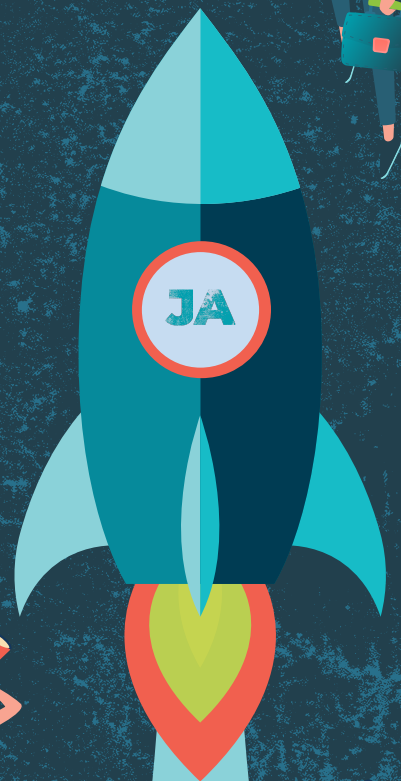
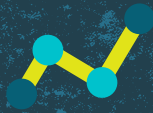




მეწარმეობის საფუძვლები

მოსწავლის სახელმძღვანელო



მოსწავლეთა
კომპანია





JA
Georgia

Member of
JA Worldwide

მეწარმეობის საფუძვლები

მოსწავლის სახელმძღვანელო

განკუთვნილია ზოგადი განათლების საშუალო საფეხურისთვის

ავტორები: ეკა გეგეშიძე, გიორგი ჭილაძე

მომზადებულია ჯუნიორ ეჩივმენტის - საქართველოს მიერ, ჯუნიორ ეჩივმენტის
მსოფლიოს მასალებზე და მეთოდოლოგიაზე დაყრდნობით.

თბილისი, 2025

მეწარმეობის საფუძვლები - მოსწავლის სახელმძღვანელო მომზადებულია საქართველოს სკოლების საშუალო საფეხურისთვის ეროვნული სასწავლო გეგმის საფუძველზე, არჩევითი საგანის „მეწარმეობის საფუძვლებისთვის“.

ავტორები: ეკა გეგეშიძე, 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 © 2025

ა(ა)იპ ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველო

ISBN 978-9941-8-8229-6



სარჩევი

თავი I.	პროექტების მართვა	1
თავი II.	მეწარმეობა დაიდევბი	21
თავი III.	ორგანიზაცია, მეწარმეობა და მმართველთა გუნდი	41
თავი IV.	ჩვენ ერთი გუნდი ვართ	71
თავი V.	მინიკომპანიის დაარსება	83
თავი VI.	ბიზნესგეგმა	107
თავი VII.	შესყიდვები, წარმოება და გაყიდვები	121
თავი VIII.	მინიკომპანიის ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმები	153



მოგესალმებით!

თქვენ იღბლიანი ხართ, რადგან მეწარმეობის კურსს გადიხართ! ამ პროგრამაში საქმის კეთების უნარებს გამოიმუშავებთ, თავად განახორციელებთ ბიზნესწამოწყების პროექტს. აქ დიდი თეორიული მასალის შესწავლა არ მოგიწევთ, თუმცა, თანმიმდევრულად, პატარა-პატარა საქმეები უნდა გააკეთოთ. ონლაინ ჭორიკანა პროგრამები (AI Chatbots) და საძიებო სისტემები კი დაგეხმარებიან მუშაობის პროცესში. ალბათ, ბავშვობაში გითამაშიათ დიდობანა. ეს პროგრამა ამ თამაშს ჰგავს, რადგან წარმატებული სტარტაპერის ან კომპანიის პრეზიდენტის და ვიცეპრეზიდენტის როლის მორგება და შესრულება მოგიწევთ.

თუ მზად ხართ დაუვიწყარი გამოცდილების მისაღებად, მოდით, პროექტების მართვით დავიწყოთ.



თავი I. პროექტების მართვა

პროექტის მართვა არის მიდგომა, რომელიც უზრუნველყოფს ყველა საჭირო აქტივობის განხორციელებას, რათა შეიქმნას შედეგი - პროდუქტი, მომსახურება, რომელიც შემუშავდა დაგეგმილი დროის (განრიგის), ხარჯებისა (ბიუჯეტის) და ხარისხის მიხედვით.

ეს მოიცავს:

- პროექტის სტრატეგიების განსაზღვრას, რათა უზრუნველყოფილი და დაკმაყოფილებული იყოს ყველა მოლოდინი და საჭიროება;
- საჭირო ადამიანურ და მატერიალურ რესურსებს, როგორებიცაა: მარაგი, აღჭურვილობა და სხვა საშუალებები;
- შესაძენი საქონლისა და მომსახურების იდენტიფიცირებასა და დაგეგმვას;
- პროექტის მაღალი ხარისხის სტანდარტების განსაზღვრას;
- პოტენციური რისკების იდენტიფიცირებასა და მისი მართვის ეფექტური გზების დადგენას;
- პროდუქტებისა და სერვისების შესყიდვას ორგანიზაციის პროცედურების მიხედვით;
- პროექტის პროგრესის გაცნობას მასში ჩართული ადამიანებისა და ორგანიზაციებისთვის.

ჩვენ ყველას გვქონია შეხება პროექტის მენეჯმენტის ამა თუ იმ სახესთან. ფაქტობრივად, თქვენ, ალბათ, დიდი ხანია შემუშავებული გაქვთ და გაუცნობიერებლად მართავთ კიდევ პროექტებს ყოველდღიურ ცხოვრებაში.



მოდით, შეამოწმეთ, რას გეტყვით თქვენი მეგობარი ჭორიკანა პროექტის შესახებ. მოძებნეთ ღია წვდომის ხელოვნური ინტელექტის პლატფორმა, მაგალითად, ChatGPT ან claude.ai და დაუსვით კითხვები.

რა არის ხელოვნური ინტელექტის ჭორიკანა - AI Chatbots

ხელოვნური ინტელექტი არის მანქანის უნარი, ადამიანური ინტელექტის მსგავსად, იფიქროს, ისწავლოს და გადაჭრას პრობლემები. AI ჩატბოტები არიან პროგრამული აპლიკაციები, რომლებიც შექმნილია ადამიანის საუბრის სიმულაციისთვის ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებით. მათ შეუძლიათ მომხმარებლებთან ურთიერთობა ტექსტის ან ხმის საშუალებით, შეკითხვების ან ბრძანებების გაგება და პასუხის გაცემა.

ეს ჩატბოტები იკვებებიან ხელოვნური ინტელექტის ტექნიკით, როგორცაა ბუნებრივი ენის დამუშავება (NLP), მანქანათმცოდნეობა და ზოგჯერ, სიღრმისეული სწავლა, რაც მათ საშუალებას აძლევს გაიგონ კონტექსტი, ამოიცნონ შაბლონები და შექმნან შესაბამისი პასუხები.

მათი ძირითადი მახასიათებლებია:

ბუნებრივი ენის გაგება: მათ შეუძლიათ მომხმარებლის ბუნებრივი, სასაუბრო ენის გაგება და ინტერპრეტაცია.

მანქანური სწავლება: ისინი სწავლობენ ურთიერთქმედებით, რითიც აუმჯობესებენ თავიანთ პასუხებს .

კონტექსტური ცნობიერება: მათ შეუძლიათ შეინარჩუნონ კონტექსტი მრავალჯერადი მიმოცვლის დროს, რაც საუბრებს უფრო თანმიმდევრულსა და აქტუალურს გახდის.

ავტომატიზაცია: მათ შეუძლიათ გაუმკლავდნენ განმეორებით დავალებებს, უპასუხონ ხშირად დასმულ კითხვებს, ან თუნდაც, განახორციელონ ტრანზაქციები, რაც ამცირებს ადამიანის ჩარევის საჭიროებას.

გამოყენების შემთხვევები:

მომხმარებელთა მხარდაჭერა: დახმარება კითხვებზე პასუხების მიღებასა და პრობლემების მოგვარებაში.

პირადი ასისტენტები: მომხმარებლებს ეხმარებიან ისეთი ამოცანების შესრულებაში, როგორცაა შეხსენებებს დაყენება, შეხვედრების დაგეგმვა ან ინფორმაციის მიწოდება.

ელექტრონული კომერცია: მომხმარებლების დახმარება პროდუქტების პოვნაში, კითხვებზე პასუხის გაცემასა და შეკვეთების დამუშავებაშიც კი.

გართობა: მომხმარებლების ჩართვა შემთხვევით საუბარში, ამბის მოყოლასა ან ინტერაქტიულ თამაშებში.

ხელოვნური ინტელექტის ჩატბოტების ნახვა შესაძლებელია სხვადასხვა პლატფორმაზე, მათ შორის, ვებსაიტებზე, შეტყობინებების აპებში და ხმოვან ასისტენტებზე, როგორცაა Amazon’s Alexa ან Apple’s Siri.

როგორ ფიქრობთ:

რა იგულისხმება ინტელექტში?

რა თვისებები ხდის მანქანას ინტელექტუალურს?

ჩამოწერეთ თანამედროვე პროდუქტები, რომლებიც ხელოვნურ ინტელექტს იყენებენ:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

ახლა კი გაეცანით თქვენი თანატოლების მიერ განხორციელებულ ერთ-ერთ პროექტს - მოიმარჯვეთ გაფეტები, გადადით ბმულზე www.jag-elearning.ge წაიკითხეთ და თან სახალისო სავარჯიშოები გააკეთეთ, ან უბრალოდ, გააგრძელეთ კითხვა.



პროექტი - გროსერიდო

კეთილი იყოს თქვენი მობრძანება!

მოხარული ვართ, რომ აქ ხართ. მოდით, გავიცნოთ ერთმანეთი!

ჩვენ ვართ ემა, ლეონი, გაბი და სალი. ჩვენ ერთად ვქმნით პროდუქტს, სახელწოდებით „გროსერიდო“. ეს არის სურსათის მიწოდების სერვისი ხანდაზმული ადამიანებისთვის. ჩვენ გადავანაწილებთ ამოცანებს, რათა დარწმუნებული ვიყოთ, რომ ეს პროექტი წარმატებული იქნება.

თქვენ, ჩვენთან ერთად, გაიგებთ, თუ რას ნიშნავს პროექტის მენეჯერობა. ეტაპობრივად გავცნობთ პროექტის მენეჯმენტის ყველაზე მოთხოვნად პროცესებს, უნარებსა და კონცეფციებს. ამ გზით, თქვენ შეძლებთ მათ გამოყენებას სამომავლოდ, ნებისმიერ პროექტში.

ასევე, თქვენ მიიღებთ შაბლონებს, რომლებიც შეიძლება გამოიყენოთ საკუთარი პროექტების განსახორციელებლად. დაინტერესდით? მოდით, დავიწყოთ!

1. რა არის პროექტი?

გაბი: „ჩვენ, ყველას გვქონია შეხება პროექტის მენეჯმენტის ამა თუ იმ ასპექტთან, სულ მცირე, სკოლაში სწავლის პერიოდში მაინც. გაუცნობიერებლად, ალბათ, უკვე დიდი ხანია, რაც ამუშავებთ და მართავთ პროექტებს თქვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, მაგალითად, როცა ემზადებით არდადეგებისთვის და ამ მიზნით აპირებთ საჭირო ტანსაცმლის გადარჩევას, გეგმავთ დროს მეგობრებთან შესახვედრად, ამზადებთ პრეზენტაციას ან გუნდთან ერთად აგებთ ქალაქის თვითმფრინავს. ეს ნიშნავს, რომ თქვენ ყოველ ჯერზე მონაწილეობდით პროექტის მენეჯმენტის სხვადასხვა ასპექტის განხორციელებაში.“



აქტივობა 1.1. შეარჩიეთ სწორი პასუხი:

რა არის პროექტი?

- ა. ყოველდღიური რუტინა, რაღაც ისეთი, რაც ყოველდღიურად კბილების გახეხვის მსგავსია;
- ბ. ეს არის დროებითი აქტივობა, რომელსაც აქვს დასაწყისი და დასასრული.

თქვენი სიტყვებით ახსენით რა არის პროექტი და მოიყვანეთ მაგალითი.

ძირითადი როლები პროექტის მენეჯმენტში

ემა: „ამ პროექტისთვის ლეონი, გაბი და სალი გაანაწილებენ როლებს. მოდით, განვსაზღვროთ რამდენიმე განსხვავებული როლი პროექტის ფარგლებში. შეგიძლიათ, რომ დაგვეხმაროთ განმარტებებისთვის შესაფერისი ტერმინების შერჩევაში?“



აქტივობა 1.2. ჩასვით გამოტოვებული სიტყვები

_____ არის პირი, რომელიც პასუხისმგებელია პროექტის თითოეული მიზნისა და ამოცანის შესრულებაზე. ემა გააკონტროლებს პროექტს თავიდან ბოლომდე და უზრუნველყოფს, რომ ყველა

ჩართული პირი იყოს ინფორმირებული პროექტის მიმდინარეობის შესახებ.

ხანდაზმულთა სახლის მცხოვრებლები და მათთან დაკავშირებული პირები, ჩვენი პროექტის _____ წარმოადგენენ. უმეტესად ისინი არიან პირები ან ორგანიზაციები, რომლებსაც აქვთ პოზიტიური ან ნეგატიური ინტერესი პროექტის ან/და მისი შედეგების მიმართ. მათ შეიძლება განეკუთვნებოდნენ: მომხმარებლები, კლიენტები, გამყიდველები, გუნდის წევრები და ყოველდღიური საქმიანობის მონაწილეები. ყველა დაინტერესებული მხარე უნდა იყოს ინფორმირებული პროექტის მიმდინარეობის შესახებ.

თუ ადგილობრივი მაღაზია გვეხმარება იმით, რომ სასურსათო პროდუქტებზე გვიკლებს ფასს, ეს ნიშნავს, რომ პროექტის ერთ-ერთი მთავარი დაინტერესებული მხარეა და წარმოადგენს _____. ის პროექტისთვის უზრუნველყოფს ფინანსურ მხარდაჭერასა და სხვა საჭირო რესურსების მოწოდებას.

სალი, გაბი და ლეონი პროექტის _____ არიან. ისინი მუშაობენ პროექტზე და ხელს უწყობენ მის წარმატებას.

სიტყვები: გუნდის წევრები; დაინტერესებული მხარეები; პროექტის მენეჯერი; პროექტის სპონსორი.

პროექტის მენეჯმენტის პროცესები

ლეონი: „ჩვენ, ასევე, გავეცანით პროექტის მენეჯმენტის სხვადასხვა პროცესს. ნებისმიერი მასშტაბისა და სირთულის პროექტის მიზნების მიღწევა გულისხმობს კონკრეტული უნარების, ინსტრუმენტებისა და პროცედურების გამოყენებას.“

პროექტის მენეჯმენტში შეიძლება გამოვყოთ ხუთი თანმიმდევრული პროცესი:

ინიცირების პროცესი - არის პროექტის საწყისი ეტაპი, როდესაც ხდება პროექტით დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირება და პროექტის მენეჯერის შერჩევა. განსაზღვრულია პროექტის მიზნები და ამოცანები, აგრეთვე მიღებულია პროექტის განვითარებასთან დაკავშირებით.

