს ბიზნესისთვის საჭირო ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის შერჩევის უნარს, ასევე Word-ის დოკუმენტის მარტივი რედაქტირებისა და ელექტრონული კომუნიკაციის უნარებს)

დავალების პირობა:

1. თქვენს მიერ შერჩეული სამეწარმეო საქმიანობის სახის მიხედვით შეარჩიეთ სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზაციულ - სამართლებრივი ფორმა;

2. დაასაბუთეთ შერჩეული ორგანიზაციულ - სამართლებრივი ფორმის მიზანშეწონილობა თქვენი საქმიანობისათვის;
3. გაანალიზეთ და დაასახელეთ უპირატესობები და ნკლოვანებები, რაც ახსიათებს თქვენს მიერ შერჩეულ ორგანიზაციულ - სამართლებრივ ფორმას, საქმიანობის სპეციფიკის მიხედვით.

ზემოთ მოცემული სავარჯიშოები შეასრულეთ ქვემოთ მოცემული ინსტრუქციის შესაბამისად, წერილობითი ფორმით (არანაკლებ ერთი გვერდი).

დავალების შესრულების ინსტრუქცია სტუდენტებისთვის: დავალება შეინახეთ Word-ის ცალკე დოკუმენტად შემდეგი წესების დაცვით:

1. გახსენით Word-ის ახალი დოკუმენტი და ლათინური შრიფტით დაარქვით „05.Organizational and legal forms of business_Name Surname of Student“ („Name Surname of Student“-ს ნაცვლად მიუთითეთ თქვენი სახელი და გვარი);
2. აირჩიეთ შრიფტი - Sylfaen და შრიფტის ზომა - 11.
3. Word-ის დოკუმენტის დასაწყისში, შუა ადგილზე ჩაწერეთ თეორიული ლექციის სათაური;
4. გადმოწერეთ და რიგითობის მიხედვით დანომრეთ თითოეული სავარჯიშო დავალების პირობაში დასახელებული დანართიდან;
5. თითოეული სავარჯიშოს ქვემოთ, აბზაცით ჩაწერეთ პასუხი ამ სავარჯიშოზე;
7. შესრულებული დავალება თქვენი საკუთარი ელ-ფოსტით გამოაგზავნეთ მომდევნო ლექციამდე, ელ-ფოსტაზე: აქ მასწავლებელმა უნდა ჩაწეროს ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც უნდა გამოიგზავნოს დავალება.

2. ბიზნესის ორგანიზება.

მეორე ნაბიჯით თქვენ იწყებთ იდეის ფორმულირებას იმისათვის, რომ მოახდინოთ გუნდის ჩამოყალიბება და იფიქროთ განსხვავებულ სამუშაო ადგილებსა და როლებზე კომპანიაში.

- იდეების გენერირება გრძელდება...
- თქვენ ირჩევთ იდეას, რომლის განხორციელებაში ჩართვაც გსურთ
- იქმნება გუნდები
- განიხილება როლები და სამუშაო ადგილები კომპანიაში

- ემზადებით მოხალისესთან პირველი შეხვედრისათვის
- ემზადებით დირექტორთა საბჭოს შექმნისთვის
- ემზადებით საბჭოს პირველი სხდომისთვის და დღის წესრიგის განხილვისათვის.

თქვენი კომპანიის სახელი და თქვენი ბრენდი

სახელის შერჩევისას გამოიჩინეთ სიფრთხილე, რადგან სახელი თქვენი კომპანიის იმიჯთან არის დაკავშირებული.

ის ასევე უკავშირდება თქვენი კომპანიის საქმიანობის პროფილს, შთაბეჭდილებას, რომლის მოხდენაც გასურთ კლიენტებზე. როგორი იმიჯის შექმნა გასურთ? – მოდური, მეგობრული გარემოს მქონე კომპანიის, ფუტურისტული პროფილის, დაბალი ფასის მქონე კომპანიის და ა.შ. სახელი არამატერიალური აქტივია, რომელიც საზოგადოებაში კონკრეტული კომპანიის ასოციაციას იწვევს. საბოლოოდ, რა არის კომპანიის სახელი? აუდიტორია, ფასი, პროდუქტის სახეობა, იდენტიფიკაცია, მიმზიდველობა და გაცილებით მეტი!

ყველაზე მარტივი გზა თქვენი კომპანიის პროფილის შესაქმნელად შესაძლოა იყოს: ლოგო, ბროშურები, ვებ-გვერდი, სავიზიტო ბარათები. იმის მიხედვით, თუ როგორ გადაწყვეტთ შეჯიბრებაში თავის დამკვიდრებას. სურვილის შემთხვევაში, შეგიძლიათ გადაიღოთ სარეკლამო რგოლი.

სახელი, ლოგო და პროფილირება

კომპანიის სახელი უნდა შეირჩეს მანამ, სანამ გაიმართება პირველი შეხვედრა, რადგან ის გამოყენებულ უნდა იქნეს წესდების შედგენისას. შეუძლებელია, მოსწავლეებმა გამოიყენონ ტერმინი „შპს“ ან მსგავსი მინი კომპანიისათვის სკოლაში, ვინაიდან მომხმარებელმა შეიძლება იფიქროს, რომ კომპანია რეალურია. მინი კომპანიებმა ყოველთვის უნდა გამოიყენონ აბრევიატურა „CP“ (კომპანიის პროგრამა) სახელწოდების წინ ან შემდეგ (ან შეიტანონ დასახელება „მინი კომპანია“ სახელწოდებაში სრულად).

როდესაც ირჩევთ სახელს, დარწმუნდით რომ ის დაკავშირებული იქნება თქვენი კომპანიის საერთო იმიჯთან. მართლაც, თქვენი პროექტის იმიჯი მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს წარმატებას სამიზნე ბაზარზე.

შერჩევის პროცესში გონებრივი იერიშის საშუალებით განიხილეთ იმ კომპანიების მაგალითები, რომლებსაც აქვთ უნიკალური სახელები. ჭკვიანურად მოფიქრებულმა სახელმა შეიძლება იმუშაოს კომპანიის სასარგებლოდ. მაგალითად, თუ რესტორანს ერქმევა „ბევრი საკვები“ (The Feed Lot), ეს შეიძლება იყოს გონივრული სახელი, მაგრამ არა ძალიან მიმზიდველი. „Cabbage Patch“-მა თავისი საზრიანად შერჩეული სახელითა და ჭკვიანური მარკეტინგული ტექნიკის საშუალებით შეძლო პროდუქციის ბაზარზე გამოტანა (თოჯინები ცნობილია როგორც „Cabbage Patch Kids“) ათწლეულების განმავლობაში.

სლოგანის ან ლოგოს გამოყენება შესაძლებელია კომპანიის მიზნების ნათელსაყოფად, პოზიტიური იმიჯის შესაქმნელად და პროდუქტის სწრაფად ცნობადობისათვის: "Just Do It", "Gotta Catch 'Em All", "Taste the Rainbow", და "They're Grrreat!" ჰქონდათ შესანიშნავი შედეგი Nike-ის, Pokemon-ის, Skittles-ის, და Frosted Flakes-თვის.

მაკდონალდსის ოქროს თალები ძალიან ჰგავს ჯუნიორ ეჩივმენტის პირამიდას, აქ სახელი და იმიჯი სრულად ეხმიანება ლოგოს.

კომპანიის შექმნისას ან გაყიდვისას წარმოქმნილ არახელშესახებ აქტივს ჰქვია "გუდვილი", ეს არის ტრანზაქციის თანხის მნიშვნელოვანი ნაწილი. გუდვილს განსაზღვრავს კომპანიის რეპუტაცია. მსგავსი მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის სახელსაც, ის არის არამატერიალური აქტივი, რომლითაც საზოგადოებას უჩნდება ასოციაცია რომელიმე კონკრეტულ კომპანიასთან.

საბოლოოდ, რა არის კომპანიის სახელი? აუდიტორია, ფასი, პროდუქტის სახეობა, იდენტიფიკაცია, მიმზიდველობა და გაცილებით მეტი!

სახელი ასევე დაკავშირებულია თქვენი კომპანიის პროფილთან. თქვენ გსურთ, შთაბეჭდილება მოახდინოთ მომხმარებელზე. გსურთ „ტრენდული“, „გარემოსდაცვითი“, „ფუტურისტული“ „დაბალი ფასის“, „ექსკლუზიური“ თუ სხვა იმიჯი?

ყველა კომპანია ქმნის თავის „ისტორიას“ – გვერდს „ჩვენს შესახებ“.

ლოგო ან ვებ-გვერდი აჩვენებს კომპანიის ინდივიდუალურობას. ყველაზე მარტივი გზა თქვენი კომპანიის პროფილის შესაქმნელად შესაძლოა, იყოს: ლოგო, ბროშურები, ვებ-გვერდი ან სავიზიტო ბარათები. იმის მიხედვით, თუ როგორ გადაწყვეტთ შეჯიბრებაში თავის დამკვიდრებას. სურვილის შემთხვევაში, შეგიძლიათ გადაიღოთ სარეკლამო რგოლი.

ლოგო, შესაძლოა, იყოს ყველაზე მნიშვნელოვანი მაშინ, როდესაც საქმე ეხება თქვენი კომპანიის მარკეტინგს. დაუთმეთ დრო დიზაინს იმისათვის, რომ მომხმარებელმა შეძლოს თქვენი კომპანიისა და პროდუქციის ცნობა. კარგად შერჩეული ლოგო ყოველთვის დასამახსოვრებელია. გაიხსენეთ "კოკა-კოლას" ლოგო (მას საშუალოდ მსოფლიოს მოქალაქეების ნახევარი უყურებს დაახლოებით დღეში ოთხჯერ ყოველდღიურად).

იმისათვის, რომ შექმნათ კავშირი თქვენს კომპანიას, პროდუქტსა და ლოგოს შორის, ეს უკანასკნელი უნდა გამოიყენოთ სავიზიტო ბარათებზე, ვებ-გვერდზე, სტენდზე და ა.შ.

მოხალისე

თითოეულ მინიკომპანიას უნდა ჰყავდეს მოწვეული მენტორი.

ჩვეულებრივ, ეს არის ადამიანი ბიზნეს-სექტორიდან ან ბიზნესის ფაკულტეტის დამამთავრებელი კურსის სტუდენტი. მოხალისე მნიშვნელოვანი და მეტად საჭირო მხარდაჭერაა პროგრამის ყველა ეტაპზე. ის არის მრჩეველი მთელი წლის განმავლობაში. მოხალისის მთავარი ამოცანაა, გაგიზიაროთ ცოდნა და გამოცდილება ბიზნეს სამყაროდან, ასევე, საკუთარი გამჭრიახობით დაგეხმაროთ მუშაობის პროცესში.

მოხალისის როლი

მოხალისე უნდა იყოს მრჩეველი და მენტორი მთელი კურსის განმავლობაში. მისი მთავარი ამოცანაა, გაუზიაროს სხვებს საკუთარი ცოდნა და გამოცდილება, როგორც ბიზნეს-სამყაროდან, ისე ყოველდღიური არასამუშაო ცხოვრებიდან. მოხალისე მნიშვნელოვანი და საჭირო მხარდაჭერაა ყველა ეტაპზე. მას შეუძლია:

- წაგახალისოთ კონკრეტული მიზნების დასახვისთვის;
- მოგთხოვოთ განმარტებები, დასვას შეკითხვები და მოისმინოს პასუხები;
- იყოს ჩართული დისკუსიებში;
- შემოთავაზოთ ალტერნატიული მოსაზრება (მაგრამ გადაწყვეტილების მიღება თქვენ მოგანდოთ);
- გიბიძგოთ აქტიურობისკენ და დაინტერესდეს მიღწეული შედეგებით;
- უზრუნველყოს კონსტრუქციული უკუშედეგი;
- იყოს ”კარის გამღები” და დაგეხმაროთ როგორც კონტაქტების მოძიებაში, ისე მომწოდებლებთან თანამშრომლობასა და საქმიან კონტაქტებთან მუშაობაში;
- აღმოგიჩინოთ მხარდაჭერა, გაგიღვიძოთ შთაგონება და მოტივაცია, დაგეხმაროთ იმის გააზრებაში, რომ სასურველი შედეგის მისაღწევად თავდაუზოგავად შრომა აუცილებელია.

მოხალისეს შეუძლია თქვენი გამოწვევა იმისათვის, რომ შეაფასოს ნასწავლი. მნიშვნელოვანია მასთან რეგულარული კონტაქტის ქონა მთელი წლის განმავლობაში. ყველაზე შრომატევადი უმეტესად საწყისი ეტაპია. საბჭოს სხდომები შეიძლება იქცეს მოხალისესა და კომპანიას შორის შეხვედრების ადგილად.

მოხალისე უნდა ეცადოს, დაესწროს ყველა ფორმალურ შეხვედრას. ძნელია დააკონკრეტოთ, რამდენი დრო უნდა გაატაროთ ერთად მთელი წლის განმავლობაში (როგორც წესი, ყოველთვიურად მინიმუმ 2-4 საათი საკმარისია). ეს დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად სწრაფად მიიწევს კომპანია წინ და რამდენად ძლიერად სჭირდება მას ბიზნესის მიცემა.