დაგეგმვის პროცესში იქმნება პროექტის გეგმა. პროექტის მენეჯერი და გუნდის წევრები განსაზღვრავენ აქტივობებს, რომლებიც საჭიროა საბოლოო პროდუქტის შესაქმნელად, მომსახურების გასაწევად. ისინი, ასევე, განსაზღვრავენ, რა რაოდენობის პერსონალი და რესურსია ამისთვის საჭირო, ადგენენ პროექტის ვადას და საჭირო/ხელმისაწვდომ ბიუჯეტს. დაგეგმვის პროცესი ძალიან მნიშვნელოვანია პროექტის საერთო წარმატებისთვის. ზუსტი დაგეგმვის გარეშე პროექტის მენეჯერსა და პროექტის განმახორციელებელ გუნდს შეიძლება გაუჭირდეს წარმატების მიღწევა.

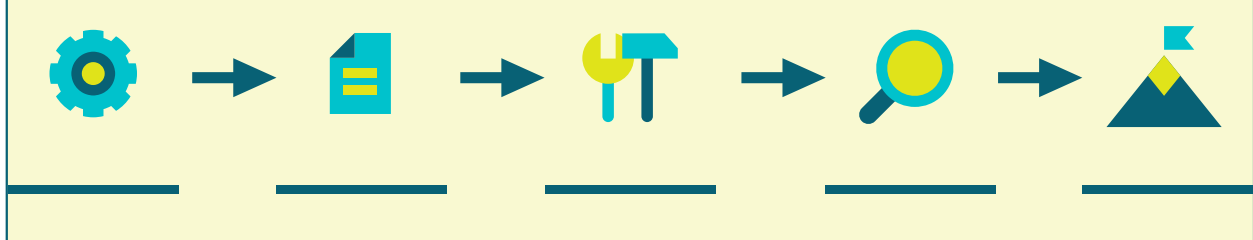
განხორციელება/აღსრულება არის პროექტის გეგმის მიხედვით მუშაობის პროცესი. განხორციელების ეტაპი მოიცავს დაგეგმვის პროცესში განსაზღვრული აქტივობების შესრულებას.

მონიტორინგი და კონტროლი ხორციელდება პროექტის მიმდინარეობის მთელი პერიოდის განმავლობაში. ის გულისხმობს პროექტის ყველა აქტივობის დროულად დასრულებას დამტკიცებული ბიუჯეტის ფარგლებში, ასევე, ნებისმიერი ცვლილების საჭიროების განხილვას, რომელიც აუცილებელია პროექტის მიზნების წარმატებით მიღწევისათვის.

დასრულების პროცესში პროექტი მიზნები განხორციელებულია. ადმინისტრაციული ხასიათის სამუშაო უკვე დასრულებულია და მიღებული გამოცდილება შეიძლება გამოყენებული იქნას მომავალი პროექტების უკვე განხორციელების მიზნით. პროექტის დასრულების ეტაპზე, უნდა გამოიყოს დრო გუნდის მიერ მიღწეული წარმატებების აღსანიშნავად.

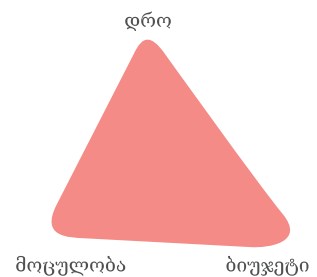


აქტივობა 1.3. დროის ხაზზე სწორი თანმიმდევრობით ჩაწერეთ პროექტის განხორციელების პროცესი.



პროექტის მენეჯმენტის სამი შეზღუდვა

სალი: „ყოველ ჟერზე, როდესაც ვიწყებთ პროექტს, ჩვენ გვანტერესებს, თუ რა უნდა გაკეთდეს (**სამუშაოს მოცულობა**), რა დანახარჯები (**ბიუჯეტი**) და რამდენი დრო დასჭირდება მას (**დრო**). ჩვენ სხვადასხვა სახის პროექტში ამას ყოველთვის ვაკეთებთ. მაგალითად, ჩვენი მომსახურების დაწყების დასაგეგმად, გამოცდისთვის მოსამზადებლად ან, თუნდაც, დაბადების დღის წვეულების დასაგეგმად. ჩვენ ამ სამ პარამეტრს ვუწოდებთ პროექტის მენეჯმენტის სამ შეზღუდვას.“



აქტივობა 1.4. გამოიცანით პასუხი

კითხვები:

ა) კითხვა: გუნდი გეგმავს, რომ მომავალ კვირას, ხანდაზმულთა სასურსათო მომსახურების დაწყებასთან დაკავშირებით, ღონისძიება მოაწყოს. ბიუჯეტი დადგენილია და ისინი შეთანხმებულები არიან ღონისძიების ლოკაციაზე, მაგრამ არ არიან დარწმუნებულნი, დათქმული დროისთვის, აქვთ თუ არა ამ ადგილზე ღონისძიების მოსაწყობად საჭირო ნებართვა. აღნიშნულის დასაზუსტებლად გუნდი ცდილობს დაუკავშირდეს წარმომადგენლებს, თუმცა, ისინი არ პასუხობენ ზარებსა და ელექტრონული ფოსტით გაგზავნილ წერილებს. რა შემზღუდავი გარემოება გაქვთ მოცემულ მომენტში? _____

ბ) კითხვა: გუნდი აწყობს მომსახურების დაწყებასთან დაკავშირებულ ღონისძიებას და მოულოდნელად სპონსორი ამცირებს ბიუჯეტს. ისინი ვეღარ შეძლებენ იმ პრემიუმ ხარისხის საკვების მიღებას, რაც დაგეგმილი ჰქონდათ. რა შემზღუდაველი გარემოება წარმოიშვა მოცემულ მომენტში? _____

2. პროექტის ინიცირება

პროექტის დაწყებისას, თავდაპირველად, განისაზღვრება პროექტის მიზნები, ეს არის პროცესი როცა უნდა გადაწყდეს, თუ რა გაკეთდება და როგორი იქნება მოსალოდნელი შედეგი.

ინიცირების პროცესი:

ლეონი: „ხანდაზმულებისთვის სურსათის მიწოდების მომსახურების დაწყებისას ჩვენ გვაქვს სამი მიზანი:

1. განსაზღვროთ პროექტი: ჩვენ ვქმნით მომსახურებას, რომელსაც ხანდაზმული ადამიანები ადვილად გამოიყენებენ ყოველკვირეულად და ნაკლებად დაიძაბებიან დღის განმავლობაში;
2. დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირება: ჩვენ დაინტერესებულ მხარეებად გამოვყავით სკოლის საბჭო, ხანდაზმულთა სახლი, ადგილობრივი მაღაზია და ჩვენი გუნდის წევრები.
3. პროექტის ავტორიზაცია: ჩვენ გვჭირდება სკოლის საბჭოს წევრების თანხმობა, რათა მათ მიერ ხელმოწერილი წერილი გავაგზავნოთ ხანდაზმულთა სახლში და მივიღოთ მათგან უკუკავშირი იმის დასაზუსტებლად და დასტურის მისაღებად ვდგამთ თუ არა სწორ ნაბიჯებს.“

განსაზღვრეთ პროექტი

პროექტის განსაზღვრა: ძირითადი კითხვები

შემდეგი ექვსი ფუნდამენტური შეკითხვა ეხმარება გუნდებს თავიანთი პროექტის საუკეთესოდ განსაზღვრაში:

1. რატომ? - რატომ ხდება პროექტის ინიცირება? რატომ არის ეს ჩვენი პროექტის დაწყების მიზეზი?
2. ვინ? - ვისთვის კეთდება ეს სამუშაო? განსაზღვრეთ ადამიანები, რომლებიც მონაწილეობენ პროექტში ან რომლებზეც პროექტის შედეგები ახდენს გავლენას, როგორც დადებით, ისე უარყოფით ჭრილში.
3. რა? - რის მიწოდებას ვაპირებთ? რა სამუშაოს შესრულება გვჭირდება? რა რესურსი და ფულადი სახსრები გვჭირდება ამ მიწოდების მისაღწევად?
4. როდის? - როდის ვაწარმოებთ ამ პროდუქტებს? როდის დაამტკიცებს და მიიღებს პროექტის სპონსორი პროექტის საბოლოო პროდუქტს?
5. სად? - სად იქნება გამოყენებული პროდუქტი? სად განხორციელდება იგი? მაგალითად, თუ სკოლა გეგმავს ყოველწლიურ პიკნიკს დაფინანსების მოპოვების მიზნით, პასუხი შეიძლება იყოს „ადგილობრივი პარკი“
6. როგორ? - როგორ ვაპირებთ პროექტის მიზნისა და ამოცანების მიღწევას? როგორ გაიზომება წარმატება?

აქტივობა 1.5. წაიკითხეთ პროექტის აღწერა. რომელ კითხვებს არ გაეცა პასუხი?

სალი:

- ჩვენ ვიწყებთ ამ პროექტს, რადგან გვსურს, რომ დავეხმაროთ ჩვენი ქალაქის ხანდაზმულ პირებს სასურსათო პროდუქტების შესყიდვასა და მომარაგებაში;

- ჩვენ ვიწყებთ ამ მომსახურებას ხანდაზმული ასაკის ადამიანებისთვის, რადგან ჩვენს ოჯახებში შევამჩნიეთ, რომ მათ ხშირად სჭირდებათ დახმარება. თუ ვერ მივაღწევთ წარმატებას პროექტის ფარგლებში, მშობლები და მოხუცები, რომლებსაც სურთ ჩვენი სერვისით სარგებლობა, იმედგაცრუებულნი დარჩებიან;
- ჩვენ სერვისის მიწოდებას ტელეფონის საშუალებით ვაპირებთ. ხანდაზმული ადამიანები მიიღებენ ბლოკნოტებს, სადაც ისინი შეძლებენ მათთვის საჭირო სურსათის სიის შედგენას. ბიუჯეტის სახით გვაქვს 1000 ევროს დაფინანსება და განვახორციელებთ ფონდების მოძიებასაც, ანუ სახსრების მოძიებას იმ შემთხვევაში, თუ ბიუჯეტში ვერ ჩავეტევიით;
- ყველა მიღწეული შედეგი იქნება ღონისძიების გამართვის საფუძველი, ჩვენ გავზრდით ბიუჯეტს საჭიროებების შემთხვევაში ფონდების მოძიების ღონისძიებით;
- ჩვენ ვაპირებთ პროექტის მიზნის მიღწევას ყოველკვირეული შეხვედრების ორგანიზებით 1 იანვრიდან, გავანაწილებთ ვალდებულებებს და დავეხმარებით ერთმანეთს, თუ ვინმე ვერ შეძლებს ან „შეეშინდება“ განახორციელოს მასზე დაკისრებული საქმიანობა;
- ჩვენი წარმატება იზომება გამოხმაურებით, ჩვენი მომსახურების დაწყებამდე და მას შემდეგ. ჩვენ დავაგზავნით კითხვარებს და მოვავროვებთ ინფორმაციას მომხმარებელთა გამოცდილების შესახებ, რათა განვაგრძოთ ჩვენი მომსახურების გაუმჯობესება.

დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირება

როგორც შესავალში აღვნიშნეთ, **დაინტერესებული მხარეები** არიან ადამიანები ან ორგანიზაციები, რომლებიც პოზიტურად ან ნეგატიურად არიან დაინტერესებულნი პროექტის შედეგით.

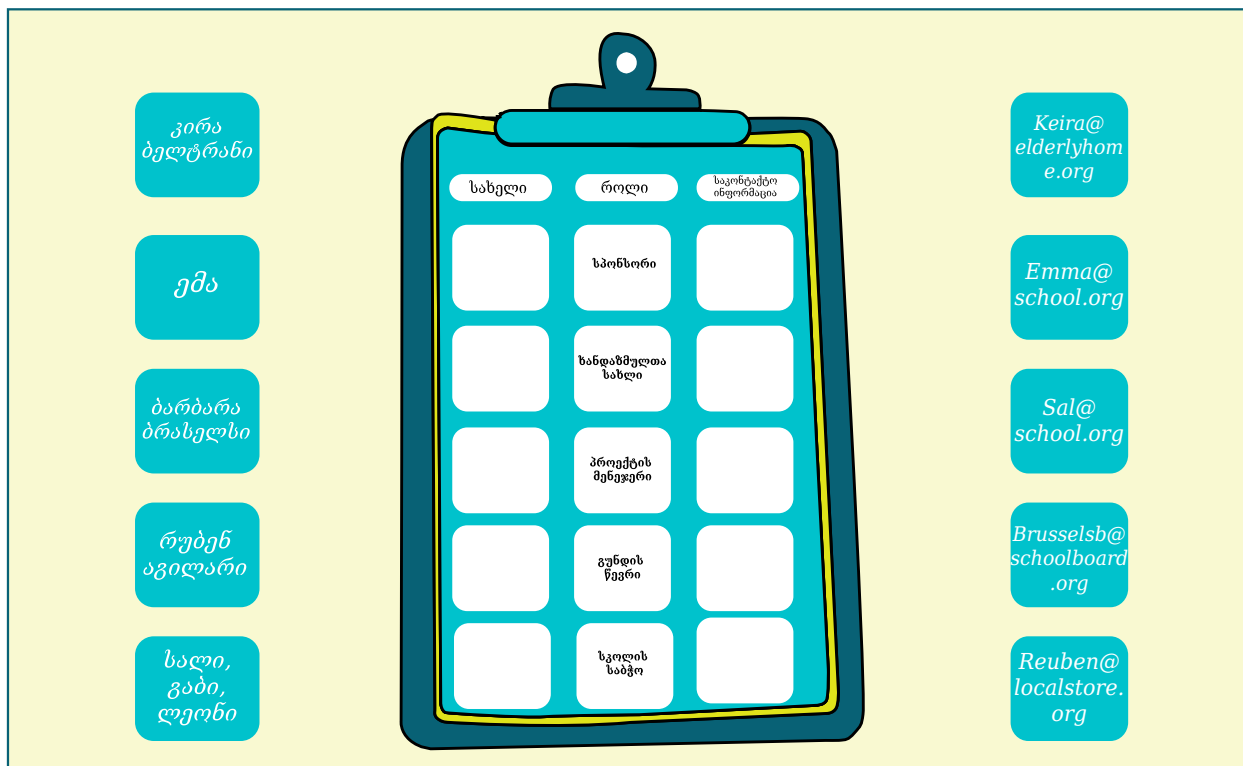
ინიცირების პროცესში, პროექტის განმახორციელებელი გუნდები ხშირად ქმნიან **დაინტერესებულ მხარეთა რეესტრს**, რომელიც მოიცავს ინფორმაციას (მათ შორის, საკონტაქტო მონაცემებს) პროექტში ჩართულ პირების ან ისეთი პირების შესახებ, რომლებზეც პროექტი ახდენს ზეგავლენას; მაგალითად, პროექტში მათ როლზე (მომხმარებელი, სპონსორი, გუნდის წევრი ან საზოგადოება).



აქტივობა 1.6. გადაიტანეთ სიტყვები

ქვემოთ მოცემულ ტექსტზე დაყრდნობით, ხანდაზმულთა სასურსათო მომსახურების როლებს მიუსადაგეთ სწორი დაინტერესებული მხარე და საკონტაქტო ინფორმაცია.

გაბი: „ჩვენი პროექტისთვის უკვე მოვაგვარეთ ზოგიერთი რამ. ჩვენ ვგეგმავთ შეხვედრას ბარბარასთან, რათა გავიგოთ უფრო მეტი, სკოლის პოზიციის გათვალისწინებით, ჩვენი მომსახურების შესაქმნელად, რა არის ნებადართული და რა არის დაუშვებელი/აკრძალული. შემდეგ, ჩვენ გავესაუბრებთ ხანდაზმულთა სახლში მყოფ ადამიანებს, როდესაც ისინი ყოველთვიურ შეხვედრაზე კირას ჯგუფთან შეიკრიბებიან. ვნახავთ, ყველა თანახმა იქნება თუ არა. ემმა უზრუნველყოფს, რომ ეს მოხდეს დროულად და შეინახავს შეხვედრის ოქმს. სალი დაეხმარება მას ამაში. და ბოლოს, ჩვენ უკვე მივიღეთ გარკვეული ფასდაკლება სურსათზე რუბენისგან. მას აქვს მაღაზია ქალაქში, რომელიც ნაცნობი ადგილია ხანდაზმულთა სახლის ბინადრებისთვის.“



პროექტის წესდება

ლეონი: „რატომ“, „ვინ“, „რა“, „როდის“, „სად“ და „როგორ“, - ეს კითხვები გამოიყენება პროექტის წესდების შესაქმნელად. **პროექტის წესდება** არის დოკუმენტი, რომელიც „ადასტურებს“ პროექტის დაწყებას და გამოიყენება პროექტის შემდგომი განმარტებისა და დახვეწის მიზნით.

ჩვენ შევიყვანეთ **პროექტის მენეჯერი** და ჩამოვთვალეთ **გუნდის წევრები**, ადამიანები, რომლებიც ჩართულნი არიან პროექტში.

პროექტის აღწერაში ჩამოვაცალიბეთ ჩვენი მიზნები. ისინი უნდა იყოს სპეციფიკური, გაზომვადი და დაკვირვებადი. ეს მიზნები წარმოადგენს პროექტის გზამკვლევს „დასაწყისიდან დასასრულამდე“. რაც უფრო მკაფიოდ განვსაზღვრავთ მიზნებს, მით უფრო ადვილი იქნება საქმიანობის სწორი კურსის შენარჩუნება.

პროექტის მიზნის დასაბუთებით ჩვენ აღვწერთ ამ პროექტის განხორციელების მიზნებს. ეს პასუხობს კითხვას „რატომ“.

ეტაპი არის სავარაუდო დრო, როდესაც ძირითადი შესასრულებელი სამუშაო დასრულდება.

მიღების (შესრულების) კრიტერიუმები - დოკუმენტურად ასახავს ინფორმაციას იმაზე, თუ როგორ შეფასდება ჩვენი საბოლოო პროდუქტი მომხმარებლებისგან და როგორი იქნება მისი ხარისხი. ეს განსაზღვრავს, როგორ დადგინდება თუ როდის დასრულდება ჩვენი სამუშაო და რამდენად წარმატებით შევასრულებთ ჩვენს მიზნებს.

დაშვებები - ეს არის ფაქტორები პროექტის შესახებ, რომლებიც ჩვენ მიგვაჩნია ჭეშმარიტად, მტკიცებულების გარეშე. დაშვებების იდენტიფიკაცია ეხმარება გუნდს გამოავლინოს ის ასპექტები, რომლებსაც გუნდის ყველა წევრი არ იზიარებს, მაგალითად, ჩვენი პროდუქტი საერთოდ საჭირო არის თუ არა!



შეზღუდვა - არის ნებისმიერი ფაქტორი, რომელიც ხელს შეუშლიდა ჩვენი პროექტის მიზნის განხორციელებას, ესენია: შეზღუდვები ბიუჯეტში, დროში, ჩართულ პირთა მზადყოფნაში და სხვა.

რისკი - მოიცავს ნებისმიერ მოულოდნელ სიტუაციას, რომელსაც შეიძლება წავაწყდეთ. პროექტის დასაწყისში ჩვენ უნდა ვიფიქროთ პოტენციურ რისკებზე, რათა შევძლოთ მათი სათანადოდ მართვა და შევიმუშაოთ საპასუხო გეგმა. მიუხედავად იმისა, რომ ვერ შევძლებთ ვიწინასწარმეტყველოთ ყველა სიტუაცია, რაც უფრო მომზადებული ვიქნებით, მით უფრო წარმატებული იქნება ჩვენი პროექტი. რისკის მაგალითი შეიძლება იყოს წვიმა იმ ღონისძიების მიმდინარეობის დროს, რომელიც დაგეგმილია ღია სივრცეში. პასუხი შეიძლება იყოს: „წვიმის შემთხვევაში ალტერნატიული ადგილის დაგეგმვა.“



გაითვალისწინეთ!!!

გარემო და სოციალური გავლენა

გარემო

პროექტის შემუშავებისას მნიშვნელოვანია გაიაზროთ, როგორ მოქმედებს პროექტის აქტივობები გარემოზე? ეს მოიცავს კითხვებს მიწოდების ჯაჭვის მდგრადობისა და ნახშირორჟანგის გამოყოფის შემცირების შესახებ.

გარემოსდაცვითი საკითხები შეიძლება მოიცავდეს პროექტის კლიმატის პოლიტიკას, ენერჯის გამოყენებას, ნარჩენებს, დაბინძურებას, ბუნებრივი რესურსების დაცვასა და ცხოველების მკურნალობას.

პროექტის დაგეგმვისას უნდა შეაფასოთ ნებისმიერი გარემოსდაცვითი რისკი და განსაზღვროთ მისი მართვის სტრატეგიები.

პროექტისთვის „გარემოს მიმართ მინიმალური გავლენა“ იყენებენ გზამკვლევის - 5R.

REDUCE - შემცირე

REUSE - თავიდან გამოიყენე

RECYCLE - გადაამუშავე

REJECT - უარყავი

REPAIR - შეაკეთე

სოციალური გავლენა

სოციალური გავლენა გულისხმობს აქტივობის, ინიციატივის ან გადაწყვეტილების ზემოქმედებას ინდივიდების, თემების ან მთლიანად საზოგადოების კეთილდღეობაზე. ის მოიცავს ცვლილებებს, როგორც პოზიტიურს, ასევე ნეგატიურს, რომლებიც ხდება სოციალურ სტრუქტურებში, ურთიერთობებსა და ქცევებში სხვადასხვა აქტივობის შედეგად. სოციალური ზეგავლენა შეიძლება შეინიშნოს სხვადასხვა სფეროში, მათ შორის ეკონომიკაში, ჯანდაცვაში, განათლებაში, გარემოს დაცვასა და ადამიანის უფლებებში.



სოციალური გავლენის ძირითადი ასპექტები:

დადებითი და უარყოფითი

დადებითი გავლენა: ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება, რესურსებზე ხელმისაწვდომობა, განათლება, ჯანდაცვა და საზოგადოების კეთილდღეობა.

უარყოფითი გავლენა: მავნე ზემოქმედება, უთანასწორობა, გარემოს დეგრადაცია ან სოციალური უთანასწორობა.

მოკლევადიანი და გრძელვადიანი

მოკლევადიანი გავლენა: მყისიერი ეფექტი, როგორცაა სამუშაო ადგილების შექმნა ან სერვისებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა.

გრძელვადიანი გავლენა: მდგრადი ცვლილებები, როგორცაა გაუმჯობესებული საგანმანათლებლო შედეგები, შემცირებული სიღარიბე ან ცვლილებები სოციალურ ნორმებში.

პირდაპირი და არაპირდაპირი

პირდაპირი ზემოქმედება: მყისიერი და აშკარა შედეგები, როგორცაა საზოგადოებისთვის სუფთა წყლის მიწოდება.

არაპირდაპირი ზემოქმედება: მეორადი ეფექტები, როგორცაა გაუმჯობესებული ჯანმრთელობა და ეკონომიკური პროდუქტიულობა, სუფთა წყალზე უკეთესი ხელმისაწვდომობა.

რაოდენობრივი გავლენა: შეიძლება შეფასდეს მონაცემებისა და სტატისტიკის გამოყენებით, როგორცაა განათლებამიღებული ადამიანების რაოდენობა ან შექმნილი სამუშაო ადგილები.

ხარისხობრივი გავლენა: მოიცავს უფრო სუბიექტურ ზომებს, როგორცაა საზოგადოების კმაყოფილება ან სოციალური ურთიერთობის ცვლილება.

ჩვენი პროექტის წესდება

სახელი: გროსერიდო

პროექტის მენეჯერი: ემა

გუნდის წევრები: სალი, გაბი და ლეონი

დაინტერესებული მხარეები: კირა ბელტრანი ხანდაზმულთა სახლიდან და

ბარბარა ბრასელსი სკოლის საბჭოდან

სპონსორი: რუბენ აგილარი ადგილობრივი მაღაზიიდან

პროექტის აღწერა:

რა არის თქვენი პროექტის მიზანი?

მივაწოდოთ სურსათი ადგილობრივ ხანდაზმულთა სახლის ბინადრებს მათთვის კომფორტული გზით.

პროექტის მიზანი/დასაბუთება:

რატომ ექმნით ამ პროექტს?

პროექტის ძირითადი მიზანია, შემუშავდეს მარტივი მომსახურება ციფრული ინსტრუმენტების საჭიროების გარეშე, რომლის გამოყენებაც უფრო ადვილია ხანდაზმული ადამიანებისთვის, რადგან ასე ისინი უფრო კომფორტულად გრძნობენ თავს.

მთავარი ეტაპები:

რა არის პროგრესის მაღალი მაჩვენებლები? რა არის შედეგის შესრულება? როდის უნდა შესრულდეს ის?

სკოლის საბჭოს ნებართვა (აპრილი): პროექტის გეგმის შედგენა, რათა სკოლის საბჭომ იცოდეს, თუ რას ვქმნით. ჩვენ მივიღებთ ან ნებართვას, ან უარს.

მომხმარებლის ტესტირება (მაისი): ხანდაზმულთა სახლიდან ჩვენი მომსახურების შესახებ გამოხმაურების მიღება. ჩვენ ჩავატარებთ გამოკითხვას იმის გასაგებად, თუ რა ვარაუდები შეიძლება გვექონდეს და რა საჭიროებებზე შევძლებთ რეაგირებას.

ღონისძიების დაწყება (18 ივნისი): ჩვენი მომსახურების დაწყება და სასურსათო პროდუქტების შეთავაზება პირველი ხუთი მომხმარებლისთვის. საქმიანობის წამოწყების აღნიშვნა სადღესასწაულო ღონისძიებით.

მიღების კრიტერიუმები:

როგორ შეფასდება საბოლოო პროდუქტი?

- პროექტი დასრულდება დროულად, ბიუჯეტის ფარგლებში და დააკმაყოფილებს სკოლის საბჭოს მოთხოვნებს;
- ყველა დაშვება ტესტირებულია ჩართული პირების მიერ;
- ადგილობრივ მაღაზიასთან წინასწარ შეთანხმებულია და გაფორმებულია ხელშეკრულება სასურსათო პროდუქტებზე ფასდაკლების მიღებასთან დაკავშირებით;
- ჩვენ დავაგზავნით კვლევის კითხვარს ღონისძიების შემდეგ, რათა მივიღოთ საჭირო გამოხმაურება.

დაშვებები:

რას ფიქრობთ ამ პროექტის საჭიროების შესახებ?

- ხანდაზმულთა სახლის ბინადრებს სჭირდებათ დახმარება სასურსათო პროდუქციის შეძენისას;
- ხანდაზმული ადამიანები ყოველთვის კომფორტულად ვერ იყენებენ ციფრულ ინსტრუმენტებს;
- ხანდაზმულებს ხანდახან უჭირთ სურსათის შეძენა;
- ჩვენ შეგვიძლია ვიპოვოთ ბენეფიციარების საკმარისი რაოდენობა ჩვენი მომსახურების დასაწყებად;
- ჩვენ შეგვიძლია მოვიპოვოთ საქმის წამოწყებად საკმარისი დაინტერესება.

შეზღუდვები:

რა ფაქტორები ზღუდავს პროექტის განხორციელებას?

- ჩვენ ახალი გუნდი ვართ და გვჭირდება ერთმანეთის გაცნობა;
- ჩვენ გვაქვს შეზღუდვები სკოლის საბჭოსგან იმასთან დაკავშირებით, თუ რა არ არის დასაშვები პროექტში;
- ჩვენ გვაქვს შეზღუდული ბიუჯეტი;
- ჩვენ გვაქვს 6 თვე პროექტის დაწყებამდე.

რისკები:

რამ შეიძლება გამოიწვიოს პრობლემები პროექტის განმავლობაში?

- თანამშრომლობა ჩვენს სპონსორთან (ადგილობრივი მაღაზია) შეიძლება წინ ვერ წავიდეს;
- ჩვენ შეიძლება გვექნოდეს ხანგრძლივი შეუთანხმებლობა გუნდში;
- ჩვენ ძალიან დაკავებული ვართ სხვა სასკოლო დავალებებით;
- შესაძლოა, ხანდაზმულთა სახლი არ დაინტერესდეს ჩვენი პროექტით;
- ჩვენ შეიძლება ვერ მოვიპოვოთ საკმარისი დაინტერესება - საქმიანობის წამოწყების ღონისძიებაზე ადამიანთა მოსაზიდად.

3. დაგეგმვა

ზუსტი დაგეგმვის გარეშე პროექტის მენეჯერს და მთლიანად გუნდს შეიძლება გაუჭირდეს პროექტის წარმატებით განხორციელება. თქვენ ისწავლით, თუ როგორ უნდა გაიაროთ სხვადასხვა ეტაპი და ოპტიმალურად გაანაწილოთ სამუშაო.

დაგეგმვის პროცესი

დაგეგმვის პროცესი მოიცავს შემდეგ საფეხურებს:

- სამუშაო დაწყებით აქტივობებად;
- დაადგინეთ საქმიანობების პრიორიტეტულობა და მათი თანმიმდევრობა;
- შეაფასეთ საჭირო დრო თითოეულ აქტივობაზე;
- შეარჩიეთ და გაანაწილეთ როლები და პასუხისმგებლობები.