კონტაქტი შეიძლება შედგეს ფორმალური შეხვედრების, ელ-ფოსტის, ზარების ან ღონისძიებებში მონაწილეობის სახით. გაანაწილეთ დრო იმის მიხედვით, თუ რა სახის პროდუქტზე მუშაობთ, რა საკითხებია წამოჭრილი თქვენს წინაშე და როგორია თქვენი ამბიციები.

არსებობს რამდენიმე კრიტიკული პერიოდი წლის განმავლობაში. მნიშვნელოვანია, მოხალისე დაეხმაროს მოსწავლეებს ამ მომენტების რაც შეიძლება სწრაფად დამლევად. რაც უფრო სწრაფად დაიწყებენ ისინი გაყიდვებს, მით უკეთესია, თუმცა, სხვა სამუშაოებიც ასევე წარმატებით უნდა შესრულდეს.

კრიტიკული პერიოდები შეიძლება იყოს:

- დაწყება და იმის გაცნობიერება, რომ შესაძლებელია კომპანიის შექმნა;
- ქალაქებთან მუშაობის საწყისი ეტაპი, განსაკუთრებით – ბიზნეს-გეგმა;
- კომპანიის თანამშრომლებით დაკომპლექტება და სხვადასხვა როლების გადანაწილება;
- მომენტი, როდესაც წარმოება არ მუშაობს და მოსწავლეებმა არ იციან ვინ არის ამაზე პასუხისმგებელი;
- კონფლიქტი, რომელშიც ჩართულია აღმასრულებელი დირექტორი;
- ბუღალტერია და ბიუჯეტირება;
- სავაჭრო გამოფენა-გაყიდვებისა და კონკურსისთვის მზადება;
- ლიკვიდაცია.

როლები და სამუშაოს განაწილება კომპანიაში

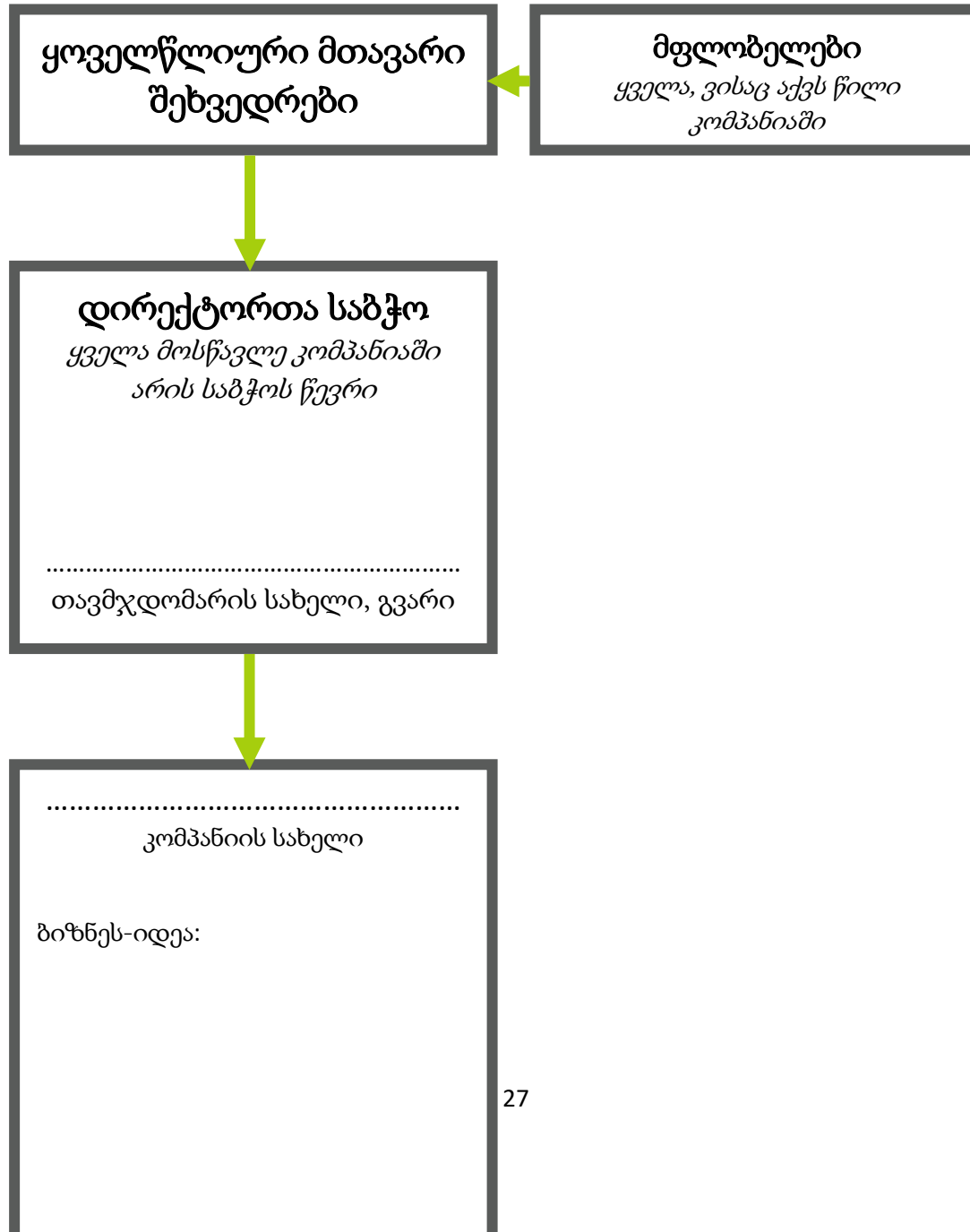
თითოეული ადამიანი კარგია განსხვავებული მიმართულებით. ზოგი შემოქმედებითია, ზოგს ადამიანთა მართვა შეუძლია, ზოგს კი გაყიდვა ეხერხება.

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

ამოსავალი წერტილი უნდა იყოს ისეთი ბიზნესის შექმნა, სადაც გეყოლებათ ადამიანები განსხვავებული უნარ-ჩვევებით და ყველა "გააუმჯობესებს" ერთმანეთს.

CP კომპანიების მონაწილეებმა უნდა გაინაწილონ სულ მცირე სამი როლი: - აქციონერი; - თანამშრომელი ; - საბჭოს წევრი.

CP კომპანიის ორგანიზების სქემა



მმართველი დირექტორი – ეს ლიდერია

ყველა ორგანიზაციას სჭირდება პირი, რომელიც მას გაუძღვება და უჩვენებს გზას წინსვლისკენ, ვინც მის წევრებს ხელს შეუწყობს და მისცემს მოტივაციას დიდი წარმატების მისაღწევად. ეს არის თქვენი, როგორც მმართველი დირექტორის, ამოცანა, რომელიც ყველაზე მნიშვნელოვანი და რთული საკითხია ნებისმიერ კომპანიაში.

თქვენი პასუხისმგებლობა მოიცავს:

- კომპანიის მიზნების დასახვასა და გამართული ბიზნეს-გეგმის შექმნის უზრუნველყოფას;
- დარწმუნებას გეგმის მიღწევადობაში;
- კარგი სამუშაო გუნდის შექმნას;
- გუნდისთვის მოტივაციის მიცემას;
- კონტროლს დავალებების გადანაწილებაზე და იმის ცოდნას, რომ ყველას აქვს სამუშაო;
- ურთიერთობის ქონას ყველასთან ისე, რომ იცოდეთ, რას აკეთებენ ისინი;
- მაქსიმუმის გაკეთებას იმისთვის, რომ მომხმარებელი კომპანიით აღფრთოვანებული დარჩეს. ამაში აქტიურ როლს თამაშობს როგორც კომპანიის განვითარების მუდმივი მიმოხილვა, ისე თითოეული წევრის წვლილი მომხმარებლის კმაყოფილების მიღწევაში;
- თქვენი კომპანიის წარდგენას, სადაც საჭიროა;
- ნებართვების გაცემას კომპანიის პროგრამის ვებ-გვერდზე სამუშაოდ.

როგორი დამოკიდებულება გაქვთ კომპანიის სხვა წევრებთან?

მნიშვნელოვანია, გაარჩიოთ „ლიდერობა“ და „უფროსობა“ - ეს ორი ცნება საკმაოდ განსხვავდება ერთმანეთისგან. როგორც ლიდერი, თქვენ უნდა იყოთ პუნქტუალურობის, წარმატების დაგეგმვის, სიძნელეების გადალახვისა და სხვა ადამიანების აზრების მოსმენის კარგი მაგალითი.

დირექტორთა შეხვედრაზე (ყველა მოსწავლე დირექტორია) ყველა დირექტორს თანაბარი უფლებები აქვს. თითოეულ მათგანს შეუძლია, დაასახელოს სტრატეგიული მიზნების მიღწევის საკუთარი გზა. თქვენ, ისევე როგორც ყველას, შეგიძლიათ

მიიღოთ და შეასრულოთ უმრავლესობის გადაწყვეტილება. გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ, თქვენი საქმეა მისი განხორციელების უზრუნველყოფა. სხდომათა დარბაზის გარეთ გუნდმა მიმართულება თქვენგან უნდა მიიღოს.

ჩვეულებრივ, თქვენ ხელმძღვანელობთ მმართველ გუნდს, ეს დირექტორის ფუნქციაა. როგორ წესი, თქვენ არ ეუბნებით არავის, თუ რა გააკეთონ წარმოების პროცესში, ეს წარმოების დირექტორის მოვალეობაა.

თქვენ მჭიდროდ უნდა ითანამშრომლოთ ფინანსურ დირექტორთან, განსაკუთრებით საწყის ეტაპზე, როდესაც აყალიბებთ ბიზნეს-გეგმას. ის მოიცავს მნიშვნელოვან ფინანსურ ინფორმაციას.

უფრო მეტი სხვადასხვა როლზე კომპანიაში



როგორც მმართველი დირექტორი, თქვენ პასუხისმგებელი ხართ თანამშრომლებსა და აქციონერებზე, ამიტომ უნდა გამოიყენოთ ყველა ისეთი ლიდერული უნარი, როგორებიცაა: დიპლომატია, სამართლიანობა და სიმლიერე. უნდა მომართოთ სხვადასხვა დეპარტამენტები და მათთან ერთად ჩამოაყალიბოთ კომპანიის მისია, მიმართულება და მიზნები. როგორც მმართველმა დირექტორმა, თქვენ უნდა წახალისოთ გუნდური მუშაობა საუკეთესო იდეების ჩამოყალიბების პროცესში.

ყველა ორგანიზაციას სჭირდება პირი, რომელიც მას გაუძღვება და უჩვენებს გზას წინსვლისკენ, ვინც მის წევრებს ხელს შეუწყობს და მისცემს მოტივაციას დიდი წარმატების მისაღწევად. ეს არის თქვენი, როგორც მმართველი დირექტორის, ამოცანა, რომელიც ყველაზე მნიშვნელოვანი და რთული საკითხია ნებისმიერ კომპანიაში.

თქვენი პასუხისმგებლობა მოიცავს:

- კომპანიის მიზნების დასახვასა და გამართული ბიზნეს-გეგმის შექმნის უზრუნველყოფას;
- დარწმუნებას გეგმის მიღწევადობაში;
- კარგი სამუშაო გუნდის შექმნას;
- გუნდისთვის მოტივაციის მიცემას;

- კონტროლს დავალებების გადანაწილებაზე და იმის ცოდნას, რომ ყველას აქვს სამუშაო;
- ურთიერთობის ქონას ყველასთან ისე, რომ იცოდეთ, რას აკეთებენ ისინი;
- მაქსიმუმის გაკეთებას იმისთვის, რომ მომხმარებელი კომპანიით აღფრთოვანებული დარჩეს. ამაში აქტიურ როლს თამაშობს როგორც კომპანიის განვითარების მუდმივი მიმოხილვა, ისე თითოეული წევრის წვლილი მომხმარებლის კმაყოფილების მიღწევაში;
- თქვენი კომპანიის წარდგენას, სადაც საჭიროა;
- ნებართვების გაცემას კომპანიის პროგრამის ვებ-გვერდზე სამუშაოდ.

კომპანიაში მმართველი დირექტორისთვის ჩვეულებრივ სავარაუდოა სხვა როლიც – დირექტორთა საბჭოს თავმჯდომარე. პატარა კომპანიისათვის ეს ჩვეულებრივი მოვლენაა, მაგრამ გაითვალისწინეთ, რომ საშუალო და დიდი ზომის კომპანიებში ეს არ აღიქმება კარგ პრაქტიკად.

მიიღეთ რჩევა - განსაკუთრებით მრჩეველებისგან და ეცადეთ, მოიძიოთ ინფორმაციის სხვა წყაროებიც.

აქტივობების ზოგადი აღწერა: მიმოიხილეთ პირველი და მეორე სწავლის შედეგების განმსაზღვრელი შეფასებისას დაშვებული შეცდომები, ხოლო შემდეგ ახსენით ახალი თეორიული მასალა. აქტივობების დეტალური აღწერა: პირველი 10-15 წუთი - დაუთმეთ პირველი და მეორე სწავლის შედეგების განმსაზღვრელი შეფასების განხილვას ამ შეფასებისათვის დადგენილი ინსტრუმენტის მიხედვით. თითოეულ სტუდენტს მიუთითეთ, თუ რა შეცდომა დაუშვა და მიეცით კონკრეტული რეკომენდაციები მათ გამოსასწორებლად. მომდევნო 3-5 წუთი დაუთმეთ ლექციის შესავალ ნაწილს: ასახსნელი თეორიული მასალის შესახებ ისტორიებს ან/და მაგალითებს, რათა სტუდენტები დაფიქრდნენ, თუ რა სახის საწარმოო რესურსები არსებობს და რა მნიშვნელობა აქვს თითოეულ მათგანს წარმოებისთვის.

შესავალი ნაწილის შემდეგ, პროფესიული სტუდენტისთვის (რომელსაც არც თეორიული და არც პრაქტიკული გამოცდილება არ აქვს ბიზნესში) მაქსიმალურად გასაგები ენით, განმარტეთ შემდეგი საკითხები:

1. რა სახის საწარმოო რესურსები არსებობს და რა როლი უჭირავს თითოეულ მათგანს წარმოებაში?
2. რა ბუნებრივი რესურსები არსებობს და რა კავშირი აქვს წარმოებასთან?

3. რა არის ადამიანური რესურსი, რა არის კაპიტალური რესურსი და რა კავშირი აქვს თითოეულ მათგანს წარმოებასთან?

4. წარმოების რა ფაქტორებს განარჩევენ?

ა) რეკომენდაციები სასურველია: 1. თეორიული მასალა გადმოიცეს პრეზენტაციის მეშვეობით;

2. პრეზენტაციის საწყის სლაიდზე ჩანდეს ამ ქვეთავის ნომერი და სათაური შესაბამის ილუსტრაციასთან ერთად;

3. თითოეულ საკითხს დაეთმოს 1-5 სლაიდი;

4. თითოეულ სლაიდზე ჩანდეს როგორც ტექსტი, ისე ტექსტის შესაბამისი ილუსტრაცია, რომელიც მაქსიმალურად უწყობს ხელს მასალის ათვისებასა და დამახსოვრებას;

5. ბოლოს წინა სლაიდებზე უნდა ჩაიწეროს დამოუკიდებელი მუშაობის ინსტრუქცია და ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც სტუდენტებმა უნდა გამოაგზავნონ დამოუკიდებელი მუშაობის დროს შესრულებული მასალა (მაგალითად, მასწავლებლის ელექტრონული ფოსტა);

6. ბოლო სლაიდს დაარქვათ „საკითხავი მასალა“, სადაც ჩაწერეთ ძირითადი საკითხავი მასალის დასახელება (მაგალითად, ტექსტი - „ლექციაზე განხილული სლაიდები“).

ლიტერატურა სასურველია პრეზენტაცია მომზადდეს მეწარმეობის სახელმძღვანელოს შემდეგი ქვეთავების მიხედვით: 3.1.1. საწარმოო რესურსების არსი და სახეები; 3.1.2. ბუნებრივი რესურსები; 3.1.3. ადამიანური რესურსები; 3.2.1. წარმოების ფაქტორების არსი და კლასიფიკაცია.

რესურსები კომპიუტერი, პროექტორი, ჰენდაუთი (სლაიდების ამობეჭდილი ვერსია). შესაძლებელია თეორიული მასალის შესაბამისი ვიდეო/აუდიო/ინტერნეტ რესურსის გამოყენება.

პრაქტიკული მეცადინეობა ხელს უნდა უწყობდეს თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაციის განმტკიცებას. მასწავლებელი უნდა დარწმუნდეს, რომ აუდიტორიაში მსხდომმა ყველა სტუდენტმა გაიგო თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაცია. ა) პირველი 5-10 წუთი დაუთმეთ გონებრივ იერიშს, რათა გაარკვიოთ ხომ არ არის ისეთი საკითხი, რომელიც ვერ გაიგეს სტუდენტებმა თეორიული მასალიდან. სთხოვეთ სტუდენტებს მოიყვანონ მათთვის ცნობილი მაგალითები თეორიულ მასალასთან დაკავშირებით. გონებრივი იერიშისას შეგიძლიათ გამოიყენოთ კითხვები:

1. რა სახის საწარმოო რესურსები არსებობს?
2. რომელი რესურსები ითვლება ბუნებრივ რესურსებად? მოკლედ დაახასიათედ თითოეული მათგანი.
3. რას იგულისხმება ადამიანურ რესურსში?
4. რა არის კაპიტალური რესურსი?
5. წარმოების რა ფაქტორებს განარჩევენ?
6. რას გულისხმობს შრომა, როგორც წარმოების ფაქტორი?
7. რას გულისხმობს მიწა, როგორც წარმოების ფაქტორი?
8. რას გულისხმობს კაპიტალი, როგორც წარმოების ფაქტორი?
9. რა თავისებურებებით ხასიათდება წარმოების თითოეული ფაქტორი?

სტუდენტებს მიეცით პრაქტიკული სავარჯიშო - „საწარმოო რესურსების შერჩევა“. სტუდენტები დაყავით სამ ჯგუფად. თითოეულ ჯგუფში უნდა დანაწილდეს ფუნქციები. კერძოდ, თითოეულ ჯგუფს უნდა ჰყავდეს: **მენეჯერი** - პირი, რომელიც იძლევა დავალებებს და სვამს კითხვებს ჯგუფის წევრებისგან საჭირო ინფორმაციის რაც შეიძლება მოკლე დროში მისაღებად; **მდივანი** - ოფისის მენეჯერი, ანუ პირი, რომელიც აკეთებს საჭირო ჩანაწერებს ჯგუფის ეფექტური მუშაობისთვის. მენეჯერის და მდივანის არჩევა ხდება შემდეგი წესით: თითოეული წევრი ამბობს თავის სახელს ჯერ მენეჯერის, ხოლო შემდეგ მდივანის „ვაკანსიაზე“, ხოლო დანარჩენები ხელის აწევით აძლევენ ხმას სასურველ კანდიდატს. მენეჯერი სთხოვს ჯგუფის წევრებს დაასახელონ თითო ყველაზე კარგი ბიზნეს-იდეა რაც კი ოდესმე მოუფიქრებიათ; ჯგუფის მდივანი იწერს დასახელებულ იდეებს და როდესაც ყველა წევრის მიერ დაასახელებულ იდეას ჩაიწერს, იწყება კენჭისყრა: მდივანი ზეპირად ან წერილობით ასახელებს თითო ჩაწერილ იდეას და ჯგუფის წევრები ხელის აწევით აძლევენ ხმას სასურველ იდეას. რომელი ბიზნეს-იდეაც მეტ ხმას დააგროვებს (ხმების თანაბრად გაყოფის შემთხვევაში გადაწყვეტილებას იღებს მენეჯერი), იმ იდეას ცალკე ფურცელზე, ფურცლის ზედა ნაწილში გადმოიწერს მდივანი. მენეჯერი სთხოვს ჯგუფის წევრებს დაასახელონ ამ იდეის განხორციელებისთვის საჭირო მინიმალური საწარმოო რესურსები. მდივანი არჩეული ბიზნეს-იდეის ქვემოთ ჩამოწერს ყველა რესურსს, რასაც ჯგუფის წევრები დაასახელებენ. პრაქტიკული მეცადინეობის ბოლო 15 წუთი ეთმობა პრეზენტაციებს - თითო ჯგუფს ეძლევა 5 წუთი წარმოადგინოს ჯგუფის მიერ შერჩეული ბიზნეს-იდეა მისი განხორციელებისათვის საჭირო მინიმალურ საწარმოო ფაქტორებთან ერთად.

დავალება- საწარმოო რესურსების შერჩევა.

(განმარტება მასწავლებლისთვის: აღნიშნული დავალება სტუდენტს უვითარებს თავის მიერ შერჩეული ბიზნეს-იდეის განხორციელებისთვის აუცილებელი საწარმოო რესურსების შერჩევის უნარს, ასევე Word-ის დოკუმენტის მარტივი რედაქტირებისა და ელექტრონული კომუნიკაციის უნარებს)

დავალების პირობა:

1. დაასახელეთ თქვენი აზრით ყველაზე მომგებიანი ერთი ბიზნეს-იდეა და ჩამოწერეთ ამ იდეის განხორციელებისთვის საჭირო მინიმალური საწარმოო რესურსები. 2. გადახედეთ ჩამოწერილ საწარმოო რესურსებს და უპასუხეთ კითხვას - თქვენს მიერ აღწერილი ბიზნესისთვის წარმოების რომელი ფაქტორია ყველაზე აუცილებელი - შრომა, მიწა თუ კაპიტალი? დაასაბუთეთ რატომ. მოცემული სავარჯიშოები შეასრულეთ ქვემოთ მოცემული ინსტრუქციის შესაბამისად, წერილობითი ფორმით (არანაკლებ ერთი გვერდი). დავალების შესრულების ინსტრუქცია სტუდენტებისთვის: დავალება შეინახეთ Word-ის ცალკე დოკუმენტად შემდეგი წესების დაცვით:

1. გახსენით Word-ის ახალი დოკუმენტი და ლათინური შრიფტით დაარქვით „07.Selection of Manufacturing Resources _Name Surname of Student“ („Name Surname of Student“-ს ნაცვლად მიუთითეთ თქვენი სახელი და გვარი);

2. აირჩიეთ შრიფტი - Sylfaen და შრიფტის ზომა - 11.

3. Word-ის დოკუმენტის დასაწყისში, შუა ადგილზე ჩაწერეთ თეორიული ლექციის სათაური;

4. გადმოწერეთ და რიგითობის მიხედვით დანომრეთ თითოეული სავარჯიშო დავალების პირობაში დასახელებული დანართიდან;

5. თითოეული სავარჯიშოს ქვემოთ, აბზაცით ჩაწერეთ პასუხი ამ სავარჯიშოზე;

6. შესრულებული დავალება თქვენი საკუთარი ელ-ფოსტით გამოაგზავნეთ მომდევნო ლექციამდე, ელ-ფოსტაზე: აქ მასწავლებელმა უნდა ჩაწეროს ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც უნდა გამოიგზავნოს დავალება.

3. პროდუქციის/მომსახურების რეალიზაცია.

პროდუქტი

მისაწოდებელი პროდუქტის ან მომსახურების არჩევა ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებაა, რომლის მიღებაც უწევს კომპანიას.

თქვენი პროდუქტი შეიძლება იყოს სრულიად ახალი, ასევე შეგიძლიათ შეიმუშაოთ ძველი პროდუქტის წარმოების ახალი გზები, წარუდგინოთ პროდუქტი ახალ ბაზარს, გამოიყენოთ მარკეტინგისა და გაყიდვების ახალი გზები ან გამოიყენოთ უკვე არსებული პროდუქტი ახალი მიზნებისათვის.

დარწმუნდით, რომ გადაწყვეტილების მიღებაზე დახარჯეთ ადექვატური დრო და მოისმინეთ კომპანიის ყველა წევრის მოსაზრება.

პროდუქტი:

კომპანიის პროდუქტი შეიძლება იყოს სრულიად ახალი, მაგრამ თქვენ ასევე შეგიძლიათ შეიმუშაოთ ძველი პროდუქტის წარმოების ახალი გზები, წარუდგინოთ პროდუქტი ახალ ბაზარს, გამოიყენოთ მარკეტინგისა და გაყიდვების ახალი გზები ან გამოიყენოთ უკვე არსებული პროდუქტი ახალი მიზნებისათვის.

მისაწოდებელი პროდუქტის ან მომსახურების არჩევა ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებაა, რომლის მიღებაც უწევს კომპანიას.

დარწმუნდით, რომ გადაწყვეტილების მიღებაზე დახარჯეთ ადექვატური დრო და მოისმინეთ კომპანიის ყველა წევრის მოსაზრება.

საცალო გაყიდვები (ნაწარმოები პროდუქციის ყიდვა–გაყიდვა) არის ალბათ ყველაზე იოლი გადაწყვეტილება, მაგრამ შეგიძლიათ, სცადოთ იყოთ უფრო ინოვაციურები პროდუქციის ან მომსახურების არჩევისას?

ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე შეკითხვა, რომლებზეც შეგიძლიათ იფიქროთ პროდუქტის ან მომსახურების გაანალიზების პროცესში:

- არის თუ არა მოთხოვნა თქვენს პროდუქტსა ან მომსახურებაზე?
- რა კატეგორიის მომხმარებელი შეიძენს თქვენს პროდუქტს ან მომსახურებას? გეგნებათ თუ არა შესაძლებლობა, იყოთ ბაზარზე ეფექტურები?
- სიამოვნებით შექმნიან და გაყიდვას თუ არა კომპანიის წევრები თქვენს პროდუქტს ან მომსახურებას?
- გაიყიდება თუ არა თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება საჯაროდ?
- ხომ არ არღვევს თქვენი პროდუქცია ვინმეს საავტორო უფლებებს?
- როგორ უნდა აწარმოოთ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება?
- როგორი იქნება პირდაპირი და არაპირდაპირი დანახარჯები თქვენი პროდუქტის შექმნისას ან მომსახურების შეთავაზებისას?
- შესაძლებელი იქნება თუ არა მოგების მიღება თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების რეალიზაციით?
- ვინ აწარმოებს კიდევ თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების ანალოგიურს?... რითი არის თქვენი წარმოება განსხვავებული?
- გეგნებათ თუ არა თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების დივერსიფიკაციის შესაძლებლობა მომდევნო წლებში?