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

ემა: „დაგეგმვის პროცესის თითოეული ნაწილი ემყარება წინა საფეხურს. გზადაგზა უნდა გადახედოთ პროექტის ნაწილებს. განხილვისა და გადახედვის ეს პროცესი არის პროექტის მონიტორინგისა და კონტროლის ნაწილი. მონიტორინგი და კონტროლი უფრო გაადვილდება გუნდის მიმდინარე, პერიოდულ შემოწმებებთან ერთად. მაგალითად, ვიკრიბებით ყოველ ორშაბათს დილით, რათა შევამოწმოთ ჩვენი მიმდინარე აქტივობები.“

პროექტის განრიგის შედგენა - სასურსათო პროდუქციის მიწოდების სერვისი

გაბი: „უნდა შეიქმნას პროექტის გეგმა-განრიგი, რომლის საფუძველზეც დადგინდება განხორციელების ეტაპები, მათი დასრულების და დაწყების თარიღები, რათა დავიცვათ დედლაინი პროექტის დროულად დასაწყებად.“

გვერდ-განრიგის შესაქმნელად, ჩვენ ვახორციელებთ შემდეგ ნაბიჯებს.

1. **ეტაპების დადგენა:** ეტაპები არის პროექტის ვადების კრიტიკული წერტილები. მათი მონიტორინგი გვიჩვენებს, ხორციელდება თუ არა ეს პროექტი განრიგის შესაბამისად. ისინი აჩვენებენ პროექტის ძირითადი ნაწილების დასრულებას.
2. **აქტივობების განსაზღვრა:** რა აქტივობებია საჭირო თითოეული ეტაპის მისაღწევად?
3. **აქტივობების ჩამოთვლა:** აქტივობები არის თითოეულის საქმიანობის „შესასრულებელი“ მოქმედებების სია.

ჩვენ ვყოფთ პროექტის ეტაპებს და აქტივობებს „სამუშაოების დაყოფის სტრუქტურის“ (WBS) საშუალებით. ამის შესახებ ინფორმაციას მოგვიანებით გაცნობით.

4. **თანმიმდევრობის დადგენა:** როდის შესრულდება თითოეული ეტაპი, აქტივობა და ამოცანა? თანმიმდევრობის დასადგენად ჩვენ უნდა შევაფასოთ, თუ რომელი აქტივობა არის დამოკიდებული და რომელი - დამოუკიდებელი.

დამოკიდებული ამოცანა ნიშნავს იმას, რომ სხვა საქმიანობა ან ამოცანა უნდა შესრულდეს მანამ, სანამ დამოუკიდებელი ამოცანა დაიწყება. მაგალითად, თუ ვაპირებ სასურსათო პროდუქციის მიტანას, ჯერ უნდა შევიძინო სასურსათო პროდუქტი. ასე რომ, სასურსათო პროდუქციის მიწოდება დამოკიდებულია სასურსათო პროდუქციის შესყიდვაზე. **დამოუკიდებელი** ამოცანა ნიშნავს, რომ საქმიანობა ან ამოცანა შეიძლება შესრულდეს ნებისმიერ დროს და იგი არ არის დაკავშირებული სხვა დავალების შესრულებასთან.

5. **დროის დადგენა:** რამდენი დრო დასჭირდება თითოეული ამოცანის დასრულებას? ამას საუკეთესოდ მიგახვედრებთ ადრე მიღებული გამოცდილება შესასრულებელი სამუშაოს მოცულობის გათვალისწინებით.

თითოეული აქტივობის შესრულებისთვის საჭირო დროის ინტერვალის შეუფასებლობა ჩვეული შეცდომაა. სამუშაო გრაფიკში დროის დამატებითი ლიმიტის განსაზღვრა დაგეხმარებათ თქვენი პროექტის დროულად დასრულებაში.

6. **განრიგის შედგენა:** ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ინფორმაციის გათვალისწინებით, ახლა უკვე შესაძლებელია განრიგის შედგენა.

აქტივობა 1.7. სამუშაოს დაყოფის სტრუქტურა.

ქვემოთ მოცემული ტექსტის საფუძველზე, გადაიტანეთ სიტყვები.

The diagram shows a clipboard with a checklist titled 'მომსახურების დაწყება' (Start of Service). The checklist includes items like 'პროექტი', 'ეტაპების დადგენა', 'აქტივობების განსაზღვრა', 'ინიცირების პროცესი', 'დაგეგმვის პროცესი', 'ამოცანების დასაწყისი', 'პროექტის გეგმის შედგენა', 'საბოლოო დამოწმებული საქმის დასრულება', 'საბოლოო დამოწმებული საქმის დასრულება', 'ფინანსური რესურსების დაგეგმვა', 'დავალების მუდმივი განხორციელება', 'პროექტის განხორციელების შედეგი', and 'ჯგუფის წარმომადგენლის ანგარიშები'.

To the right of the clipboard is a grid of 12 blue boxes containing the following terms:

- დასრულის პროცესი
- პროექტის დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირება
- აქტივობების განსაზღვრა
- ბიუჯეტის დაყოფა
- დავალებების განაწილება
- დროის/დავალებების კონტროლი
- მიღებული გამოცდილების განხილვის სერია
- მიღებული გამოცდილების აღბეჭდვა

როლებისა და პასუხისმგებლობების გადანაწილება

სალი: „ჩვენთვის მნიშვნელოვანია, კარგად გვესმოდეს და სწორად აღვიქვამდეთ გუნდის თითოეული წევრის ძლიერ მხარეებს, უნარ-ჩვევებსა და შესაძლებლობებს, რათა უზრუნველვყოთ მათ მიერ პასუხისმგებლობის სწორად აღება.“

პასუხისმგებლობის გადანაწილების სტრუქტურა (RAM) შეიძლება გამოყენებული იქნას გუნდის წევრებისთვის სათანადო აქტივობების გასანაწილებლად. ასევე, კარგი პრაქტიკაა, რომ დაინიშნოს სარეზერვო პირი იმ შემთხვევისთვის, თუკი ძირითადი პასუხისმგებელი პირი მიუწვდომელი იქნება.

აქტივობა	ემა	სალი	ლეონი	გაბი
აქტივობების სიის შექმნა	X		X	
დაჰყავით ბიუჯეტი		X		X
შექმენით სარეკლამო მასალა	X		X	
ჩატარეთ ღონისძიების სარეკლამო კამპანია		X	X	
მოძებნეთ ადგილი	X	X		
გადამოწმეთ ბიუჯეტი და შეხვედრის ადგილის საკითხები		X		X
მოამზადეთ სტუმრების სია	X			
გაყიდეთ ბილეთები			X	X
შეხვედრის ადგილზე მოამზადეთ დეკორაციები და შეიტანეთ საკვები პროდუქტები		X	X	
აცნობეთ მოხალისეებს ღონისძიების დაწყების შესახებ	X			X

დაგეგმეთ: როგორ მოახდენთ კომუნიკაციას

ემა: „ჩვენი გუნდის წევრებსა და დაინტერესებულ მხარეებს (სკოლის საბჭო, ადგილობრივი მაღაზია და ხანდაზმულთა სახლი) სჭირდებათ ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ როგორ ვითარდება პროექტი და რა შეიძლება შეიცვალოს მისი მიმდინარეობის პროცესში დაგეგმილი სამუშაოების შესრულების მიზნით.“

კომუნიკაციის დაგეგმვა მოიცავს იმის მკაფიოდ დადგენას, თუ ვის ვისთან და რამდენად ხშირად სჭირდება ინფორმაციის მიწოდება, ასევე, თუ რა ინფორმაცია იქნება რელევანტური და სასარგებლო თითოეული დაინტერესებული მხარისთვის.“

რისკის დაგეგმვა

სალი: „მნიშვნელოვანია, გამოვყოთ შესაძლო რისკები, რომლებმაც შეიძლება გავლენა იქონიოს იმაზე, იქნება თუ არა პროექტის შედეგი წარმატებული, მაგალითად, თუ ჩვენ მიერ შეთავაზებული მომსახურება ამართლებს, რამდენად შესაძლებელი იქნება მისი გამოყენება სხვა ქალაქებშიც?!“



პოტენციური რისკების იდენტიფიცირება შესაძლებლობას იძლევა, რომ წინასწარ დაგეგმვით შედეგი, ივარაუდოთ დადებითი და უარყოფითი ფაქტორების გავლენა, რაც ხელს შეუწყობს პროექტზე უარყოფითი ზემოქმედების თავიდან აცილებას ან მის მინიმუმამდე შემცირებას.

რისკებმა შეიძლება გავლენა იქონიოს პროექტის ერთ ან მეტ ფაქტორზე, მათ შორის ისეთებზე, როგორებიცაა:

- **რესურსები:** ადამიანების, აღჭურვილობის, დაფინანსების ან სხვა რესურსების მოძიების შესაძლებლობა პროექტის შესრულების მიზნით;
- **დრო:** მოესწრება თუ არა პროექტის ფარგლებში შესასრულებელი აქტივობა დროულად, განრიგის მიხედვით?
- **მოცულობა:** ყველა საქმის დასრულება და მომსახურების მიწოდება სრული მოცულობით, რომლებიც აქტივობების თავდაპირველ ჩამონათვალში იყო დასახელებული;
- **ხარისხი:** რამდენად აკმაყოფილებს თითოეული შედეგი დასახულ მიზნებს მისაღები კრიტერიუმების შესაბამისად.“

აქტივობა 1.8. რისკის დონე. შეავსეთ ცხრილი რისკისა და გავლენის შესაბამისად.			
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		შეარჩიეთ სარეზერვო ადგილი, რომელიც ყოველთვის ხელმისაწვდომია, მაგალითად, ხანდაზმულთა სახლის ბაღი
ხანდაზმულთა სახლი არ იჩენს სათანადო ინტერესს	M		უზრუნველყავით აქციები სხვა ახლომდებარე ხანდაზმულთა სახლებში
დეკორაციებს არ გვაწვდიან	H		გაესაუბრეთ ადგილობრივი მაღაზიის მფლობელს და ასევე თან იქონიეთ ხელნაკეთი დეკორაციები

4. განხორციელება, მონიტორინგი და კონტროლი

აღსრულება არის პროექტის გეგმის მუშაობის პროცესი. ეს გულისხმობს თქვენი პროექტის გეგმის ამოქმედებას. პროექტის გეგმა წარმოადგენს სახელმძღვანელოს, რომელიც უზრუნველყოფს შედეგის შესრულებას - პროექტის განზრახული მიზნები მიღწეულია სრულად, დროულად და ბიუჯეტის ფარგლებში.

თქვენი გეგმის ამოქმედება:

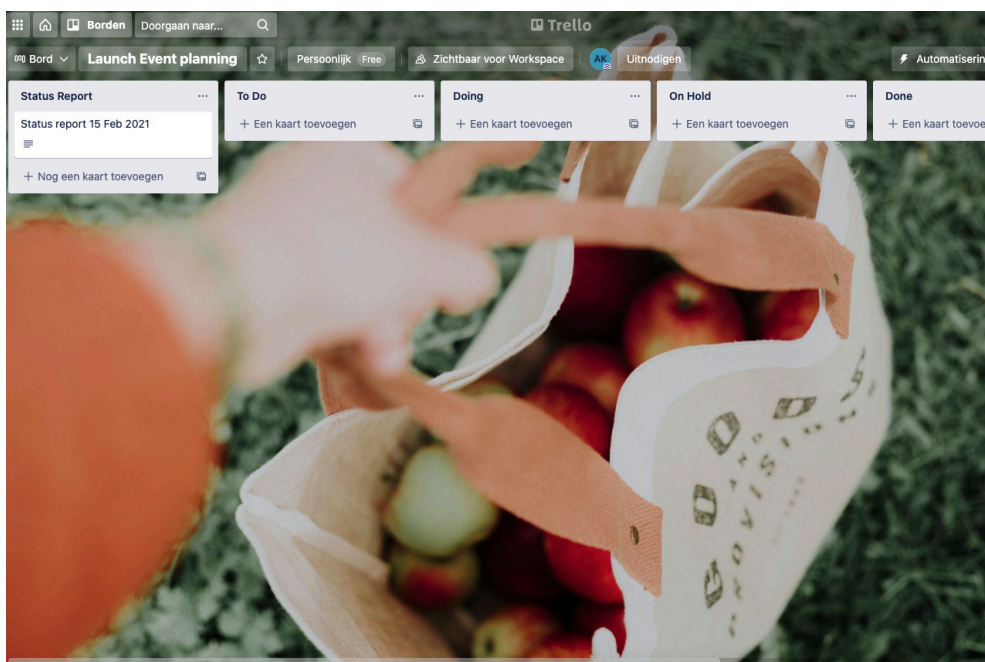
გაბი: „დროა, შევასრულოთ ჩვენი გეგმა ღონისძიების ჩასატარებლად! **განხორციელება/აღსრულება** არის პროექტის გეგმის მუშაობის პროცესი. ეს გულისხმობს თქვენი პროექტის გეგმის ამოქმედებას. პროექტის გეგმა წარმოადგენს სახელმძღვანელოს, რომელიც უზრუნველყოფს შედეგების მიღწევას (პროექტის განზრახული მიზნების შესაბამისად, სრულად, დროულად და ბიუჯეტის ფარგლებში

სამუშაოს შესრულებისას თქვენ უნდა შეეცადოთ:

- გამოიყენოთ არსებული **ბიუჯეტი** ისე, როგორც დაგეგმილია;
- მართოთ თქვენ მიერ გამოვლენილი **რისკები**;
- იყავით ორიენტირებული მხოლოდ იმ სამუშაოზე, რომელიც თქვენ ალწერეთ **პროექტის მასშტაბის ფარგლებში**;
- შეასრულეთ დაგეგმილი საკვანძო **ეტაპები**;
- **დოკუმენტურად აღწერეთ** თქვენ მიერ მიღწეული წარმატებები;
- პროექტის განხორციელებისას მიღწეული წარმატებების შესახებ რეგულარულად და ეფექტურად **დაამყარეთ კომუნიკაცია** დაინტერესებულ მხარეებთან.

თქვენ მიერ მიღწეული წარმატების შემოწმებით და იმის შეფასებით, რამდენად კარგად ხორციელდება პროექტის მიზნები, - ასევე თქვენი მზაობით, რომ საჭიროების შემთხვევაში, შეცვალოთ მათი მიმართულება, - თქვენ ჩართული ხართ მონიტორინგის/კონტროლის პროცესში.“

გაბი: „ჩვენ ვიყენებთ Trello-ს იმის გასაგებად, თუ სად ვიმყოფებით მიმდინარე ეტაპზე, პროექტის მასშტაბის ფარგლებში. ყველა დავალებას ასე ვანაწილებთ:



აქტივობა 1.9. დარეგისტრირდით Trello.com-ის საშუალებით და შექმენით პირადი ანგარიში, შემდეგ ახალი დაფა, სადაც შექმნით თემებს:

- სტატუსის ანგარიში;
- შესასრულებელი სამუშაო;
- კეთების პროცესში;
- მოლოდინის რეჟიმში;
- შესრულებული;
- მომავალ კვირას;
- ჩამორჩენილი

აქტივობა 1.10. ემა: „შექმენით სტატუსის ანგარიში ქვემოთ მოცემული სურათის მსგავსად. გააკეთეთ ეს ახალი ბარათის შექმნით სვეტში „სტატუსის ანგარიში“. შემდეგ ჩაწერეთ ქვემოთ მოცემული ტექსტი. შეეცადეთ გაარკვიოთ, როგორ გაამუქოთ ტექსტი და/ან დაამატოთ საკონტროლო სია და სხვ.“

The screenshot shows a Trello card titled "Status report 15 Feb 2021" with the following content:

- Omschrijving** (Description):
 - Team Name:** Launch Event Team
 - Date:** Friday 15th of Februari 2021
 - Project Status:**
 - In good shape
 - At risk of going off track
 - Out of control
 - Tasks Accomplished: What work have you completed?**
We have discussed the budget with the school and the elderly home and it is approved.
 - Tasks in Progress: What are you currently working on?**
We are discussing what our grocery list should look like and we are looking at printing stores
 - Planned Tasks: What work do you still need to start?**
Book the photographer and venue
 - Issues: What challenges have you experienced? What steps did you or will you take to solve them?**
There are a lot of opinions from elderly people in the home, we have decided to give them sneak previews via their monthly internal paper.
 - Questions for Discussion: What do you need to talk with your project manager about?**
Establishing a new timeline for completion based on the need for a new design of the grocery list.
- Activiteit** (Activity):
 - Maak een opmerking... (Add a comment...)

On the right side of the card, there are several sections for adding items to the card:

- TOEVOEGEN AAN KAART** (Add to card):
 - Leden (Members)
 - Labels (Labels)
 - Checklist (Checklist)
 - Datums (Dates)
 - Bijlage (Attachments)
 - Omslag (Cover)
- POWER-UPS** (Power-ups):
 - Power-Ups toevoegen (Add Power-Ups)
 - Upgrade voor een onbeperkt aantal Power-Ups per bord. (Upgrade for an unlimited number of Power-Ups per board.)
 - Workspace upgraden (Upgrade workspace)
- AUTOMATISERING** (Automation):
 - Knop toevoegen (Add button)
- ACTIES** (Actions):
 - Verplaats (Move)
 - Kopiëren (Copy)
 - Sjabloon maken (Create template)
 - Volgen (Follow)
 - Archiveren (Archive)

5. დასრულება

პროექტის დასრულება შედეგის მიღწევაა. ეს არის დიდი მუშაობის შედეგი. თქვენ და გუნდის წევრებმა ერთობლივად შეიმუშავეთ იდეა, დაგეგმეთ ის, შეასრულეთ, მოახდინეთ მონიტორინგი/კონტროლი, ახლა კი მიაღწიეთ პროექტის დასრულების ეტაპს.

ჩვენ ეს შევძელით!

სალი, ემა, გაბი, ლეონი: *ჩვენ ეს შევძელით, ღონისძიება საოცარი იყო!*

ერთდღიანი დასვენების შემდეგ, ჩვენ მზად ვართ, რომ **დავხუროთ** პროექტის ეს ნაწილი. პროექტის დახურვა არის მისი დასრულების პროცესი. პროექტის დასრულება მიღწევაა. ეს არის დიდი მუშაობის შედეგი.

დახურვის პროცესი

თქვენ, როგორც ჯგუფმა, ერთობლივად შეიმუშავეთ იდეა, დაგეგმეთ მისი განხორციელების ეტაპები, შეასრულეთ გეგმა, განახორციელეთ მონიტორინგი/კონტროლი და ახლა მიაღწიეთ პროექტის დახურვის ეტაპს. დახურვის პროცესში გაქვთ შესაძლებლობა, რომ დაფიქრდეთ პროექტის შედეგების ხარისხზე, რა ისწავლეთ პროექტის მართვის შესახებ და რამდენად კარგად მუშაობდით ერთად თქვენ და თქვენი გუნდი.

პროექტის დახურვის პროცესში ჯერ კიდევ დარჩენილია სამუშაოს ნაწილი, რომელიც უნდა შესრულდეს. ასე მაგალითად:

- ზოგიერთი პროექტისთვის იმართება **დასკვნითი პრეზენტაცია**, რათა საბოლოო ანგარიში წარედგინოს დაინტერესებულ მხარეებს (სკოლის საბჭო, ხანდაზმულთა სახლი, სპონსორები და ა.შ.);
- ჩვენ ვაგრძელებთ და ვინახავთ პროექტთან დაკავშირებულ ცნობებს და დოკუმენტებს (როგორცაა პროექტის გეგმა, შესრულების განრიგი და ა.შ.) **პროექტის პორტფოლიოში**. კარგია, ამას თუ ელექტრონული დოკუმენტის სახით განვათავსებთ ნოუტბუქის ან კომპიუტერის სპეციალურ ფოლდერში, ასევე, ბეჭდური სახით - საქაღალდეში. ეს დოკუმენტები მომავალი პროექტებისთვის შეიძლება იქნას გამოყენებული, როგორც საცნობარო მასალა, მაგალითად, უახლოეს თვეებში ჩვენ მიერ სასურსათო საქონლის მიწოდების მომსახურების ახალი, განმეორებითი ეტაპისთვის ან სხვა ღონისძიებისთვის, რომლის გამართვაც ჩვენ გვსურს;
- გუნდის წევრებმა უნდა მოაწერონ ხელი პროექტს, რათა დადასტურდეს, რომ პროექტი დასრულებულია;
- ჩვენ გუნდის წევრებთან ერთად ვქმნით **მიღებული გამოცდილების** ანალიზის დოკუმენტს და ვსვამთ კითხვებს, თუ რა ჩატარდა კარგად, რისი გაკეთება შეიძლებოდა უფრო უკეთ და დამატებით კიდევ რა უნდა გაკეთებულიყო;
- ჩვენ ვასრულებთ თვითშეფასებას და თანატოლების შეფასებას. პირისპირ ვსაუბრობთ ჩვენი გუნდის თითოეულ წევრთან და განვიხილავთ:
 - პატივისცემით ვეპყრობოდით თუ არა ერთმანეთს;
 - ვიზიარებდით თუ არა პასუხისმგებლობას;
 - კომუნიკაციას თუ ვამყარებდით ნათლად და ეფექტურად;
 - თუ ვმუშაობდით ორგანიზებულად;
 - გონივრულად ვმართავდით თუ არა დროს;

- და, რა თქმა უნდა, საბოლოოდ, ჩვენ აღვნიშნავთ იმ წარმატებას, რომელსაც ჩვენმა გუნდმა მიაღწია! შედეგის მიუხედავად, ჩვენ მას დავუთმეთ დრო და ძალისხმევა, ბევრი რამ ვისწავლეთ ამ გზაზე და ჯილდოც უნდა მივიღოთ გაწეული შრომისთვის.

თვითშეფასება და გუნდის წევრების შეფასება

ლეონი: „იმისათვის, რომ გუნდის თითოეული წევრი გაიზარდოს - რაც მიიღწევა პროექტის განხორციელების პროცესში მონაწილეობით, ჩვენ ვახორციელებთ თვითშეფასებას და თანატოლთა შეფასებას. ამას ვაკეთებთ გუნდის თითოეული წევრისთვის ბარათის შექმნით, რომელიც ასე გამოიყურება:

ძვირფასო _____

ჩემი ამჟამინდელი შთაბეჭდილება შენზე:
შენ ყოველთვის ზრუნავ სხვებზე. ძალიან პოზიტიური ადამიანი ხარ!

მე ვფიქრობ, რომ თქვენ შეგიძლიათ სხვაგვარად გააკეთოთ:
ზოგჯერ შეიძლება უფრო მეტად იბრძოლო საკუთარი იდეისთვის. შენი აზრიც მნიშვნელოვანია!

ავტორი: _____



შეჯამება

რა ვისწავლე?

რა კითხვები მაქვს?

კიდევ რა უნდა ვისწავლო?



თავი II. მეწარმეობა და იდეები

მეწარმეობა - ეს იდეების საქმედ ქცევაა!

თქვენი დიდი პროექტი - ოცნებიდან რეალობამდე!

ოდესმე გიოცნებიათ, რომ გქონოდათ საკუთარი ბიზნესი? ახლა თქვენ გაქვთ შესაძლებლობა, განახორციელოთ თქვენი ოცნება! თქვენ გადიხართ მეწარმეობის კურსს „კომპანიის პროგრამით“. თქვენ შეისწავლით, თუ როგორ დააფუძნოთ საკუთარი ბიზნესი და მართოთ იგი. მთელი სასწავლო წლის მანძილზე შეგიძლიათ, რომ გქონდეთ ნამდვილი ბიზნესი რეალური მომხმარებლებით, მომწოდებლებითა და ფულით.



კომპანიის პროგრამა

დღეს თქვენ შეგიძლიათ იყოთ მეტად მოქნილი, ვიდრე ოდესმე. მოემზადეთ, რომ შეცვალოთ თქვენი კარიერა, ახალი უნარებისა და შესაძლებლობების შეძენით რათა შეძლოთ თქვენი ცოდნის მეწარმეობაში გადატანა.

მინიკომპანიის (მკ) ოპერირება ეფუძნება კეთებით სწავლების პრინციპს. სასწავლო წლის განმავლობაში თქვენ პრაქტიკაში გამოიყენებთ ყოველივე იმას, რაც ისწავლეთ სკოლაში და მიიღებთ ბიზნესის მართვის გამოცდილებას. თქვენ მოგიწევთ მუყაითად მუშაობა, დაგჭირდებათ ახალი ინფორმაციის მოძიება და ცოდნის შექმნა სხვადასხვა გზით. ამასთან, თქვენ გექნებათ პედაგოგისა და მოხალისე ბიზნეს მენტორის მხარდაჭერა.

მთელი სასწავლო წლის განმავლობაში, კომპანიის ოპერირებით, პროგრამა გაძლევთ შესაძლებლობას, მოემზადოთ დასაქმებისთვის.

თქვენ აირჩევთ დირექტორთა საბჭოს, მოიზიდავთ სააქციო კაპიტალს, აგრეთვე განავითარებთ, ბაზარზე გაიტანთ და დააფინანსებთ პროდუქციას ან მომსახურებას საკუთარი არჩევანის მიხედვით. წლის ბოლოს კი, თქვენ მოამზადდებით ფინანსურ ანგარიშებს აქციონერებისთვის.

პროგრამაში ჩართულობით თქვენ მიიღებთ გამოცდილებას რეალური ბიზნეს სამყაროს შესახებ, საკუთარ თავზე აიღებთ პასუხისმგებლობას, იქნებით ანგარიშგაღებული აქციონერებთან ბიზნესის მართვის დროს. ბოლოს კი, შესაძლოა მონაწილეობა მიიღოთ

სხვადასხვა შეჯიბრში და წარმოდგინოთ თქვენი ქვეყანა ევროპის წლის „მოსწავლეთა კომპანიის“ კონკურსზე.

ასევე, გაქვთ შანსი, წარმატებით გაიაროთ სერტიფიცირება სამეწარმეო უნარებში (ESP) და მიიღოთ სერტიფიკატი, რომელიც თქვენი წარმატებული კარიერის საშვი გახდება.

კომპანიაში მუშაობით თქვენ:

- გექნებათ წარმოდგენა იმაზე, თუ როგორ მუშაობს ბიზნესი, როგორ იქმნება სამუშაო ადგილები და დოვლათი;
- გამოიმუშავეთ გუნდური მუშაობის უნარს;
- გაიუმჯობესებთ კომუნიკაციის უნარებს;
- გახდებით უფრო ინიციატივიანი, ენთუზიაზმით აღსავსე და თვითდაჯერებული;
- გაგიჩნდებათ სურვილი, აიღოთ პასუხისმგებლობა;
- შეიძენთ დროის მართვის უნარებს;
- შეიძენთ გამოცდილებას ისეთი მიმართულებებით, როგორებიცაა: მარკეტინგი, მენეჯმენტი, გაყიდვები, ფინანსები, მომხმარებელთა უფლებების დაცვა.

ის ახალგაზრდები, რომლებმაც გაიარეს კომპანიის პროგრამა, ასაბუთებენ, რომ გახდნენ უფრო მოტივირებულნი სწავლის პროცესში და გაუმჯობესდათ აკადემიური მოსწრება. ასევე, დიდია პროგრამაში ჩართული მოსწავლეების მიერ საკუთარი ბიზნესის დაწყების ალბათობა (50%-ზე მეტი). კომპანიის პროგრამა, უპირველეს ყოვლისა, არის უნიკალური შესაძლებლობა მათთვის, ვინც ფიქრობს მომავალში ბიზნეს საქმიანობის წამოწყებას.

მოსწავლეთა კომპანიის დახმარებით თქვენ დაინახავთ, თუ როგორ აისახება სკოლაში ნასწავლი ბიზნეს საქმიანობაზე. დამატებითი კვლევები ადასტურებს, რომ იმ მოსწავლეებს, რომლებიც ჩართულნი იყვნენ კომპანიის პროგრამაში, აქვთ თვითშეფასების, გადაწყვეტილების მიღებისა და თანამშრომლობის უკეთესი უნარი.

პროგრამის მასალებს იპოვით ვებგვერდზე: www.jag.ge



აქტივობა 2.1. თუ გიფიქრიათ თქვენი ბიზნესის წამოწყებაზე? რატომ კი ან რატომ არა?

რა კითხვები გაქვს სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებით?



აღმოაჩინე მეწარმეობა

მეწარმეობა საქმიანობაა, რომლის დროსაც ხდება ცოდნისა და უნარების გამოყენება საქონლის ან/და მომსახურების მისაღებად, შეზღუდული რესურსების პირობებში, ხოლო ადამიანი, რომელიც ამას რაციონალური ანალიზის საფუძველზე ახერხებს, სამეწარმეო უნარით დაჯილდოებული ადამიანია.

მეწარმეობას არაფერი აქვს საერთო ბიზნესის მართვის რუტინულ საქმესთან, ეს არის საინტერესო მოგზაურობა იდეების დევნაში, შეუძლებლის მიღწევასა და უბრალოდ, ბედნიერებისა და სიმშვიდის პოვნაში.

ადამიანს, რომელიც ახალი პროდუქციის შექმნის ან საწარმოს მართვის უკეთესი გზის ძიების რისკს ეწევა, მეწარმე ეწოდება. მეწარმეები არიან როგორც დიდ, ისე მცირე კომპანიებში და მომხმარებლებს, - საქონლის და მომსახურების ფართო ასორტიმენტთან, - არჩევანის გაკეთების საშუალებას აძლევენ.

მეწარმე ცვლილებების და ეკონომიკური ზრდის სტიმულია. თავის მხრივ, მეწარმეობა სტიმულების, ეკონომიკური თავისუფლების წახალისებისა და ხელშეწყობის გარეშე ვერ იარსებებს. ქვეყანა, რომელიც თავისუფალ მეწარმეობას ზღუდავს, ეკონომიკურ ზრდას აბრკოლებს. მსოფლიო ეკონომიკა, სადაც ცვლილებებთან ადაპტაცია, სიახლის ძიება და ინიციატივიანობა ჯილდოვდება, მუდამ ახალი საქონლის და მომსახურების მოლოდინშია. ეს უწყვეტი პროცესი კი თითოეული ადამიანის ცხოვრების დონის ამაღლებას ემსახურება.