ინოვაცია

ინოვაცია არის ახალი იდეების წარმატებული ექსპლუატაცია. არ არის აუცილებელი ახალი პროდუქტის ან მომსახურების შეთავაზება. ყველაზე რადიკალური ინოვაცია ორგანიზაციისათვის ხშირად ახალი ბიზნეს–პროცესები და მათი მართვაა.

ასეთი ინოვაციები ცვლის საქმის კეთების უკვე არსებულ გზებს და არაპირდაპირ აუმჯობესებს ბიზნესს.

ინოვაციები წარმოუდგენლად მნიშვნელოვანია იმისათვის, რომ სწრაფად განვითარებადი ტექნოლოგიების მსოფლიო ბაზარზე კომპანიები იყვნენ კონკურენტულები და წარმატებულები.

ბაზარი

არსებობს მარკეტინგის განხორციელების უამრავი ისეთი საშუალება, როგორებიცაა: სოციალური მედია, ინტერნეტი, სარეკლამო რგოლები, პერსონალური გაყიდვები, მონაწილეობა სავაჭრო გამოფენებში და სხვ. მარკეტინგი არის კომუნიკაციის პროცესი, რომლის დროსაც კლიენტები აფასებენ პროდუქტს ან მომსახურებას კონკრეტული მათგანის არჩევის მიზნით. პროდუქტის მარკეტინგის პროცესს ხშირად ყოფენ როგორც მარკეტინგის „7 P” – ს, ესენია:

- Product (პროდუქტი)
- Pricing (ფასი)
- Place (ადგილი)
- Promotion (რეკლამირება)
- Physical Environment (ფიზიკური გარემო)
- Process (პროცესი)
- People (ადამიანები)

მარკეტინგი:

- ყველა მინიკომპანიას აქვს შეზღუდული სახსრები მარკეტინგისთვის, მაგრამ მარკეტინგული გეგმის მიყოლა არსებული შეზღუდვების ფარგლებშიც მნიშვნელოვანია. უამრავი რამის გაკეთება შესაძლებელი სოციალური მედიისა და პირდაპირი მარკეტინგის გზით, იმ ადამიანების საშუალებით, რომლებსაც იცნობთ.
-
- თქვენ უნდა მოამზადოთ მარკეტინგული გეგმა და მნიშვნელოვანია, რომ ეს გეგმა იყოს მუშაობის საფუძველი. მასში მცირე ცვლილებების განხორციელება შესაძლებელია მარკეტინგის დეპარტამენტის შეხვედრებზე, მაგრამ მნიშვნელოვანი ცვლილების დაგეგმვის შემთხვევაში, საჭიროა დისკუსია და გადაწყვეტილების მიღება დირექტორთა საბჭოს სხდომაზე.
-
- არსებობს მარკეტინგის განხორციელების უამრავი გზა: სოციალური მედია, ინტერნეტი, რეკლამა, ბროშურები, პირადი გაყიდვები, მონაწილეობა სავაჭრო ღონისძიებებში და ა.შ. არ არის აუცილებელი, მინიკომპანიამ გამოიყენოს ყველა ჩამოთვლილი შესაძლებლობა, თუმცა, მნიშვნელოვანია, თქვენ მიერ არჩეული ყველა არხი და საშუალება კარგად იყოს გაცნობიერებული.

-
- კომპანიას უნდა ჰქონდეს აზრიანი და ადვილად ცნობადი პროფილი, რაც გულისხმობს, რომ უნდა იფიქროთ დიზაინისა და ფერის შერჩევაზე.
-
- მნიშვნელოვანი ელემენტია ლოგო. შერჩეული ფერი და ლოგო გამოყენებულ უნდა იქნეს საინფორმაციო მასალების ბეჭდვისას, ელ-ფოსტაზე, კომპანიის ვებ-გვერდზე, სოციალურ მედიაში, ანგარიშებში, პრეზენტაციებსა და გამოფენებზე.
- უნდა განსაზღვროთ, რა შთაბეჭდილების მოხდენა გსურთ მომხარებელსა და პოტენციურ კლიენტებზე და როგორ წარადგენთ კომპანიას საუკეთესოდ?
-
- მომხმარებელთან შეხვედრამდე, სასურველია, შეთანხმდეთ საერთო პრეზენტაციაზე, სლოგანზე ან საკითხებზე, რომლებზე ფოკუსირებაც გსურთ. ამ ეტაპზე კარგად უნდა გამოიყენოთ თქვენი საპრეზენტაციო უნარები. უმრავლესობისთვის ეს პირველი შეხვედრაა პოტენციურ მომხმარებელთან ან კლიენტთან და კარგი იქნება, თუ ივარჯიშებთ მეტი თავდაჯერებულობისათვის ასეთი სიტუაციის შესაბამისად.

მზადყოფნა მოქმედებისთვის

- პროდუქციის დაგეგმვა ბიუჯეტის ჩათვლით
- საბოლოო ბიუჯეტი
- შესყიდვები და პროდუქცია
- პროდუქტის გაყიდვა / მომსახურების გაწევა
- ყოველკვირეული შეხვედრები
- მარკეტინგი და PR კომპანიასთან დაკავშირებით
- მიჰყევით გეგმას და ბიუჯეტს
- მოითხოვეთ პერიოდული ანგარიში ყველა დეპარტამენტიდან
- დაგეგმეთ სავაჭრო გამოფენები სხვა მოსწავლეთა კომპანიებთან ერთად.

გაყიდვები

მომხმარებელთან შეხვედრამ, შესაძლოა, ზოგი მოსწავლე შეაშინოს. ამიტომ მნიშვნელოვანია ასეთი სიტუაციებში გავარჯიშება.

შეგიძლიათ, ჩაატაროთ ტრენინგი კლასში რეალურ გარემოში გასვლამდე. როლების თამაში სასარგებლო ვარჯიშია. მოიარეთ საკლასო ოთახი, სადაც ზოგი გამყიდველია, ზოგი კი მომხმარებელი (გაცვალეთ როლები).

ამ სავარჯიშოს მიზანია, დაამყაროთ კონტაქტი და გაიცნოთ ერთმანეთი. მიეცით ერთმანეთს შენიშვნები გასაუბრების შემდეგ.

მიზანშეწონილია, შეთანხმდეთ გაყიდვის ისეთ პირობებზე, რომელთა დროსაც ორივე მხარე აღიარებს პროდუქტისგან მიღებულ სარგებელს. ასევე, მნიშვნელოვანია დახელოვნება გაყიდვების პროცესის დასრულებაში, რადგან ეს ნაწილი მომხმარებლისთვის ადვილად დავიწყებადია.

საუკეთესო შანსი წლის განმავლობაში ეს არის სავაჭრო გამოფენები, რომლებსაც ორგანიზებას უწევს სკოლა. ისინი კომპანიას აძლევს შესაძლებლობას, გამოფინოს და გაყიდოს საკუთარი ნაწარმი, ასევე კონკურენცია გაუწიოს სხვა კომპანიებს.

გაყიდვების პროცესის აღწერა შესაძლებელია რამდენიმე ნაბიჯით:

1. კვლევა /თავდაპირველი კონტაქტი;
2. თავდაპირველი მიდგომა - გაყიდვების დაგეგმვა;
3. მიღწევა;
4. საჭირო შეფასება;
5. პრეზენტაცია;
6. წინაღმდეგობების დაძლევა;
7. საქმიანობების მოპოვება;
8. თვალყურის დევნება.

1. გაყიდვების წინა მზადება: პირველი ნაბიჯი პერსონალურ გაყიდვებში არის გაყიდვის აგენტების შერჩევა, დატრენინგება და მოტივირება. კონსულტანტები სრულად უნდა ფლობდნენ ინფორმაციას პროდუქტზე, კომპანიაზე, ბაზარსა და გაყიდვების ტექნიკაზე.

2. კვლევა: ეხება იმ პერსპექტიული მყიდველების მოძიებას, რომლებსაც სჭირდებათ პროდუქტი და აქვთ მისი შექმნის შესაძლებლობა.

3. მიდგომა: სავარაუდო კლიენტების მოწვევამდე გამყიდველმა სრულად უნდა იცოდეს მათი რაოდენობა, საჭიროებები, ჩვევები, თანხის დახარჯვის შესაძლებლობები, მოტივები და ა.შ. მსგავსი ცოდნა დაეხმარება მას გაყიდვების სწორი მეთოდის შერჩევაში. ასეთი შესწავლის შემდეგ აგენტი უნდა მიუდგეს მომხმარებელს თავაზიანად და ზრდილობიანად. მან უნდა წარადგინოს საკუთარი თავი და პროდუქცია, უნდა შეხვდეს მომხმარებელს ღიმილით და თავი ისე აგრძნობინოს, როგორც საკუთარ სახლში. იმ შემთხვევაში, თუ ის დაკავებულია სხვა მომხმარებელთან ურთიერთობით, ახალ მომხმარებელი უნდა დაარწმუნოს, რომ მალე მოემსახურება მას. გაყიდვების აგენტი უნდა იყოს საკმაოდ ფრთხილი თავის მიდგომაში, რადგან პირველი შთაბეჭდილება ეს საბოლოო შთაბეჭდილებაა.

აქტივობების ზოგადი აღწერა: შეამოწმეთ წინა დამოუკიდებელი მეცადინეობის დროს მიცემული დავალება, ხოლო შემდეგ ახსენით ახალი თეორიული მასალა. აქტივობების დეტალური აღწერა: პირველი 10-15 წუთი - დაუთმეთ დავალების შემოწმებას ამ დავალებისათვის დადგენილი განმავითარებელი შეფასების ინსტრუმენტის მიხედვით. ამ მიზნით, სტუდენტებს ჯერ გააცანით ინფორმაცია, თუ ვინ გამოაგზავნა დავალება საკუთარი ელ-ფოსტით, ხოლო შემდეგ თითო სტუდენტს დაუსვით დავალებასთან დაკავშირებული 2-3 შეკითხვა, რათა დარწმუნდეთ, რომ დავალება ნამდვილად ამ სტუდენტის შესრულებულია და არ არის გადმოწერილი. თითოეულ სტუდენტს მიუთითეთ, თუ რა შეცდომა დაუშვა დავალების შესრულებისას და მიეცით კონკრეტული რეკომენდაციები მათ გამოსასწორებლად. განიხილეთ ერთ-ერთი ყველაზე კარგად შესრულებული დავალება (ან ამ თეორიულ მეცადინეობაზე, ან ამავე თავის პრაქტიკული მეცადინეობის ბოლოს).

მომდევნო 5-10 წუთი დაუთმეთ ლექციის შესავალ ნაწილს: ასახსნელი თეორიული მასალის შესახებ ისტორიებს ან/და მაგალითებს, გონებრივ იერიშს (გონებრივი იერიშისას გამოიყენეთ შემდეგი კითხვები:

1. რა არის რეკლამა და რა დანიშნულებით გამოიყენება?
2. როგორ დაახასიათებთ რეკლამის სახეებს?
3. რა ნიშნებით ყოფენ რეკლამას?
4. სარეკლამო ინფორმაციის გავრცელების რა საშუალებები არსებობს?

რათა სტუდენტები დაფიქრდნენ, თუ რა მნიშვნელობა აქვს რეკლამას ბიზნესის წარმატებისთვის. შესავალი ნაწილის შემდეგ, პროფესიული სტუდენტისთვის (რომელსაც არც თეორიული და არც პრაქტიკული გამოცდილება არ აქვს ბიზნესში) მაქსიმალურად გასაგები ენით, განმარტეთ შემდეგი საკითხები:

1. რა წარმოადგენს რეკლამის არსს და რა ფუნქციები გააჩნია?
2. სარეკლამო ინფორმაციის რა საშუალებები არსებობს?

რეკომენდაციები სასურველია:

1. თეორიული მასალა გადმოიცეს პრეზენტაციის მეშვეობით;
2. პრეზენტაციის საწყის სლაიდზე ჩანდეს ამ ქვეთავის ნომერი და სათაური შესაბამისი ილუსტრაციასთან ერთად;
3. თითოეულ საკითხს დაეთმოს 1-5 სლაიდი;
4. თითოეულ სლაიდზე ჩანდეს როგორც ტექსტი, ისე ტექსტის შესაბამისი ილუსტრაცია, რომელიც მაქსიმალურად უწყობს ხელს მასალის ათვისებასა და დამახსოვრებას;
5. ბოლოს წინა სლაიდებზე ჩაიწეროს დამოუკიდებელი მუშაობის (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) ინსტრუქცია და ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც სტუდენტებმა უნდა გამოაგზავნონ დამოუკიდებელი მუშაობის დროს შესრულებული მასალა (მაგალითად, მასწავლებლის ელექტრონული ფოსტა);
6. ბოლო სლაიდს დაარქვათ „საკითხავი მასალა“, სადაც ჩაწერეთ ძირითადი საკითხავი მასალის დასახელება (მაგალითად, ტექსტი - „ლექციაზე განხილული სლაიდები“).