აღსანიშნავია, რომ მეწარმეებს ხშირად შესაძლოა არ გქონდეთ საუკეთესო განათლება თუმცა აქვთ ალღო, თუ როგორ უნდა აკეთონ საქმე, ამას სამეწარმეო კომპეტენციას ეძახიან. **სამეწარმეო კომპეტენცია** ნიშნავს იდეების გამოყენებას ღირებულების შესაქმნელად სხვადასხვა სფეროში - ბიზნესში, სოციალურ, ეკოლოგიურ და ციფრულ მიმართულებებში. ის ეხება როგორც ინდივიდებს, ისე ორგანიზაციებს და შესაძლებელია როგორც საჯარო, ისე კერძო და მესამე სექტორში. მეწარმეობა ნებისმიერი დარგისთვის უნივერსალურია - იდეები შეიძლება განხორციელდეს ყველგან, სადაც ღირებულების შექმნაა შესაძლებელი.



აქტივობა 2.2. აღმოაჩინე მეწარმეობა

საძიებო სისტემებით ან ხელოვნური ინტელექტით მოიძიე მეწარმეობის სამი განსხვავებული განმარტება და ჩამოწერე.

წარმატებული ადამიანების თვისებები

ცნობილი ფსიქოლოგის, ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორის, დევიდ მაკ-კლელანდის კვლევები მიღწევის მოტივაციას ეხებოდა. იგი თავის კვლევებთან ერთად კვლევებს სხვადასხვა ქვეყანაში ატარებდა და აინტერესებდა წარმატებული ცხოვრების განმაპირობებელი ფაქტორები. მკვლევარები მივიდნენ დასკვნამდე, რომ არსებობს სრულიად აუცილებელი ისეთი 10 პიროვნული თვისება, რომელიც აქვთ წარმატებულ ადამიანებს, მათ შორის, პირველ რიგში მეწარმეებს, ესენია:

1. საკუთარ ძალებში რწმენა;
2. ახალი შესაძლებლობების ძიება;
3. სიტყვისა და საქმის თანხვედრა და შეთანხმების მიმართ ერთგულება;
4. შეუპოვრობა - მიღებული გადაწყვეტილების მტკიცედ და ზედმიწევნით გატარება;
5. რისკის გაწევის უნარი;
6. საქმის ხარისხიანი კეთება და ზომიერი პერფექციონიზმი;
7. მიზანდასახულობა და მკაფიო მიზნების ქონა;
8. დაგეგმვის უნარი, მონიტორინგი და სტრატეგიული ხედვები;
9. მუდმივი ინფორმაციული განახლება და ინოვაციურობა;
10. თანამოაზრეთა პოვნის, გუნდური მოქმედებისა და სხვათა დარწმუნების უნარი.

ეს გახლავთ ის 10 პიროვნული თვისება, რომელთაგან თუნდაც ერთის არქონა უკვე იწვევს ჩავარდნას. თითოეული მათგანი შეძენადია და ტრენინგების მეშვეობით წვრთნას ექვემდებარება.



აქტივობა 2.3. ვინ მინდა, რომ ვიყო

დაფიქრდით და ჩამოწერეთ - ვინ მინდა, რომ ვიყო ...

10 წლის შემდეგ _____

20 წლის შემდეგ _____

30 წლის შემდეგ _____

გადახედეთ, როგორ დაახასიათეთ თავი, რა ეპითეტები გამოიყენეთ. სომ არ გამოგრჩათ რომელიმე: ბედნიერი, წარმატებული, საქმიანი, უზრუნველყოფილი, მოგზაური სიმპათიური, ლამაზი, პროფესიონალი, კეთილსინდისიერი, კაცთმოყვარე, მზრუნველი და ა.შ. გადახედე ახლიდან და ჩაამატე!!!



ჩაინიშნეთ!

მიზანი ვადის გარეშე = ფანტაზიას

მიზანი + ვადა = ამოცანებს

მიზანი + ვადა + გეგმა = განზრახვა

მიზანი + ვადა + გეგმა + მუდმივი ღვაწლი = წარმატება

პირადი აზრიანი მიზანი + ვადა + გეგმა + მუდმივი ღვაწლი = ასრულება

წარმატებული პიროვნების თვისებების თვითშემუშავება

თუ გსურთ, რომ მეწარმის პიროვნული თვისებები გამოიმუშაოთ, საკუთარ თავს დაუსვით კითხვები. ეს საშუალებას მოგცემთ შექმნათ ფოკუსირებული სიტუაცია, რის საფუძველზეც შეძლებთ უნარ-ჩვევების გამოიმუშავებას და შექმნით შესაძლებლობებს.

პიროვნული ზრდის თვალსაზრისით საკუთარი თავისადმი სწორი კითხვების გამუდმებით დასმას დიდი ძალა აქვს. გთავაზობთ მოკლე ინფორმაციას და, ამავე დროს, კითხვებს, რომლებიც რეგულარულად შეგიძლიათ დაუსვათ საკუთარ თავს, რათა შეიმუშაოთ წარმატების მიღწევისთვის სრულიად აუცილებელი ათივე თვისება.

ქვემოთ მოცემული, კითხვები დღეში ხუთჯერ მაინც უნდა დაუსვათ საკუთარ თავს, ხოლო თქვენი ტვინი, - როგორც უნივერსალური ენერგოინფორმაციული სისტემა და ზემდლავრი კომპიუტერი, - აუცილებლად მოგაწვდით შესაბამის პასუხს სათანადო დროს. ენდეთ თქვენი ტვინის ფარულ შესაძლებლობებს.

1. საკუთარ ძალებში რწმენა

გწამდეს და ენდობოდე საკუთარ შესაძლებლობებს და უნარებს – ფრიად ანგარიშგასაწევი ნიშან-თვისებაა. ამიტომაც, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ გავზარდოთ თვითრწმენის პოტენციალი. ამის კარგი საშუალებაა, რეგულარულად დავუსვათ საკუთარ თავს 2 კითხვა:

1. რამდენად ვენდობი და მწამს ჩემი უნარ-ჩვევებისა და შესაძლებლობების?
2. რა შემთხვევაში გავაკეთო, რათა უფრო მწამდეს საკუთარი თავის, უნარ-ჩვევებისა და შესაძლებლობების?

2. ახალი შესაძლებლობების ძიება

სამყარო სავსეა რესურსებით. შესაძლებლობები განუსაზღვრელია. სამყაროს არა მხოლოდ მიზნებ-შედეგობრიობა ახასიათებს, მას მიზანმიმართულობაც მართავს, ხოლო მიზანდასახულობა წარმატების მიღწევის შინაგანი ფაქტორია. აქედან გამომდინარე, წარმატების მიღწევა სამყაროს საფუძველშივე დევს. მეორეს მხრივ, სამყარო არა მხოლოდ ციკლურია თავის მოძრაობაში, არამედ გაფართოების, განვრცობის, გამრავლებისა და გამრავალფეროვნებისაკენ მიისწრაფვის, რაც საფუძველს უქმნის სიმდიდრეს, სიუხვსა და ბარაქას. თუკი სამყაროს ესოდენ ბუნებრივი თვისება წარმატება და ბარაქაა, მაშინ რატომ არის, რომ კაცობრიობის უმეტესობა სიღარიბის ჭაობში იძირება? რატომ ხდება ასე?

მინდა შემოგთავაზოთ სამყაროსადმი რესურსული ხედვის ჩამოსაყალიბებელი შემდეგი 2 კითხვა:

1. რა ახალი და მნიშვნელოვანი შესაძლებლობები და რესურსები შემთხვევით მოვიძიო საკუთარ თავსა და გარე სამყაროში?
2. რა არის ის რესურსები, რითაც მივაღწევ დასახულ მიზანს?

3. სიტყვისა და საქმის თანხვედრა და შეთანხმების მიმართ ერთგულება

წარმატებული ქმედებების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მომენტი გახლავთ **კონგრუენტულობა** ანუ სიტყვის და საქმის, აზრის და ემოციის შესაბამისობა და თანხვედრა. შრომით საქმიანობასა და ბიზნესში ეს ხელშეკრულების ანუ ნაკისრი ვალდებულების ერთგულებაში გამოიხატება, როცა აღნიშნული დოკუმენტის პუნქტებს შეესაბამება მუშაკის საქმიანობა და ამ საქმიანობის შედეგები.

დაპირებების მიცემა და მათი არშესრულება ან პირობის საწინააღმდეგო ქმედება ძვირად უჯდებათ, მაგალითად, პოლიტიკოსებს. თუკი აზრი ერთს მეტყველებს და ემოცია მის საპირისპიროს, მაშინ ასეთი არაგულწრფელობა და საკუთარ აზრსა და ემოციას შორის წინააღმდეგობა გარკვეულ დისკომფორტსა და შინაგან კონფლიქტს ჰბადებს. თუკი შენი სამსახურებრივი, ან ბიზნეს ქმედება, ან მისი შედეგი ეწინააღმდეგება კონტრაქტში ჩაწერილ პუნქტებს, მაშინ ინტერესთა ან სხვა სახის კონფლიქტი გარდაუვალია, რაც შეიძლება სავალალო შედეგით დამთავრდეს. ყველა ქვეყანასა და კულტურაში პირის გატყუვა უარყოფითად ფასდება. ასე რომ, კონგრუენტულობა და შეთანხმების ერთგულება წარმატების მიღწევის მნიშვნელოვანი საწინდარია.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია, თქვენს თავს რეგულარულად დაუსვათ კითხვები:

1. ყველა დაპირებას ან ხელშკრულების პუნქტს ვასრულებ?
2. ჩემი აზრი შესაბამისობაშია ჩემს გრძნობასთან და ისინი ხომ არ მოდიან ერთმანეთთან წინააღმდეგობაში?
3. როგორ შემიძლია შესაბამისობასა და თანხვედრაში მოვიყვანო სიტყვა საქმესთან, გრძნობა აზრთან, ჩემი ქმედება კონტრაქტის პირობებთან?

4. შეუპოვრობა - მიღებული გადაწყვეტილების მტკიცედ და ზედმიწევნით გატარება

წარმატებული ადამიანები სწრაფად და გადადების გარეშე იღებენ გადაწყვეტილებას, ხოლო შემდეგ, დაუინებითა და დაბეჯითებით ატარებენ მას ცხოვრებაში, ხოლო თუკი ეს გადაწყვეტილება არ ამართლებს, მიზანს უცვლელად ტოვებენ, მხოლოდ მიდგომებსა და მიზანთან მიღწევის გზებს ცვლიან, რომელსაც ისევ მტკიცედ და გულმოდგინედ მიჰყვებიან; წარუმატებელი კი ამის საპირისპიროდ მოიქმედებენ, ანუ ნელა და დიდი მერყეობით იღებენ გადაწყვეტილებას, პირველივე დაბრკოლების აღმოცენებისას იმთავითვე მიატოვებენ არჩეულ მიზანს და გადაერთვებიან სხვა მიზნებზე.

ამიტომაც უპრიანია, რომ საკუთარ თავს რეგულარულად დაუსვათ კითხვები:

1. როგორ შემიძლია შეუპოვრად და მტკიცედ განვახორციელო ჩემი საქმიანობა და მიღებული გადაწყვეტილება, თუკი გარემოდან სულ დაბრკოლებებს ვეჯახები?

5. რისკის გაწევის უნარი

წარმატების თვალსაზრისით ერთნი ელტვიან გარკვეული რისკის ფასად წარმატების მიღწევას, ხოლო მეორენი ცდილობენ, რომ წარუმატებლობა და რისკი რამენაირად აიცილონ თავიდან. წარმატების მიღწევა გონივრულ რისკს ყოველთვის მოიცავს.

ცხოვრება თვითონ არის ერთგვარი რისკი. ბავშვის დაბადებისასაც არ გვაქვს ერთგვარი 100%-იანი გარანტია იმისა, რომ ის გადარჩება. შემდეგაც არაერთი საფრთხეა მოსალოდნელი, ვიღაც უმკლავდება, ვიღაც - ვერ. რადგან სიცოცხლე თვითონაა რისკი, ცხადია ჩვენი ყველანაირი ქმედება შეიცავს მარცხის რისკსაც. ბევრი ადამიანი დღენიდაც მარცხის აცილებაზე ზრუნავს და ამას ცხოვრების მიზნად აქცევს. ამის გამო ის ერთ ადგილს ტკეპნის და წინ ვერ მიდის. მარცხის აცილება კარგია, მაგრამ წინსვლის გარანტი მარცხის აცილება კი არა, გონივრული რისკის გაწევაა.

ამიტომაც ვთავაზობთ საკვანძო კითხვებს, რომლებიც თქვენს თავს შეგიძლიათ

რეგულარულად დაუსვით:

1. რაში მდგომარეობს რისკები მოცემულ მომენტში?
2. რომელი რისკები ჩანს და რომელია ჯერჯერობით დაფარული?
3. რა რისკზე შემოიძლია წავიდეთ? რა იქნება ამ რისკის გაწევის შედეგები?

6. საქმის ხარისხიანი კეთება და ზომიერი პერფექციონიზმი

ყველაფერი, რასაც ჩვენ ბიზნესში მოვიმოქმედებთ, მოითხოვს ეფექტურობასა და ხარისხს. ჩვენი ნამუშევარი და პროდუქტი იქნება ის, თუ სხვათა მომსახურება, საუბარი და კომუნიკაცია, სწავლა თუ შრომა, კვება თუ დილის ვარჯიში, თავის მოვლა თუ მოგზაურობა და გართობა, ინტიმური ურთიერთობა თუ შვილების აღზრდა - ყველაფერი მოითხოვს ხარისხიანად შესრულებას. უსარგებლო და უვარგისი რამ, როგორც ჩვენ, ისე სხვასაც ზიანს აყენებს.

წარმატებული ადამიანი მუდმივად ცდილობს სტანდარტებისა და ხარისხის გაზრდას თავის საქმიანობასა და პირად ცხოვრებაში. ამ თვალსაზრისით ფრიად სასარგებლოა ხარისხიანობისკენ სწრაფვის უნარ-ჩვევის წვრთნა, რაც შემდეგი კითხვების დასმას გულისხმობს საკუთარი თავის მიმართ:

1. როგორ შემოიძლია გავაუმჯობესო ჩემი საქმიანობის შედეგები და ხარისხი?
2. როგორ შემოიძლია ეფექტურობის ზრდა, რა არის ასეთი ზრდის საშუალება და რესურსი?

7. მიზანდასახულობა და მკაფიო მიზნების ქონა

მიზანდასახულობა წარმატების ცენტრალური ნიშან-თვისებაა.