ლიტერატურა სასურველია პრეზენტაცია მომზადდეს მეწარმეობის სახელმძღვანელოს შემდეგი თავის მიხედვით: 5.1. რეკლამა

რესურსები კომპიუტერი, პროექტორი, ჰენდაუთი (სლაიდების ამობეჭდილი ვერსია). შესაძლებელია თეორიული მასალის შესაბამისი ვიდეო/აუდიო/ინტერნეტ რესურსის გამოყენება.

პრაქტიკული მეცადინეობა ხელს უწყობდეს თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაციის განმტკიცებას. მასწავლებელი უნდა დარწმუნდეს, რომ აუდიტორიაში მსხდომმა ყველა სტუდენტმა გაიგო თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაცია. ა) პირველი 5-10 წუთი დაუთმეთ გონებრივ იერიშს, რათა გაარკვიოთ ხომ არ არის ისეთი საკითხი, რომელიც ვერ გაიგეს სტუდენტებმა თეორიული მასალიდან. სთხოვეთ სტუდენტებს მოიყვანონ მათთვის ცნობილი მაგალითები

თეორიულ მასალასთან დაკავშირებით; ბ) დარჩენილი დროის განმავლობაში გამოიყენეთ შემთხვევის ანალიზის მეთოდი - case study. სტუდენტებმა მოიყვანონ კონკრეტული მაგალითები არსებული რეალობიდან.

დავალეზა - რეკლამა ბიზნესში: (განმარტება მასწავლებლისთვის: აღნიშნული დავალეზა სტუდენტს უვითარებს სარეკლამო კამპანიის სწორად წარმრთვის უნარს, ასევე PowerPoint-ის დოკუმენტის მარტივი რედაქტირების, პრეზენტაციის მომზადება-წარმოდგენისა და ელექტრონული კომუნიკაციის უნარებს)

დავალეზის პირობა:

1. თქვენს მიერ შერჩეული ბიზნესის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით რეკლამის რომელ სახეს და საშუალეზას გამოიყენებდით და რატომ?
2. გამოთვალეთ თქვენი ბიზნესის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით შერჩეული სარეკლამო საშუალეზის ღირებულება.

ზემთ მოცემული სავარჯიშოები შეასრულეთ ქვემთ მოცემული ინსტრუქციის შესაბამისად, წერილობითი ფორმით (არანაკლებ 7 სლაიდი).

დავალეზის შესრულების ინსტრუქცია სტუდენტებისთვის: დავალეზა შეასრულეთ PowerPoint-ის ცალკე დოკუმენტად შემდეგი წესების დაცვით:

1. გახსენით PowerPoint-ის ახალი დოკუმენტი და ლათინური შრიფტით დაარქვით „14. Advertisement_Name Surname of Student“
2. აირჩიეთ შრიფტი - Sylfaen და შრიფტის ზომა - 24-32 შუალედში.
3. პირველ სლაიდზე დაწერეთ პრეზენტაციის სათაური „რეკლამა ბიზნესში“ და თქვენი სახელი და გვარი;
4. მე-2 სლაიდზე ჩაწერეთ თქვენს მიერ შერჩეული ბიზნესის მოკლე აღწერა;
5. მე-3 სლაიდიდან ჩაწერეთ თქვენს მიერ შერჩეული ბიზნესის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით რეკლამის რომელ სახეს და საშუალეზას გამოიყენებდით და რატომ?
6. მომდევნო სლაიდ(ებ)ზე ჩაწერეთ თქვენი ბიზნესის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მიზნით შერჩეული სარეკლამო საშუალეზის ღირებულება;

7. მომდევნო სლაიდ(ებ)ზე დაასაბუთეთ შერჩეული სარეკლამო საშუალების ეფექტურობა;
8. ბოლო სლაიდი გამოიყენეთ თქვენი სურვილისამებრ;
9. სასურველია თითოეულ სლაიდზე ტექსტან ერთად ჩანდეს შესაბამისი ფოტო მასალა;
10. შესრულებული დავალება თქვენი საკუთარი ელ-ფოსტით გამოაგზავნეთ მომდევნო ლექციამდე, ელ-ფოსტაზე: აქ მასწავლებელმა უნდა ჩაწეროს ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც უნდა გამოიგზავნოს დავალება.

4. ფინანსური გეგმების შედგენა.

ბიუჯეტი და ბუღალტერია

წარმატებისთვის აუცილებელი პირობაა აღრიცხვის მონაცემების ცოდნა.

თუ კომპანია გადაწყვეტს ინვესტირებას პროდუქციის, მარკეტინგის ან სხვა მიმართულებით, მნიშვნელოვანია, იცოდეს, აქვს თუ არა ამის ფინანსური შესაძლებლობები. ფასის კალკულაცია და შეფასება ასევე ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია.

მინიკომპანიამ უნდა აკონტროლოს ეს მიმართულებები. არის თუ არა პროდუქცია იმაზე ძვირი, ვიდრე მოსალოდნელი იყო? - თუ ასეა, მან უნდა დაარეგულიროს ფასი ისე, რომ შეძლოს პროდუქტისგან მოგების მიღება.

ყველა მცირე ბიზნესმა უნდა უზრუნველყოს აღრიცხვის სწორად წარმოება იმისთვის, რომ დარჩეს მომგებიან, ჯანსაღ და მდგრად საწარმოდ ფინანსური ლიდერების სათავეში.

ფინანსები, აღრიცხვა და ბუღალტერია

როდესაც საქმე ეხება ბუღალტერიას, კომპანიამ ის უნდა აწარმოოს აღრიცხვის ნორმატიული პროცედურების დაცვით.

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 ანგარიშგების წაკითხვის ცოდნას.

საქმიანობის პერიოდში ადვილი შესაძლებელია, მოსწავლეებს დაავიწყდეთ ქვითრები ან მათი გადაცემა პასუხისმგებელი პირებისათვის. მსგავსმა შეცდომებმა შესაძლებელია, გამოიწვიოს ფინანსური მენეჯმენტისთვის საქმის გართულება.

თუ კომპანია იღებს წარმოებაში ინვესტირებასთან, მარკეტინგთან ან მსგავს საკითხებთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებას, მნიშვნელოვანია, მოსწავლეებმა იცოდნენ მისი ფინანსური ასპექტები. ფასების გათვლა და შეფასებები არის ამ ფაზის მთავარი საკითხები, რომლებიც მინიკომპანიამ უნდა გააკონტროლოს. ხომ არ არის წარმოება უფრო ძვირი ვიდრე მოსალოდნელი იყო? თუ ასეა, მათ დასჭირდებათ ფასის კორექტირება, რათა კომპანიამ მიიღოს მოგება პროდუქტიდან.

ყველა პატარა ბიზნესს სჭირდება სამუშაოდ ანგარიშწორების სისტემა და ბუღალტერია, რათა შეინარჩუნოს მომგებიანობა, სიჯანსაღე და მდგრადობა და აჩვენოს მაღალი ფინანსური მაჩვენებლები.

ბიზნესის წარმატებისათვის აუცილებელია, გქონდეთ ანგარიშების მოწესრიგებული სისტემა საბჭოს თითოეული შეხვედრისათვის.

ბუღალტრული გატარებები ეფუძნება სამ ძირითად ცნებას:

- შემოსავლები და ხარჯები;
- აქტივები და ვალდებულებები;
- დებეტები და კრედიტები (ორადი ჩაწერა).

ყოველდღიური ბუღალტრული აღრიცხვა ხშირად ეშლებათ ფინანსური ანგარიშგების მომზადებაში, ვინაიდან ორივე ეყრდნობა მსგავს პრინციპებს. თუმცა არსებობს განსხვავება. ბუღალტერიის არსი რეალურად ფინანსური ანგარიშგების მომზადება, მონაცემთა ანალიზი და გადასახადთა დეკლარირებაა. ანგარიშგების მომზადებისას ბუღალტერი ეყრდნობა აღრიცხვის ყოველდღიურ ჩანაწერებს სიზუსტისა და შესაბამისობის უზრუნველსაყოფად.

ბუღალტრული აღრიცხვა, სხვა მხრივ, არის ბიზნესის ყველა ტრანზაქციისა და ქვითრის ჩანიშვნა, ორგანიზება და მართვა. მისი მთავარი მიზანია ჩანაწერების სიზუსტე. ეს მნიშვნელოვანია, რადგან ბუღალტერია ასახავს, თუ როგორ მუშაობს ბიზნესი და საშუალებას აძლევს ბუღალტერს, შეასრულოს ის ამოცანები, რომლებიც საჭიროა მისი ეფექტიანად ფუნქციონირებისათვის.

კარგ აღმრიცხველს სჭირდება ყველა ტრანზაქციისა და ჩანაწერის ორგანიზება. ეს არის ყველაფერი ბიზნესის შიდა და გარე საქმიანობის, შემოსავლებისა და ხარჯების შესახებ. შემოსავალი არის პროდუქტის ან მომსახურების მიწოდებით მიღებული სარგებელი და ის აღრიცხება გამოწერილი ინვოისების საფუძველზე. ხარჯები ბიზნესის მიერ მოგების გამომუშავების მიზნით

შესყიდვების განახორციელების საშუალებაა და ბუღალტერიაში გატარებულია შესაბამისი ქვითრების ან მიღებული ინვოისების საფუძველზე.

ბუღალტრული აღრიცხვის სხვა მნიშვნელოვანი საკითხებია ბიზნესის აქტივები და ვალდებულებები. ფორმულა „აქტივები = ვალდებულებები + აქციონერთა კაპიტალი“ გვიჩვენებს ბუღალტრული გატარებების სისწორეს. ნებისმიერი ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია იცოდეს, ერთის მხრივ, რას ფლობს კომპანია, მეორეს მხრივ კი რა დავალიანებები აქვს მას. ტოლობა წარმოგვიდგენს ნათელ სურათს კომპანიის ლიკვიდურობის შესახებ. მაღალი ლიკვიდურობა ნიშნავს კომპანიის ყველა დავალიანების სწრაფად გადახდის ან მიმდინარე აქტივების გამოყენების შესაძლებლობას.

საბოლოო კონცეფცია არის ორმაგი საბუღალტრო გატარებები, რომლებიც ეხება ბიზნეს-ტრანზაქციების ორმხრივად გატარებას, ერთი ანგარიშის კრედიტსა და მეორე ანგარიშის დებეტში. გატარების ორივე მხარე მნიშვნელოვანია, რადგან ბიზნეს ტრანზაქცია ჩვეულებრივ ეხება ორ (ან მეტ) ანგარიშს. მაგალითად, თუ თქვენ ყიდულობთ ინვენტარს ნაღდი ფულით, ოპერაცია გავლენას მოახდენს ორ ანგარიშზე – „ფული“ და „ინვენტარი“. ჩანაწერი გაკეთდება ინვენტარის ამსახველი ანგარიშის დებეტის (აქტივების ზრდა და ვალდებულებების შემცირება იწერება ანგარიშის დებეტის მხარეს) და ფულის ამსახველი ანგარიშის კრედიტის (აქტივების შემცირება და ვალდებულებების ზრდა იწერება ანგარიშის კრედიტის მხარეს) მხარეს.

ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზირება

კომპანიის სახელწოდება : _____

JA-YE ფილიალი

„კონტრიბუციის“ გამოთვლა

<i>ერთეულის სავარაუდო გასაყიდი ფასი</i>	

სავარაუდო საწარმოო ცვალებადი ხარჯი ერთეულზე: შესყიდვები (ნედლეული), საწარმოო ხარჯი	
<i>მთლიანი ცვალებადი ხარჯი</i>	

ა. მოგება ერთეულზე ფიქსირებული ხარჯების გათვალისწინების გარეშე (ერთეულის გასაყიდ ფასს მინუს ცვალებადი ხარჯი ერთეულზე)	
---	--

სავარაუდო მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი ერთი წლისათვის

ხელფასები, საკომისიოები და ბონუსები	
საკანცელარიო ხარჯი	
იჯარა და ქირა	
სხვადასხვა ხარჯი	
სარეგისტრაციო გადასახადი	
ბ. მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი	

ნულოვანი მოგების წერტილი (მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი (ბ) გაყოფილი ერთეულის „კონტრიბუციაზე“ (ა))

--	--

აქტივობების ზოგადი აღწერა: წინა დამოუკიდებელი მეცადინეობის დროს მიცემული დავალება შეამოწმეთ ამ დავალებისათვის დადგენილი განმავითარებელი შეფასების ინსტრუმენტის მიხედვით, ხოლო შემდეგ ახსენით ახალი თეორიული მასალა. აქტივობების დეტალური აღწერა: პირველი 10-15 წუთი - დაუთმეთ დავალების შემოწმებას ამ დავალებისათვის დადგენილი განმავითარებელი შეფასების ინსტრუმენტის მიხედვით. ამ მიზნით, სტუდენტებს ჯერ გააცანით ინფორმაცია, თუ ვინ გამოაგზავნა დავალება საკუთარი ელ-ფოსტით, ხოლო შემდეგ თითო სტუდენტს დაუსვით დავალებასთან დაკავშირებული 2-3 შეკითხვა, რათა დარწმუნდეთ, რომ დავალება ნამდვილად ამ სტუდენტის შესრულებულია და არ არის გადმოწერილი.