მიზნის დასახვა გულისხმობს მომავალისკენ სვლას, მაგრამ ეს მომავალი შეიძლება იყოს ახლომყოფი და მოკლევადიანი, საშუალო დროითი ხანგრძლივობის ან გრძელვადიანი. ამას გარდა, მნიშვნელოვანია, რომ დასახული მიზანი იყოს კონკრეტული და არა - აბსტრაქტული, მკაფიო და არა - ბუნდოვანი, რეალისტური და არა - რეალობას მოკლებული. ფსიქოლოგიურ ნაშრომებში უკვე ტრივიალურია იმ ფაქტის გახსენება, რომ მე-20 საუკუნის 50-იან წლებში, ჩიკაგოს ერთ-ერთ კოლეჯში სტუდენტებს დაურიგეს კითხვარები, სადაც უნდა ჩამოეწერათ მოკლევადიანი, საშუალოვადიანი და გრძელვადიანი მიზნები. ამავე დროს, ეს შევსებული კითხვარები ფასდებოდა იმის მიხედვით, თუ რაოდენ მკაფიო ან ბუნდოვანი, კონკრეტული ან აბსტრაქტული იყო სტუდენტთა მიზნები. სტუდენტთა მიერ შევსებული კითხვარების დამუშავების შედეგად გადაირჩა ის ნამუშევრები, რომლებშიც მოკლევადიანი, საშუალოვადიანი და გრძელვადიანი მიზნები უკლებლივ იყო ჩამოთვლილი და თანაც, ეს მიზნები გამოირჩეოდა მკაფიოობითა და კონკრეტულობით. ამ თვისებებით ხასიათდებოდა სტუდენტთა ნამუშევრების მხოლოდ 5%. ყველა ნამუშევარი შეინახეს სეიფში. 10 წლის შემდეგ ყველა კურსდამთავრებულს დაურიგეს და დაუსვეს შემდეგი კითხვა: „რამდენი გაქვთ წლიური შემოსავალი დოლარებში?“. აღმოჩნდა, რომ ყოფილ სტუდენტთა იმ 5%-ის შემოსავლები, რომელთა ნამუშევრებიც ხასიათდებოდა მკაფიოობისა და კონკრეტულობის მაღალი ხარისხით და მოკლევადიანი, საშუალოვადიანი, გრძელვადიანი მიზნების მკაფიოდ მოხსენიებით, აღემატებოდა ერთად აღებული იმ დანარჩენი ყოფილი სტუდენტების 95%-ის შემოსავლებს, რომელთა ნამუშევარი ხარვეზებს შეიცავდა. აქედან გამომდინარე, გაკეთდა დასკვნა, თუ რა დიდი ძალა და მნიშვნელობა აქვს ადამიანთა წინსვლაში მიზანდასახულობას.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, რეგულარულად დაუსვით საკუთარ თავს შემდეგი

კითხვები:

1. რა არის ჩემი მოკლევადიანი და საშუალოვადიანი მიზნები?
2. რა არის ჩემი გრძელვადიანი მიზნები?
3. რომელი მიზნებია ჩემთვის პრიორიტეტული?
4. რამდენად კონკრეტული და მკაფიოა ისინი?
5. როგორ მივაღწიო ამ მიზნებს, რა არის ამ მიზანთა მიღწევის საშუალებები და რესურსები, გზები და ნაბიჯები?

8. დაგეგმვის უნარი, მონიტორინგი და სტრატეგიული ხედვები

ბიზნესში წარმატებული ადამიანები ყოველთვის გეგმავენ, აკვირდებიან და აფასებენ როგორც მიმდინარე საქმიანობას, ისე გრძელვადიან პერსპექტივებს. მათთვის დამახასიათებელია სტრატეგიული ხედვები და ტაქტიკური სვლების წინასწარ განჭვრეტის უნარი. ისინი ცხოვრობენ გარემო ფაქტორებისა და საკუთარი ქმედებების მუდმივი მონიტორინგის რეჟიმში.

დაგეგმვა ხორციელდება მონიტორინგის საფუძველზე, მაგრამ თვითონ მონიტორინგიც იგეგმება. დაგეგმვას ექვემდებარება მიმდინარე საქმიანობები, ყოველდღიური ცხოვრება და ამავე დროს, გრძელვადიანი პერიოდები (სამწლიანი, ხუთწლიანი, ათწლიანი პერიოდები). იმავდროულად, გეგმის გრაფიკი ყოველთვის შეიცავს მოქნილობის კომპონენტს, გეგმაში ყოველთვის შედის კორექტივები. იგეგმება დღე, კვირა, თვე, წელიწადი, წლები. გეგმები, როგორც წესი, გაწერილია. ასე ხდება მდგრადი განვითარების პირობების შექმნა.

დაგეგმვისა და მონიტორინგის მიმართულებით საკუთარ თავს შეიძლება დავუსვათ შემდეგი ორი კითხვა:

1. როგორ დაგეგმო მიმდინარე და გრძელვადიანი საქმიანობა?
 2. როგორ ვაწარმოო ჩემი საქმიანობის წარმატებულობის მონიტორინგი და შეფასება?
- თუ მართლა გსურთ, რომ მიღწევების რეჟიმში იცხოვროთ, დასვით ეს კითხვები რეგულარულად.

9. მუდმივი ინფორმაციული განახლება და ინოვაციები

ჩვენ ვცხოვრობთ ინფორმაციულ ეპოქაში. ინფორმაცია მთავარი კაპიტალია. დღეს წამყვანია ცოდნის ეკონომიკა. ინფორმაციის მუდმივი განახლება, მოძიება და ინოვაციური მიდგომები წარმატების მიღწევის აუცილებელი ფაქტორებია ჩვენს ეპოქაში. ინფორმაციულად სამყარო გამუდმებით იცვლება. ჩვენ უსწრაფესად ცვალებად სამყაროში ვცხოვრობთ. სამყარო აჩქარდა. ეს აჩქარება ინფორმაციის განახლების და გავრცელების ტემპების ზრდამ განაპირობა. თუ დღეს მოწინავე ხარ, ხვალ შეიძლება მაჩანჩალა გახდეს, თუკი ინფორმაციულად წინ არ წახვედი. საჭიროა ფლობდე არა მხოლოდ ინფორმაციის სწრაფი მოძიების ხერხებს, არამედ გქონდეს მათი საიმედოდ შენახვისა და ეფექტური სტრუქტურირების უნარ-ჩვევებიც.

ინფორმაციული განახლების უნარ-ჩვევების გამოსამუშავებლად რეგულარულად დაუსვით საკუთარ თავს შემდეგი კითხვები:

1. როგორ მოვამარაგო საკუთარი თავი ახალი ინფორმაციით?
2. რა სიახლეებია სადღეისოდ ჩემს სფეროში? რა არის ინფორმაციის საუკეთესო წყარო ამ სფეროში?
3. როგორ უნდა მართო ინფორმაციის ნაკადები, რათა დრო არ გამეფლანგოს?

10. თანამოაზრეთა პოვნის, გუნდური მოქმედებისა და სხვათა დარწმუნების

უნარი

თანამოაზრეთა გუნდის ყოლა წარმატების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. ადამიანთა დარწმუნება და მოტივირება, ქსელების შექმნა და ეფექტური კომუნიკაცია წინსვლისა და მიღწევების აუცილებელი პირობაა. ესაა ლიდერობის უნარი.

თანამოაზრეთა გუნდის შეკვრას თავისი წესები და ტექნიკები აქვს. მისი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია ფუნქციონირება სწორი გადანაწილება და პასუხისმგებლობების დელეგირება. მნიშვნელოვანია, რომ ადამიანს უყურო არა როგორც პასიურ შემსრულებელს, არამედ როგორც აქტიურ ლიდერს. სხვათა დარწმუნების უნარ-ჩვევა ეფექტური კომუნიკაციის ტექნიკების ფლობას ეფუძნება. ეფექტური კომუნიკაციისა და სხვათა დარწმუნების ტექნიკების ძირითადი პრინციპები შემდეგია: 1) სხვის დარწმუნებას შეეცადე მხოლოდ იმაში, რისიც შენ თვითონ ნამდვილად გწამს; 2) კომუნიკაციისას, ჯერ აეწყვე შენთან ურთიერთობაში მყოფი ადამიანის ღირებულებებს, მიზნებს, ლექსიკას, შეხედულებებს, ფსიქოფიზიოლოგიურ მდგომარეობას და მხოლოდ ამის შემდეგ მიაწოდე მას ის ინფორმაცია და არგუმენტები, რაშიც ვსურს, რომ იგი დაარწმუნო.

რეგულარულად დაუსვით თქვენს თავს შემდეგი კითხვები:

1. როგორ დავარწმუნო ადამიანები, როგორ მოვახდინო მათზე გავლენა და როგორ შევქმნა თანამოაზრეთა გუნდი?
2. როგორ გავაფართოვო თანამოაზრეთა ქსელები?

გასაგებია, რომ თქვენ ვერ შეძლებთ ერთ დღეში საკუთარი თავის მიმართ ხშირად იმეორით აქ ჩამოთვლილი კითხვები. ამიტომ, არსებობს გაცილებით მარტივი და დროში გაწერილი გზა: ყოველდღე, მორიგეობით, აქ მითითებული 10 პიროვნული თვისებიდან, პირველ დღეს აიღეთ პირველი თვისება და გაიმეორეთ მისთვის შესაბამისი კითხვები ამ დღეს ხუთჯერ; ამის შემდეგ, მეორე დღეს აიღეთ მე-2 თვისება და მისი შესაბამისი კითხვები დასვით ასევე ხუთჯერ. ასე განაგრძეთ მე-10 დღის ჩათვლით, თითო პიროვნული თვისების მიმართ, დღეში მინიმუმ ხუთჯერ; 10 დღის შემდეგ ისევ გაიმეორეთ კითხვების დასმის 10-დღიანი ციკლი დღეში ხუთჯერ. ამ საქმეში თქვენი გაჯეტი დაგეხმარებათ, დააყენეთ ავტომატური შეხსენებები ან მესიჯები და რამდენიმე თვის შემდეგ, ნახავთ, რომ თქვენი საქმეები უკეთ მიდის. რატომ? მარტივი მიზეზი ისაა, რომ ჩამოთვლილი კითხვების რეგულარული დასმით თქვენ აყალიბებთ და აღვიძებთ შესაბამის პოზიტიურ განწყობას, რათა იმოქმედოთ წარმატების გამომწვევი პიროვნული თვისების შესაბამისად. ეს კი ძალზე მნიშვნელოვანია. აქაც მუშაობს კანონზომიერება: რაზეც ფოკუსირებული ხარ, ისეთი ხდები.

მოდით შევაჯამოთ. ათი მნიშვნელოვანი თვისების გამომუშავებისთვის განკუთვნილი კითხვები, რომელიც საკუთარ თავს უნდა დავუსვათ, შემდეგია:

1. რამდენად ვენდობი და მწამს ჩემი უნარ-ჩვევების და შესაძლებლობების? რა შემთხვევაში გავაკეთო, რათა უფრო მწამდეს საკუთარი თავის, უნარ-ჩვევების და შესაძლებლობების?
2. რა ახალი და მნიშვნელოვანი შესაძლებლობები და რესურსები შემთხვევით მოვიძიო საკუთარ თავსა და გარე სამყაროში? რა არის ის რესურსები, რითაც მივაღწევ დასახულ მიზანს?
3. ყველა დაპირებას ან ხელშეკრულებას პუნქტს ვასრულებ? ჩემი აზრი შესაბამისობაშია

ჩემს გრძნობასთან და ისინი ხომ არ მოდიან ერთმანეთთან წინააღმდეგობაში? როგორ შემიძლია შესაბამისობა და თანხვედრაში მოვიყვანო სიტყვა საქმესთან, გრძნობა აზრთან, ჩემი ქმედება კონტრაქტის პირობებთან?

4. როგორ შემიძლია შეუპოვრად, დაბეჯითებით და მტკიცედ განვახორციელო ჩემი საქმიანობა და მიღებული გადაწყვეტილება, თუკი გარემოდან სულ დაბრკოლებებს ვეჯახები?
5. რაში მდგომარეობს რისკები მოცემულ მომენტში? რომელი რისკები ჩანს და რომელია ჯერჯერობით დაფარული? რა რისკზე შემიძლია წავიდე? რა იქნება ამ რისკის გაწვევის შედეგები?
6. როგორ შემიძლია გავაუმჯობესო ჩემი საქმიანობის შედეგები და ხარისხი? როგორ შემიძლია ეფექტურობის ზრდა, რა არის ასეთი ზრდის საშუალება და რესურსი?
7. რა არის ჩემი მოკლევადიანი და საშუალოვადიანი მიზნები? რა არის ჩემი გრძელვადიანი მიზნები? რომელი მიზნებია ჩემთვის პრიორიტეტული? რამდენად კონკრეტული და მკაფიოა ისინი? როგორ მივაღწიო ამ მიზნებს, რა არის ამ მიზანთა მიღწევის საშუალებები და რესურსები, გზები და ნაბიჯები?
8. როგორ დავგეგმო მიმდინარე და გრძელვადიანი საქმიანობა? როგორ ვაწარმოო ჩემი საქმიანობის წარმატებულობის მონიტორინგი და შეფასება?
9. როგორ მოვამარაგო საკუთარი თავი ახალი ინფორმაციით? რა სიახლეებია ჩემს სფეროში? რა არის ინფორმაციის საუკეთესო წყარო ამ სფეროში? როგორ უნდა ვმართო ინფორმაციის ნაკადები, რათა დრო არ გამეფლანგოს?
10. როგორ დავარწმუნო ადამიანები, როგორ მოვახდინო მათზე გავლენა და როგორ შევქმნა თანამოაზრეთა გუნდი? როგორ გავაფართოვო თანამოაზრეთა ქსელები?



აქტივობა 2.4. მეწარმე ჩემში

უპასუხეთ ქვემოთ მოცემულ კითხვებს:

1. რა მიყვარს ყველაფერზე მეტად? რა არის ჩემთვის შეუძლებელი?

2. რა მახასიათებს მე? რა არ მახასიათებს?

3. რა არის ჩემი ნიჭი, უნარ-ჩვევები, ბუნების საჩუქარი?

4. როგორი მინდა, რომ იყოს ჩემი ყოველი დღე? რას უნდა შეიცავდეს იგი? რა უნდა გამოირიცხოს და რას არ უნდა შეიცავდეს იგი?



5. მეტწილად რას ვუთმობ დროს? მომწონს თუ არა ის, რასაც ვაკეთებ?

6. როგორ მიცნობენ და მიყურებენ სხვები? რას ამბობენ ჩემზე ადამიანები?

7. ბოლო დროს როდის გავწიე რისკი? რას ვგრძნობდი ამ დროს?