თითოეულ სტუდენტს მიუთითეთ, თუ რა შეცდომა დაუშვა დავალების შესრულებისას და მიეცით კონკრეტული რეკომენდაციები მათ გამოსასწორებლად. განიხილეთ ერთ-ერთი ყველაზე კარგად შესრულებული დავალება (ან ამ თეორიულ მეცადინეობაზე, ან ამავე თავის პრაქტიკული მეცადინეობის დასაწყისში).

მომდევნო 5-10 წუთი დაუთმეთ ლექციის შესავალ ნაწილს: ასახსნელი თეორიული მასალის შესახებ ისტორიებს ან/და მაგალითებს, გონებრივ იერიშს (გონებრივი იერიშისას გამოიყენეთ შემდეგი კითხვები:

1. ბიზნესში გამოყენებული რა პირველადი დოკუმენტები იცით?
2. რა მნიშვნელობა აქვს პირველადი დოკუმენტების სწორად გამოყენებას?
3. როგორ დაახასიათეთ შემოსავლებისა და ხარჯების პრინციებს?
4. რა არის მოგება და რამდენი სახის არსებობს? 5. რა არის დივიდენდი??

რათა სტუდენტები დაფიქრდნენ, თუ რა მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის შემოსავლებისა და ხარჯების სწორად აღრიცხვას წარმატებული ბიზნესისთვის. განმარტეთ ბიზნესის შემოსავლები და ხარჯები, ბიუჯეტში შესატანი გადასახადები, მოგებაი და მისი სახეები. დივიდენდის არსი. განიხილეთ შემოსავლებისა და ხარჯების აღრიცხვის პრინციპები. პირველადი დოკუმენტაციის გაცნობის მიზნით მოახდინეთ სასწავლო მასალების დემონსტრირება. მიმართეთ გააზრებული კითხვის მეთოდებს. მაგ: ა) დასაბეგრი მოგების, წმინდა მოგებისა და გაუნაწილებელი მოგების განსხვავების მიზნით; ბ) დივიდენდის ოპტიმალური ოდენობის განსაზღვრის მიზნით და სხვ. შესავალი ნაწილის შემდეგ, პროფესიული სტუდენტისთვის (რომელსაც არც თეორიული და არც პრაქტიკული გამოცდილება არ აქვს ბიზნესში) მაქსიმალურად გასაგები ენით, განმარტეთ შემდეგი საკითხები:

1. რა იგულისხმება პირველად დოკუმენტებში?
2. შემოსავლებისა და ხარჯების აღრიცხვის რა პრინციპები არსებობს?
3. რა არის მოგება?
4. რა არის დივიდენდი?

ა) რეკომენდაციები

სასურველია:

1. თეორიული მასალა გადმოიცეს პრეზენტაციის მეშვეობით;

2. პრეზენტაციის საწყის სლაიდზე ჩანდეს ამ ქვეთავის ნომერი და სათაური შესაბამის ილუსტრაციასთან ერთად;
3. თითოეულ საკითხს დაეთმოს 1-5 სლაიდი;
4. თითოეულ სლაიდზე ჩანდეს როგორც ტექსტი, ისე ტექსტის შესაბამისი ილუსტრაცია, რომელიც მაქსიმალურად უწყობს ხელს მასალის ათვისებასა და დამახსოვრებას;
5. ბოლოს წინა სლაიდებზე ჩაიწეროს დამოუკიდებელი მუშაობის (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) ინსტრუქცია და ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც სტუდენტებმა უნდა გამოაგზავნონ დამოუკიდებელი მუშაობის დროს შესრულებული მასალა (მაგალითად, მასწავლებლის ელექტრონული ფოსტა);
6. ბოლო სლაიდს დაარქვათ „საკითხავი მასალა“, სადაც ჩაწერეთ ძირითადი საკითხავი მასალის დასახელება (მაგალითად, ტექსტი - „ლექციაზე განხილული სლაიდები“).

ლიტერატურა სასურველია პრეზენტაცია მომზადდეს მეწარმეობის სახელმძღვანელოს შემდეგი თავის მიხედვით: 6.4. ბიზნესის შემოსავლებისა და ხარჯების აღრიცხვა.

რესურსები კომპიუტერი, პროექტორი, ჰენდაუთი (სლაიდების ამობეჭდილი ვერსია). შესაძლებელია თეორიული მასალის შესაბამისი ვიდეო/აუდიო/ინტერნეტ რესურსის გამოყენება

პრაქტიკული მეცადინეობა ხელს უნდა უწყობდეს თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაციის განმტკიცებას. მასწავლებელი უნდა დარწმუნდეს, რომ აუდიტორიაში მსხდომმა ყველა სტუდენტმა გაიგო თეორიული მეცადინეობის დროს ახსნილი ინფორმაცია. ა) პირველი 5-10 წუთი დაუთმეთ გონებრივ იერიშს (შეგიძლიათ გამოიყენოთ კითხვები ზემოთ მოცემული კიტხვები, რათა გაარკვიოთ ხომ არ არის ისეთი საკითხი, რომელიც ვერ გაიგეს სტუდენტებმა თეორიული მასალიდან. სთხოვეთ სტუდენტებს მოიყვანონ მათთვის ცნობილი მაგალითები თეორიულ მასალასთან დაკავშირებით; ბ) სტუდენტებს სთხოვეთ განიხილონ შემოსავლებისა და ხარჯების დაყოფის შემთხვევები (ქეისები) ურთიერთსწავლების მეთოდით. მიეცით ამოცანები დამატებითი ღირებულების გადასახადის (დღგ), აქციზის, ქონების, მოგების, საშემოსავლო და სხვა საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრული ბიუჯეტში შესატანი გადასახადების გაანგარიშებისთვის. გ) მეცადინეობის ბოლო 10 წუთი დაუთმეთ შესრულებული დავალებების განხილვას.

დავალება - შემოსავლებისა და ხარჯების აღრიცხვა: (განმარტება მასწავლებლისთვის: აღნიშნული დავალება სტუდენტს უვითარებს შემოსავლებისა და ხარჯების აღრიცხვის უნარს, ასევე Word-ის დოკუმენტის მარტივი რედაქტირებისა და ელექტრონული კომუნიკაციის უნარებს)

დავალების პირობა:

1. გამოთვალეთ თქვენ მიერ შერჩეული ბიზნეს-საქმიანობის საოპერაციო და არასაოპერაციო შემოსავლები და ხარჯები;
2. გამოთვალეთ ბიუჯეტში გადასახდელი გადასახადების ოდენობა თქვენი ბიზნესის ფარგლებში;
3. გაანალიზეთ მიღებული ფინანსური შედეგი.

სავარჯიშოები შეასრულეთ ქვემოთ მოცემული ინსტრუქციის შესაბამისად, წერილობითი ფორმით (არანაკლებ 1 გვერდი). დავალების შესრულების ინსტრუქცია სტუდენტებისთვის: დავალება შეინახეთ Word-ის ცალკე დოკუმენტად შემდეგი წესების დაცვით:

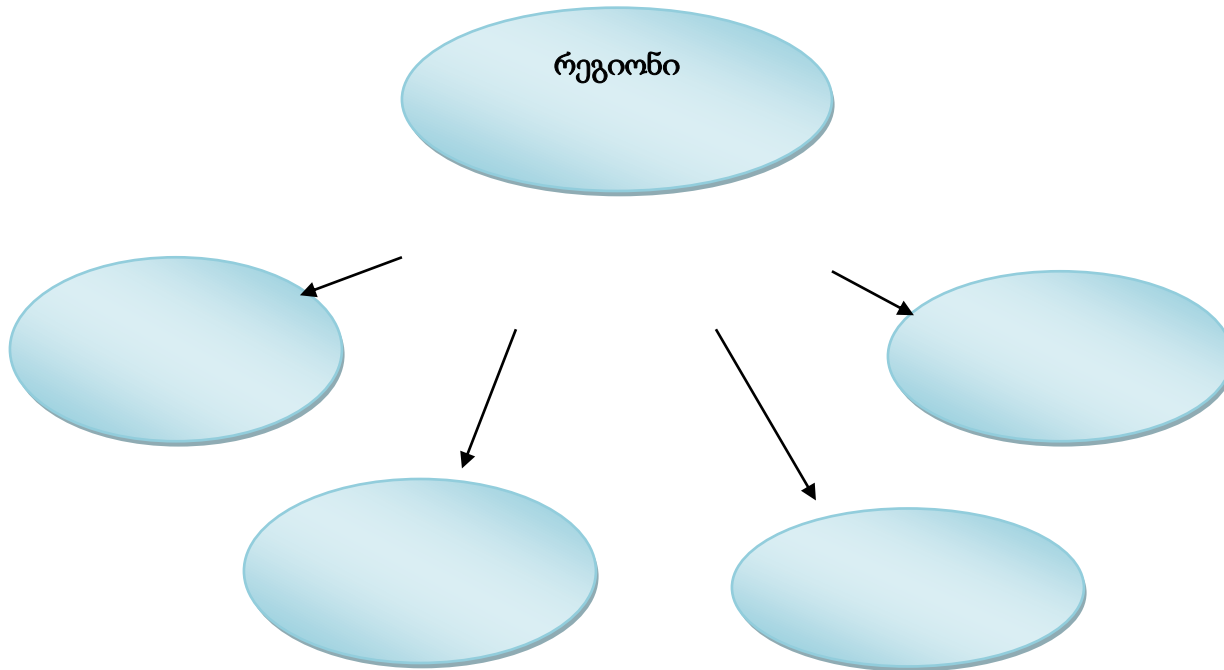
1. გახსენით Word-ის ახალი დოკუმენტი და ლათინური შრიფტით დაარქვით „20.Income and expenses_Name Surname of Student“ („Name Surname of Student“-ს ნაცვლად მიუთითეთ თქვენი სახელი და გვარი);
2. აირჩიეთ შრიფტი - Sylfaen და შრიფტის ზომა - 11;
3. Word-ის დოკუმენტის დასაწყისში, შუა ადგილზე ჩაწერეთ თეორიული ლექციის სათაური;
4. გადმოწერეთ და რიგითობის მიხედვით დანომრეთ თითოეული სავარჯიშო დავალების პირობაში დასახელებული დანართიდან;
5. თითოეული სავარჯიშოს ქვემოთ, აბზაცით ჩაწერეთ პასუხი ამ სავარჯიშოზე;
6. შესრულებული დავალება თქვენი საკუთარი ელ-ფოსტით გამოაგზავნეთ მომდევნო ლექციამდე, ელ-ფოსტაზე: აქ მასწავლებელმა უნდა ჩაწეროს ელექტრონული ფოსტის მისამართი, სადაც უნდა გამოიგზავნოს დავალება.

ნაწილი II. მეთოდური ორიენტირები

შედეგი I	ბიზნესის დაგეგმვა
შესრულების კრიტერიუმები	<ul style="list-style-type: none"> • აანალოზებს რესურსებსა და ეკონომიკურ განვითარებას შორის არსებულ ვაკუუმებს; • საქართველოს კონტექსტში განიხილავს გლობალურ პრობლემებს და აანალოზებს მათგამომწვევ მიზეზებს • აღწერს საკუთარ ქვეყნის ბიზნეს შესაძლებლობებს • ბიზნესის ორგანიზების პროცესში ითვალისწინებს რეგიონულ სპეციფიკას და რეგიონებად დაცოფის პრინციპებს • არაუმეტეს მსჯელობს ბუნებრივი გარემოს ანთროპოგენულ ზღვრებებზე.
აქტივობები:	<ol style="list-style-type: none"> 1. გონებრივი იერიში ასოციაციური რუკის გამოყენებით 2. თვალსაჩინოებაზე/რუკაზე მუშაობა 3. T დიაგრამა 4. კუთხეების მეთოდი
რესურსები: დაფა, ფლიფჩარტი, ფერადი მარკერები, ცარცი, საქართველოს და მსოფლიოს ეკონომიკური რუკა, ინტერნეტი, პროექტორი.	

აქტივობა №1.
გონებრივი იერიში

მასწავლებელი, დაფაზე ან ფლიფჩარტზე წინასწარ მომზადებულ ასოციაციურ რუკაზე აკეთებს ჩანაწერს „რეგიონი“ და მოსწავლეებს სთხოვს, გამოთქვან მოსაზრებები თუ რა ასოციაციას იწვევს მათში აღნიშნული სიტყვა და რა და რა სახის რეგიონები არსებობს.



შემდეგ მოსწავლეებმა უნდა ახსნან თუ რა ნიშნით და რატომ გამოყვეს ესა თუ ის რეგიონი მაგ., ფიზიკურ-გეოგრაფიული, ეკონომიკურ-გეოგრაფიული, სატრანსპორტო-გეოგრაფიული და პოლიტიკურ-გეოგრაფიული და არგუმენტირებულად დაასაბუთონ თუ რა მნიშვნელობა აქვს რეგიონულ მიდგომებს ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისათვის.

რეკომენდაცია:

ზემოთ წარმოდგენილი აქტივობის უპირველესი მიზანია, მასწავლებლმა შეძლოს მოსწავლეების ასოციაციების და შესაბამისი მსჯელობის მართებულ კალაპოტში გადაყვანა და რეგიონის მნიშვნელობაზე მათი ყურადღების მიპყრობა. ასე მაგალითად, თუ რომელიმე მოსწავლის ასოციაცია იქნება „კავკასიის რეგიონი“, ან თუნდაც „იმერეთი“ მათი შეფასება უნდა მოხდეს როგორც ფიზიკურ-გეოგრაფიული საფუძვლების მქონე ეკონომიკური პოტენციალის მატარებელი რეგიონისა, ანუ ის რომ ფიზიკურ მდებარეობა განსაზღვრავს ეკონომიკურ მიზანშეწონილობას. დროის გადანაწილება ინდივიდუალურია კონკრეტული გარემოებების გათვალისწინებით.

აქტივობა № 2. რუკაზე მუშაობა

მასწავლებელი მოსწავლეებს ყოფს ორ ჯგუფად, ერთ ჯგუფს აძლევს საქართველოს ეკონომიკურ რუკას, ხოლო მეორეს მსოფლიო ეკონომიკურ რუკას და თითოეულ ჯგუფს სთხოვს დაახლოებით 20-30 წუთის განმავლობაში მოახდინონ რუკის წაკითხვა/ანალიზი.

პირველი ჯგუფი აკეთებს საქართველოს, ან მისი რომელიმე რეგიონის დახასიათებას მეორე ჯგუფი მსოფლიოს რომელიმე ქვეყნის, ან რეგიონის დახასიათებას შემდეგი ინსტრუქციების გათვალისწინებით:

1. როგორია ობიექტის გეოგრაფიული მდებარეობა (გამოყონ დადებითი და უარყოფითი მხარეები);
2. როგორია ბუნებრივი პირობები და რა ტიპის რესურსული პოტენციალია;
3. მეურნეობის რა დარგებია განვითარებული.

საფინალოდ ორივე ჯგუფი აკეთებს მცირე პრეზენტაციას, ბუნებრივი რესურსებისა და ეკონომიკის განვითარებას შორის არსებულ კავშირებზე.

რეკომენდაცია:

წარმოდგენილი აქტივობის მიზანი გამჭოლია და ეხება როგორც ბუნებრივი რესურსებისა და ეკონომიკის განვითარების კავშირებს, ასევე რეგიონულ სპეციფიკას. მასწავლებელს შეუძლია განსხვავებული შინაარსი მისცეს ამ აქტივობას და ერთი კონკრეტული ქვეყნის შიდა რეგიონული კონტექსტისთვის ააგოს აქტივობა.

აქტივობა 3

T დიაგრამა

მასწავლებელი სთხოვს მოსწავლეებს, ჩამოთვალონ ბუნებრივი და ანთროპოგენული გარემოს მაგალითები, მათ მოსაზრებებს ინიშნავს წინასწარ შედგენილ ცხრილში ე.წ. T-დიაგრამაში, რომელიც წარმოდგენილი იქნება დაფაზე ან ფლიფჩარტზე.

მაგ:

გარემო

ბუნებრივი	ანთროპოგენური
<p>ტყე არ არის გაჩეხილი</p> <p>მდინარეების ჭალაში არ მიმდინარეობს მშენებლობები</p> <p>მდინარეები არ ბინძურდება ადამიანის საქმიანობის შედეგად, ან საწარმოების მიერ მიღებული ნარჩენებისგან</p>	<p>ადამიანის მიერ იჩეხება ტყეები</p> <p>მდინარეების ჭალაში ხდება შენობების აგება</p> <p>ხდება ადამიანის მიერ ბუნებრივი რესურსების არაციონალური გამოყენება, რაც იწვევს ბუნებრივი ლანდშაფტების ცვლილებებს</p>

აქტივობების მეორე ეტაპზე მასწავლებელი მოსწავლეებთან ერთად ახდენს ცხრილში ასახული ინფორმაციის ანალიზს და შეიმუშავებენ ძირითად რეკომენდაციებს ადამიანის მიერ სხვადასხვა ტიპის საქმიანობის მართებულად განხორციელებისათვის.

რეკომენდაცია:

სასურველია მასწავლებელმა პროვოცირება გააკეთოს, საქართველოში სხვადასხვა ბიზნეს საქმიანობის პროცესში, ანთროპოგენული ცვლილების კონკრეტულ შემთხვევაზე. ასე მაგალითად, ძალიან ტრაგიკული და მტკივნეული 2015 წლის 13 ივნისის ვერეს ხეობის მოვლენების განხილვა მოაწყოს, სადაც ღიად ჩანს ადამიანის ჩარევა ბუნებრივ გარემოზე, მაშინ როცა მდინარის ჭალაში შენდება შენობები. ასევე შესაძლებელია მასწავლებელმა მოსწავლეებისთვის მოიწვიოს ამ საკითხებზე მომუშავე სპეციალისტები და გამართონ არგუმენტირებული დისკუსია განვითარებული

მოვლენების ირგვლივ, თუ რამდენად აუცილებელია ნებისმიერი საქმიანობის წარმართვისას ბუნებასთან ფრთხილი და გონივრული დამოკიდებულების არსებობა.

აქტივობა 4.

კუთხეების მეთოდი

მასწავლებელი წინასწარ ამზადებს 2 ფურცელს შემდეგი ჩანაწერებით:

1) საქართველოში სხვადასხვა საქმიანობის დაგეგმვისას აუცილებელია გავითვალისწინოთ გლობალური პრობლემების მნიშვნელობა და არსი;

2) გლობალური პრობლემები ვერ და არ ახდენენ გავლენას საკუთარ ქვეყანაში (საქართველო) სხვადასხვა საქმიანობის განხორციელების გზაზე.

მასწავლებელი ოთახში ირჩევს ორ კუთხეს და კედელზე აკრავს აღნიშნულ ჩანაწერებს, ამის შემდეგ მოსწავლეებს სთხოვს დაიკავონ ადგილი იმ კუთხესთან და შესაბამის ჩანაწერთან, რომელსაც ეთანხმებიან.

შემდეგ იწყება ე.წ. „რინგი“ ანუ ორივე ჯგუფის მიერ ხდება არგუმენტირებული დასაბუთება საკუთარი გადაწყვეტილებისა, თუმცა ამავდროულად, თითოეული ჯგუფი ცდილობს მონაწილეთა გადაბირებას.

ბოლოს მასწავლებელი აკეთებს აქტივობის შეჯამებას და აზუსტებს მართებულ/ჭეშმარიტ მიდგომებს საკითხთან დაკავშირებით.

რეკომენდაცია:

სასურველია ამ აქტივობის შემდეგ მასწავლებელმა მოსწავლეებს სთხოვოს დამოუკიდებლად/სასწავლო პროცესის მიღმა მოიპოვონ ინფორმაცია გლობალური პრობლემებისა და მათი გავლენების თუ მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების

შესახებ ეკონომიკის განვითარებაზე და წარმოადგინონ მცირე პრეზენტაცა ზეპირი, ან ელექტრონული სახით შემდეგ გაკვეთილზე.

შედეგი 7	მდგრადი განვითარების მნიშვნელობის გაცნობიერება
შესრულების კრიტერიუმები	<ul style="list-style-type: none"> • განიხილვს ტექნოლოგიური პროგრესის მნიშვნელობას ეკონომიკის განვითარებისთვის; • საკუთარ ქვეყნის მაგალითზე განიხილვს ეკონომიკურ და დემოგრაფიულ პრობლემებს; • კონკრეტულ ქვეყნის მაგალითზე დარღობითარეშენტრებულდ მსჯელობს ნედლეულის მოპოვების გავლენაზე, პოლტიკურ განვითარებასა და ეკონომიკურპროორიტიტებზე.
აქტივობები:	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT ანალიზი ჯგუფებში 2. მინი ლექცია 3. ტექსტზე მუშაობა/ანალიზი
რესურსები: დაფა, ცარცი მარკერი, ფლიფჩრტი, ინტერნეტი,	

**აქტივობა 1.
SWOT ანალიზი**

მასწავლებელი მოსწავლეებს ყოფს ორ ჯგუფად. ჰიპოთეტურად ერთი ჯგუფი წარმოადგენს ქვეყნებს მდიდარი ბუნებრივი რესურსებით, ხოლო მეორე ჯგუფი მწირი ბუნებრივი რესურსებით. ორივე ჯგუფს ეძლევათ დავალება, გააკეთონ არსებული მოცემულობით და რესურსებით ტექნოლოგიური პროგრესის SWOT ანალიზი.

ძლიერი მხარე	სუსტი მხარე
შესაძლებლობა	საფრთხე

შემდეგ თითოეული ჯგუფი აკეთებს შემაჯამებელ წარდგენას. საფინანსოდ მასწავლებლის დახმარებით ხდება ორივე პრეზენტაციის შეჯერება, შეკითხვის პროვოცირებით, რომელიც მასწავლებელმა უნდა დაუსვას ორივე ჯგუფს. „რა ტიპის კავშირები/კორელაცია არსებობს ტექნოლოგიურ პროგრესსა და ეკონომიკის განვითარებას შორის“

რეკომენდაცია:

მასწავლებელმა. სასურველია მსჯელობა წაიყვანოს იმ მიმართულებით, რომ გამოჩნდეს დროსა და სივრცეში ტექნოლოგიური კონტექსტის მნიშვნელობა თითოეული ტიპის ქვეყნისთვის; რიგი ქვეყნებისთვის არ იკვეთება ბუნებრივი რესურსებისა და ეკონომიკის განვითარებას შორის პირდაპირპროპორციული თავსებადობა. (იაპონია და სხვა ...)

აქტივობა 2.

მინი ლექცია - დემოგრაფია

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ არსებითად მნიშვნელოვანია სოციალურ-ეკონომიკური და დემოგრაფიული პროცესების ურთიერთკავშირი ქვეყნის თუ რეგიონის დონეზე, მათივე განვითარებისთვის. ეკონომიკის განვითარებასთან მიმართებაში გამოყოფენ ეკონომიკური დემოგრაფიას, დემოგრაფიულ ეკონომიკას, ანუ დემო-ეკონომიკას.

მნიშვნელოვანია დემოგრაფიულ ქცევასა (შობადობა-სიკვდილიანობა) და ოჯახის ფორმირებაზე სოციალურ-ეკონომიკური ფაქტორების გავლენა, სწორედ ამის გათვალისწინებით ხდება დემოგრაფიული პოლიტიკის განსაზღვრა.

დემოგრაფიული ფაქტორების როლი მნიშვნელოვანია სოციალურ ეკონომიკური განვითარებისათვის, ვინაიდან ეს ფაქტორები უზრუნველყოფს მუდმივად განახლებადი შრომითი რესურსის არსებობას.

თუმცა არსებობს დემოგრაფიული განვითარების გარე და შიდა რეგიონული განსხვავებები; მოსახლეობის ფორმირების გარე და შიდა რეგიონული თავისებურებები; რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების თავისებურებანი და მექანიზმები. სწორედ ამიტომ დემოგრაფიული პოლიტიკა, რომელიც გლობალური პრობლემების ნუსხაშია შესული ასე შეიძლება ჩამოვაცალიბოთ;

წარმოადგენს ისეთი ქმედებების ერთობლიობას , რომელიც ემსახურება დემოგრაფიული პროცესების დარეგულირებას, საზოგადოებრივი აზრის და მოთხოვნების გათვალისწინებით

დემოგრაფიულ პოლიტიკას წარმოადგენს ის მიზნობრივი ნაბიჯები, რომელიც მიმართულია მოსახლეობის აღწარმოების პროცესებზე ზემოქმედებისათვის, ანუ, ის ღონისძიებები, რომლებიც მიმართულია დემოგრაფიული პროცესების რეგულირებისკენ და ითვალისწინებს სხვადასხვა სახის დახმარებებს.

აქტივობა 3.

ტექსტზე მუშაობა/ანალიზი

დისკუსია

მასწავლებელი მოსწავლეებს ყოფს წყვილებად ურიგებს ტექსტებს, სადაც წარმოდგენილია სხვადასხვა მოსაზრებები დემოგრაფიაზე და სთხოვს გააკეთონ ტექსტის ანალიზი და გამოყონ სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტები, და აქტივობის მეორე-მრგვალი მაგიდის ან დისკუსიის ეტაპზე არგუმენტირებულად იმსჯელონ საკუთარი ქვეყნის მაგალითისთვის დემოგრაფიული კონტექსტის მნიშვნელობაზე.

I ძველი საბერძნეთი

- ქალაქში მაცხოვრებელ ინდივიდთა ყოფა-ცხოვრება მკაცრად კონტროლირებადი უნდა იყოს;
- რეპროდუქცია/ გამრავლება დაყვანილია უმარტივეს ბიოლოგიურ და სოციალურ აუცილებლობამდე;
- სახელმწიფომ აუცილებლად უნდა აკონტროლოს ქორწინების ინსტიტუტი, თუმცა ასევე აუცილებელია სქესობრივი ურთიერთობების რეგულირება;
- სახელმწიფომ უნდა აწარმოოს ვაჟების შერჩევა;
- იმიგრაცია სახიფათოა ქალაქში განსხვავებული მორალის შეღწევის გამო;
- ემიგრაცია მოსაწონია, ვინაიდან იგი ქალაქიდან არასასურველი ელემენტების განრიდების საუკეთესო საშუალებაა.

II ძველი რომი

- ფუნქციონირებდა გონივრული კანონები ქორწინებისა და მოსახლეობის ზრდის წასახალისებლად;;
- კანონის მიხედვით ცოლ-ქმრული ღალატი სასტიკად ისჯებოდა;
- პრივილეგიები არ ვრცელდებოდა მარტოხელებზე, უშვილო წყვილებზე და მათზე ვინც სამ შვილზე ნაკლებს აჩენდა;
- ოჯახები, რომლებიც სამ შვილზე მეტს ზრდიდნენ სახელმწიფოს მხრიდან დიად პრივილეგირებულები იყვნენ.

III კონფუცი

- ფუნქციონირებდა გონივრული კანონები ქორწინებისა და მოსახლეობის ზრდის წასახალისებლად;
- პრივილეგიები არ ვრცელდებოდა მარტოხელებზე, უშვილო წყვილებზე და მათზე ვინც სამ შვილზე ნაკლებს აჩენდა;
- ოჯახები, რომლებიც სამ შვილზე მეტს ზრდიდნენ სახელმწიფოს მხრიდან დიად პრივილეგიებულები იყვნენ.

IV ევროპა

- მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ შობადობის შემცირების გათვალისწინებით შეიცვალა დამოკიდებულება დემოგრაფიული განვითარების შესახებ
- დემოკრატიისა და ადამიანის უფლებების დაცვის კონცეფტიდან გამომდინარე ფრთხილია დამოკიდებულება თავად „დემოგრაფიული პოლიტიკისადმი“
- არსებობს მისი „ვიწრო“ და „ფართო“ გაგება
- ევროკავშირისთვის დამახასიათებელი დემოგრაფიული ხედვის ამოსავალი თავად საზოგადოებაა, რომელიც განსაზღვრავს დემოგრაფიული პოლიტიკის საჭიროებას

V აშშ

- ხანგრძლივი დროის განმავლობაში შობადობის დადებითი ხასიათის შენარჩუნება იმიგრაციით ხერხდებოდა

- 70-იან წლებში ამერიკის კონგრესმა მაინც შექმნა კომისია „როკფელერის“ სახელით, რომელმაც მოახდინა ამ საკითხის შესწავლა და დადგინდა, რომ მოსახლეობის ზრდა არცერთი მიმართულებით სიკეთეს არ მოიტანს, უბრალოდ საჭიროა სტაბილურობის შენარჩუნება
- დღეს აშშ-ს არ გააჩნია მკაფიო დემო-პოლიტიკა, ერთდერთი კონკრეტული იმიგრაციის კონტროლია

VI ინდოეთი, აზია, აფრიკის განვითარებადი ქვეყნები

- მემკვიდრეობით ერგოთ კოლონიების ტვირთი, რაც ართულებს დემოგრაფიულ სიტუაციას
- დემოგრაფიულმა აფეთქებამ არსებითად უარყოფითი როლი ითამაშა მათ სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაზე
- 1952 წელს ინდოეთმა პირველმა გამოაცხადა შობადობის შეზღუდვის პოლიტიკა
- აფრიკაში უკიდურესი სიღარიბის ფონზე შობადობა კვლავ მაღალია, რაც პრობლემების სტიმულირებას ახდენს

რეკომენდაცია:

ზემოთ მოცემული მინი ლექცია შესაძლებელია მასწავლებელმა თავად გაამდიდროს დამატებითი ინფორმაციით, ეს არაა სავალდებულო მაქსიმუმი და ასევე განსახილველი ტექსტებიც თავად შეიძლება შეარჩოს თუ ამას საჭიროდ ჩათვლის.

რაც შეეხება მეორე ეტაპს „დისკუსიას“ ან „მრგვალ მაგიდა“ს ისინი მკაფიოდ უნდა იყოს ორგანიზებული, რომლის ინსტრუქცია მოცემულია მეთოდურ თავში. (არჩევანი მოსწავლეებზე და მასწავლებელზეა)

თუ ამის შესაძლებლობა იქნება მოსწავლეებს შეუძლიათ გამოიყენონ ინტერნეტში მოძიებული დამატებითი ინფორმაცია.

შედეგი 8	გლობალური ბიზნესგარემოს შეფასება
ინდიკატორები:	<ul style="list-style-type: none"> • ანიხილვს ქვეყნების განვითარების სოციალურ-ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ფაქტორებს; • არგუმენტრებულდმსჯელობს სხვადასხვა ეპოქაში სახელმწიფოს როლს ცვლელაზე ქვეყნის ეკონომიკური უზრუნველყოფისა და ბიზნესის წარმოების განვითარებაში; • განიხილვს ქვეყნებს მიღიანი შიდა პროდუქტისა და ჰუმანური განვითარების ინდექსის მიხედვით
აქტივობები:	<ol style="list-style-type: none"> 1. მინი-ლექცია 2. როლური თამაში; ვენის დიაგრამის გამოყენებით 3. გობერნივი იერიში იერარქიული კბის გამოყენებით
რესურსები: კომპიუტერი, ინტერნეტი, დაფა, ფლიფჩარტი, ფერადი მარკერები	

აქტივობა 1.

მინი-ლექცია.

მასწავლებელი ზოგადად საუბრობს გაეროს მიერ ჩატარებული კვლევების შესახებ და განუმარტავს მოსწავლეებს ჰუმანური განვითარების ინდექსს.

საზოგადოებრივი განვითარების ინდექსი (ინგლ. Human Development Index – [HDI]) მსოფლიოს ნებისმიერი ქვეყნისთვის წარმოადგენს კომპლექსური განვითარების განვითარების ინდიკატორს და ის აერთიანებს შემდეგ მაჩვენებლებს: სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობა, განათლების დონე და მთლიანი შიდა პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით.

საზოგადოების განვითარების ინდექსის მთავარი დანიშნულებაა, განსაზღვროს ქვეყნის სოციალური განვითარების დონე და ამის მიხედვით მიაკუთვნოს ის განვითარებულ ან განვითარებად ქვეყანათა ჯგუფს. ზოგადად, „საზოგადოებრივი განვითარება“ არის „გაერთიანებული ერების განვითარების პროგრამის“ (UNDP) კონცეფცია და ეხება ადამიანთა შესაძლებლობების ზრდის პროცესს, შემოსავლების ზრდას, დასაქმებას, განათლების მიღებისთვის უკეთესი პირობების შექმნას, ჯანდაცვას და ა. შ.

ეს ინდექსი 1990 წელს შეიმუშავეს ეკონომისტებმა – პაკისტანელმა მაჰბუბ ელ ჰაქმა და ინდოელმა ამარტია სენმა. მას შემდეგ, „გაეროს განვითარების პროგრამა“ თავის ყოველწლიურ „საზოგადოებრივი განვითარების ანგარიშში“ აღნიშნულ ინდექსს იყენებს.

ჰუმანური განვითარების ინდექსში შესული მთლიანი შიდა პროდუქტი (მშპ) მკაფიოდ გამოხატული ეკონომიკური მდგენელია, და ძალიან ხშირად ქვეყნების განვითარების შესახებ წარმოდგენა ამ მაჩვენებლის მიხედვით განისაზღვრება

აქტივობა 2.

როლური თამაში

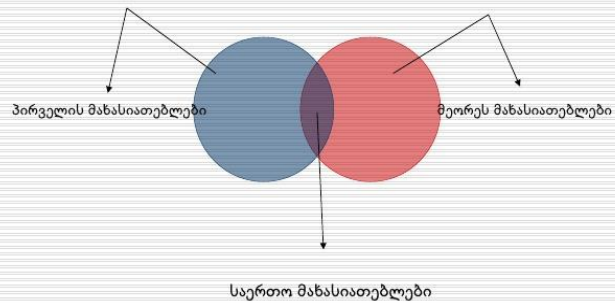
მასწავლებელი მოსწავლეებს ყოფს სამ ჯგუფად, ერთი ჯგუფი წარმოადგეს საქართველოს, მეორე აფრიკის რომელიმე განვითარებად ქვეყანას, ხოლო მესამე ევროპის, ან ამერიკის განვითარებულ ქვეყანას.

მაპროვოცირებელი კითხვის არსი შემდეგია „ რა ტიპის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირები არსებობს სოციალურ-ეკონომიკურ ფაქტორებსა და ბიზნეს-საქმიანობას შორის“. ანუ ამ კონტექსტის ირგვლივ უნდა იფოქრონ მოსწავლეებმა დამოუკიდებლად მუშაობის დროს.

ჯგუფის თითოეული წევრი სიმულაციურად ითავსებს სამთავრობო/ადმასრულებელი ხელისუფლების პოზიციებს, ასე მაგალითად ერთი მათგანი იქნება ეკონომიკის მინისტრი, მეორე გარემოს დაცვის და ასე შემდეგ. ინტერნეტის გამოყენებით აგროვებენ ინფორმაციას ქვეყნების შესახებ, აკეთებენ ანალიზს და გამოაქვთ შესაბამისი დასკვნები. შემდეგ სამივე ჯგუფი დამოუკიდებლად აკეთებს პრეზენტაციას.

საფინანსოდ მასწავლებლის დახმარებით დაფაზე, ან ფლიფჩარტზე კეთდება 2 დამოუკიდებელი ვენის დიაგრამა, სადაც აისახება საქართველოსთან მიმართებაში დანარჩენი ორი ქვეყნის მსგავსება განსხვავება, სხვადასხვა განვითარების მქონე ქვეყნის საერთო მკვეთი მახასიათებლები.

ვენის დიაგრამა



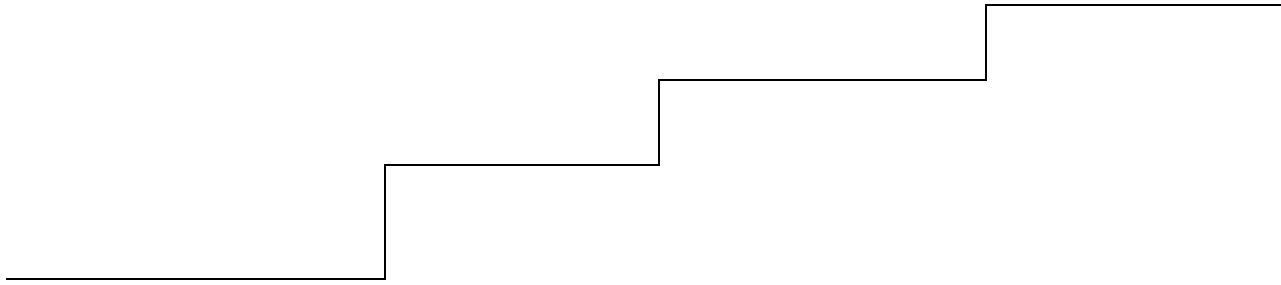
რეკომენდაცია:

მასწავლებელმა, დამოიკიდებლად, ან მოსწავლეებთან შეთხმებისთ უნდა გადაწყვიტოს თუ რომელ ქვეყანას აირჩევენ, თუმცა ყველა შემთხვევაში მესამე ქვეყანა საქართველოს უნდა წარმოადგენდეს.

აქტივობა 3.

გონებრივი იერიში იერარქიული კიბის გამოყენებით

მასწავლებელი დაფაზე ან ფლიფჩარტზე დახაზავს იერარქიულ კიბეს და სთხოვს მოსწავლეებს იერარქიულად ჩამოაყალიბონ ის სახელმწიფოებრივი ფაქტორები, რომელიც განსაზღვრავს ნებისმიერი სამეწარმეო საქმის დასაწყებას. მოსწავლეების მხრიდან გამოთქმულ მოსაზრებები იწერება იერარქიულ კიბეზე, რის შემდეგაც ხდება სქემის განხილვა და მცირე დისკუსია აღნიშნულ თემაზე.



გამოყენებული ლიტერატურა:

1. პროფესიულ კვალიფიკაციათა განვითარების ხელშეწყობის პროგრამა. მეწარმეობის საგანმანათლებლო პროგრამა მოდული: მეწარმეობა. მასწავლებლის გზამკვლევი, 2015.
2. <http://ge.ja-digital.org>