ვინ არის წარმატებული მეწარმე

წარმატებული მეწარმისთვის დამახასიათებელია შემდეგი:

- წარმატებულმა მეწარმემ იცის, რა სურს ცხოვრებაში, იგი გარკვეულია თავის ნამდვილ სურვილებში, ჩამოყალიბებული აქვს პრიორიტეტები;
- წარმატებული მეწარმე მიზანდასახულია და მას აქვს მკაფიო მიზნების სისტემა, რომელთაგან ნაწილი გრძელვადიანი, ხოლო ზოგიც მოკლევადიანი და ახლომყოფია. საერთოდ, წარმატება შეიძლება განვსაზღვროთ, როგორც მიზანმიმართული საქმიანობა, როცა ადამიანი თვითონ ისახავს რაიმე მიზანს და თავად აღწევს მას.
- წარმატებული მეწარმე გრძნობს და მიჰყვება იმ მისიას და დანიშნულებას, რაც მას აკისრია ცხოვრებაში. დღეს ბევრს წერენ მისიაზე დაფუძნებულ ბიზნესზე, როგორც გაცილებით მდგრად და სიცოცხლისუნარიან საქმიანობაზე, ვიდრე მხოლოდ მოგებაზე და სარგებელზე ორიენტირებულ ბიზნესზე.
- წარმატებული მეწარმის ძირითადი დაშვებაა, რომ სრულიად შესაძლებელი და რეალურია იმ ბიზნესის წამოწყება და წარმატებით განხორციელება, რომელიც მეწარმემ დაისახა მიზნად.
- წარმატებულ მეწარმეს სწამს, რომ არა მხოლოდ შესაძლებელია საკუთარი ბიზნესის განხორციელება, არამედ ამის გარდა პირადად მას დანამდვილებით შეუძლია, წარმატებით გაართვას თავი საქმიანობას.
- მას სწამს, რომ ნამდვილად ღირსია და იმსახურებს იმას, რომ დასახულ მიზანს მიაღწიოს.
- წარმატებული მეწარმე დარწმუნებულია, რომ მისი ბიზნესი არათუ ზიანს არ მიაყენებს პირადად მას და, ამავე დროს, სხვა პირებს, არამედ იგი დიდი სარგებლის მომტანიცაა.

ამგვარად, წარმატებული მეწარმის არსისა და მოტივაციის ფორმულაა: ვიცი, რა მინდა; მაქვს მკაფიო მიზნები; მაქვს მისიის შეგრძნება; მწამს, რომ ნებისმიერი ბიზნესის „აშენება“ შესაძლებელია; მწამს, რომ მე პირადად შევძლებ; ვიმსახურებ, ავაგო ბიზნესი; და ჩემი ბიზნესი სასარგებლო იქნება ადამიანებისთვის.

პიროვნება და მისი ღირებულებები

ღირებულებები – ადამიანის ცხოვრების ხერხემალია. ისინი განსაზღვრავენ, თუ რა არის ჩვენთვის ძვირფასი და ფასეული, რას აქვს ჩვენს ცხოვრებაში განსაკუთრებულად დიდი მნიშვნელობა, რა არის ცხოვრების საზრისი. ღირებულებები არა მხოლოდ ფიქრი, აზრები და წარმოდგენებია იმის შესახებ, თუ რას ვანიჭებთ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას, არამედ, ამავე დროს, ის ემოციები და გრძნობებია, რაც გვიზიდავს, რისკენაც მივისწრაფვით და გვანიჭებს სიამოვნებას, ან კიდევ, რაც აგვარიდებს საფრთხესა და უსიამოვნებას.

ამ ემოციებიდან გამომდინარე, ღირებულებები ორ დიდ ჯგუფად იყოფა:

1) ღირებულებები, რომლებიც გამოხატავენ რაღაცისკენ სწრაფვასა და მიზიდულობას – სიყვარულისკენ, თავისუფლებისკენ, სამართლიანობისკენ, მშვიდობისკენ, სიამოვნებისკენ, კეთილდღეობისკენ, სიმდიდრისკენ, მეგობრობისკენ, ოჯახური სიამტკბილობისკენ, გამრავლებისკენ, ბუნების სილამაზით ტკბობისკენ და სხვა;

2) ღირებულებები, რომლებიც გამოხატავენ საფრთხისგან, უსიამოვნებისგან, ტკივილისგან თავის არიდებას, როგორცაა უსაფრთხოება, მარცხის არიდება („არ ჩავიჭრა“), არ დამიწუნონ ან არ გამაკრიტიკონ, ან არ გამკიცხონ, არ დავრჩე უგულვებელყოფილი, არ უარმყონ, არ გამიბრაზდნენ, არ გამიცრუვდეს იმედი და არ მივეცე სასოწარკვეთას, არ დავრჩე მარტო, არ მქონდეს დეპრესია, არ დამამცირონ, არ დამადანაშაულონ, ვგრძნობდე დაზღვეულობას, დაცულობას, უსაფრთხოებას და სხვა. მეორეს მხრივ, გამოჰყოფენ აბსოლუტურ, ანუ თავისთავად ღირებულებებსა და ინსტრუმენტალურ ღირებულებებს. აბსოლუტურია ის ღირებულება, რაც თავისთავად არის უაღრესად მნიშვნელოვანი და იგი თქვენთვის ფასობს იმდენად, რამდენადაც თავად არის მეტად ღირებული, იმისდა მიუხედავად, თუ რა კავშირშია მასთან სხვა ღირებულებები.

მაგალითად, თავისუფლება შეიძლება თქვენთვის იყოს თავისთავადი ანუ აბსოლუტური ღირებულება, რისკენაც იმიტომ ისწრაფვით, რომ საკუთრივ იგია თქვენთვის საბოლოოდ ძალზედ მნიშვნელოვანი. ინსტრუმენტულია (ფარდობითია) ის ღირებულება, რომელსაც თავისთავად კი არა აქვს განსაკუთრებული მნიშვნელობა თქვენთვის, არამედ იმდენად არის ფასეული, რამდენადაც სხვა ღირებულებების რეალიზაციას უწყობს ხელს. მაგალითად, ფული თქვენთვის შეიძლება იყოს ინსტრუმენტული ღირებულება, რადგან იგი საშუალებაა, რომ უფრო მეტად განხორციელდეს თავისუფლებისკენ, როგორც აბსოლუტური ღირებულებისკენ, სწრაფვა. ამდენად, ამ შემთხვევაში თავისუფლება აბსოლუტური ღირებულებაა, რომლის მიღწევისთვისაც, როგორც საშუალება, თქვენთვის მნიშვნელოვანია ფულის კეთება და, ამდენად, ფული ინსტრუმენტული (ფარდობითი) ღირებულებაა ამ კონტექსტში. მაგრამ ცხოვრებაში შეიძლება შეგხვდეთ ისეთი ადამიანიც, რომლისთვისაც საბოლოო მიზანი ფულის კეთებაა, ხოლო თავისუფლებისკენ სწრაფვა და თავისუფალი ქცევა მისთვის შეიძლება იყოს ფულის კეთებისთვის საშუალება და ამდენად, ინსტრუმენტული ღირებულება. აქედან გამომდინარე, ესა თუ ის ღირებულება აბსოლუტურია, თუ ფარდობითია (ინსტრუმენტულია) დამოკიდებულია იმაზეც, თუ თვითონ ინდივიდი რას ანიჭებს აბსოლუტურ ან ფარდობით მნიშვნელობას. ღირებულებები კომპასის როლს ასრულებენ ცხოვრებაში და ისინი განაპირობებენ ჩვენს არჩევანს და გადაწყვეტილებებს. ამიტომაც, ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს როგორც საკუთარ ღირებულებებში გარკვევას, ისე ღირებულებების მყარად ჩამოყალიბებას, რათა მან განაპირობოს წარმატება ბიზნესში.

აქტივობა 2.5. პიროვნება და მისი ღირებულებები.

ჩამოთვალე რამდენიმე ანდაზა ან მაქსიმა პიროვნების ღირებულებებზე.

აქტივობა 2.6. ინდივიდუალური ღირებულებების შეფასება

ინდივიდუალური ღირებულებების ცხრილი შეავსეთ შემდეგნაირად: შეაფასეთ თითოეული ჩამოთვლილი პიროვნული ღირებულება

სვეტი ა: განსაზღვრეთ, თუ რა ხარისხით ფლობთ ჩამოთვლილ ცხოვრებისეულ ღირებულებებს. გამოიყენეთ გაზომვის შემდეგი ერთეულები:

- 0. _ ნულოვანად
- 1. _ ძალიან უმნიშვნელოდ / ცოტათი
- 2. _ უმნიშვნელოდ / ცოტათი
- 3. _ გარკვეულწილად, საშუალოდ
- 4. _ მნიშვნელოვნად
- 5. _ ძალიან დიდი ზომით

სვეტი ბ: განსაზღვრეთ, რას იგრძნობდით, თუკი გაცილებით ნაკლები ხარისხით გექნებოდათ ჩამოთვლილი ცხოვრებისეული ღირებულებები, ვიდრე თქვენ ეს გაქვთ რეალურად?

- 0. _ სულერთია
- 1. _ ერთგვარი იმედგაცრუება
- 2. _ მოწყენილობა
- 3. _ დათრგუნულობა
- 4. _ საშინელება
- 5. _ სრული კატასტროფა

სვეტი გ: განსაზღვრეთ, რას იგრძნობდით, თუკი გაცილებით მეტი ხარისხით გექნებოდათ ჩამოთვლილი ცხოვრებისეული ღირებულებები, ვიდრე თქვენ ეს გაქვთ რეალურად?

- 0. _ სულერთია
- 1. _ კმაყოფილება
- 2. _ სიხარული
- 3. _ აღფრთოვანება
- 4. _ აღტყინება, ზეიმი
- 5. _ დიდი ბედნიერება

სვეტი დ: შეაჯამეთ ა, ბ და გ სვეტების რიცხვები და ჩაწერეთ მიღებული შედეგები დ სვეტში. მიღებული ჯამი გამოხატავს, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენთვის თითოეული პიროვნული ცხოვრებისეული ღირებულება.

#	ინდივიდუალური ღირებულებები	ა	ბ	გ	დ
1	სრულყოფისკენ, ოსტატობისკენ სვლის მიდრეკილება და ღვაწლი/შრომა				
2	პიროვნული ზრდა და განვითარება				
3	ახალი, რთული, მაგრამ საინტერესო გამოცდილება				
4	მიჯაჭვეულობა, მჭიდრო ურთიერთობები სხვა ადამიანებთან				
5	ავტორიტეტი, სხვა ადამიანებზე გავლენა				
6	სხვა ადამიანებთან თანამშრომლობა, მჭიდრო სამსახურებრივი ურთიერთობები				
7	ნოვატორობა, თვითგამოხატვა				
8	ეკონომიკური უსაფრთხოება				
9	ოჯახური ბედნიერება				
10	თავისუფლება, დამოუკიდებლობა				
11	თვითრეალიზაცია, ტალანტისა და საკუთარი მისიის განხორციელება				
12	უკვდავება (შვილებში საკუთარი თავის გაგრძელება, დიდი საქმეების კეთება ან შრომების და ნაწარმოებების შექმნა მომავალი თაობებისთვის)				
13	შინაგანი ჰარმონია				
14	საკუთარ “ფესვებთან” კუთვნილების განცდა				
15	ფულის კეთება, სიმდიდრის დაგროვება				
16	სიმშვიდე, მოწესრიგებულობა, სტაბილურობა				
17	ფიზიკური ჯანმრთელობა, უსაფრთხოება და კომფორტი				
18	კმაყოფილება, გართობა, მხიარულება				
19	პასუხისმგებლობა, მნიშვნელოვანი შედეგების მიღწევა				
20	თვითპატივისცემა, სიამაყე, პიროვნული მნიშვნელობის შეგრძნება				
21	საზოგადოების სამსახურში ყოფნა, ადამიანებისთვის დახმარების გაწევა, საზოგადოებაში ტრიალი				
22	მაღალი სტატუსის ქონა, ანუ ადამიანთა მხრიდან აღიარება და დაფასება				
23	სხვებთან გამართულ შეჯიბრში გამარჯვება				



აქტივობა 2.7. რამდენად ორგანიზებული ხართ

ახლა კი, გაიარეთ თვითშეფასება, რათა დაადგინოთ - რა მიმართულებით უნდა იმუშაოთ საკუთარ თავზე!

1. ქვემოთ ჩამოთვლილი ვარიანტებიდან, რომელი თვისებები შეგესაბამებათ ყველაზე მეტად, რომლითაც მეგობარი დაგახასიათებდათ?

- A. მოწესრიგებული, მიზანმიმართული და დამხმარე;
- B. შემოქმედებითი, უნიკალური და არტისტიკული;
- C. მშვიდი, გულმოდგინე და ჩაფიქრებული.

2. თქვენ რომ არჩევანი გქონდეთ, რომელი აქტივობის შესრულებას ისურვებდით სასკოლო არდადეგების დროს?

- A. სპორტულ თამაშს, დებატებში მონაწილეობას ან სკოლის საბჭოს წარმომადგენლად ყოფნას;
- B. რეპეტიციებს სკოლის პიესისთვის, გუნდისთვის, ორკესტრისთვის ან სკოლის გაზეთზე მუშაობას;
- C. ჭადრაკის კლუბში, კომპიუტერების ოთახში ან ბიბლიოთეკაში ყოფნას.

3. თქვენი იდეალური ჩაცმის სტილი არის:

- A. დიზაინერული - მოგწონთ, იყოთ ბრენდის, მოდის მიმდევარი და, როგორც წესი, ხართ პირველი თქვენს გარემოცვაში, რომელიც იცვამს ბოლო ტენდენციის მიხედვით;
- B. უცხო თვალისთვის გამორჩეული - შეგიძლიათ სწრაფად იპოვოთ ფასდაკლებები მაღაზიებში, ბაზრობებზე და ხშირად გადააკეთოთ თქვენი ტანსაცმელი;
- C. ფასდაკლებებზე მონადირე - თქვენ შეგიძლიათ კარგი ვაჭრობა, როდესაც აანალიზებთ სიტუაციას, მზად ხართ, რომ მოიცადოთ. საყიდლებზე უმეტესწილად ფასდაკლებების დროს დადიხართ და თქვენს ამხანაგებს აქვთ მოლოდინი, რომ მთელ ჩამოფასებულ საქონელს თქვენ შეიძენთ. ვიდრე იყიდით ჯინსს, ამოწმებთ სომ არ შეგიძლიათ სადმე მისი უფრო იაფად ყიდვა.

4. თქვენი მეგობრის დაბადების დღეა. თქვენ:

- A. გეგმავთ მისთვის სიურპრიზებს, აორგანიზებთ წვეულებას ან კრებთ ყველა მეგობარს, რათა ერთად უყიდოთ რაღაც, რაც ნამდვილად სურს იუბილარს;
- B. თქვენ თვითონ ამზადებთ საჩუქარს - გსურსთ, იუბილარს ჰქონდეს რაღაც ისეთი, რის გაკეთებაზეც დახარჯავთ დროს (იმ შემთხვევაში, თუ არ გაქვთ ფული, რომ უყიდოთ ის, რაც მას ნამდვილად სურს);
- C. ყიდულობთ საუკეთესო საჩუქარს - თქვენ მუშაობთ კვირების განმავლობაში და აგროვებთ თანხას, რათა უყიდოთ ის, რაც იუბილარს სურს.

5. ჩვეულებრივ, როგორ გამოიყურება თქვენი საძინებელი ოთახი?

- A. თითქოს არორგანიზებულია, მაგრამ თქვენ იცით, თუ სად რა დევს;
- B. სრული არეულობაა, ტანსაცმელი, CD დისკები და წიგნები აწყვია ყველგან;
- C. სუფთაა, ყველაფერი მოვლილი და მოწესრიგებულია.

6. ქვემოთ ჩამოთვლილი სასწავლო საგნებიდან/გაკვეთილებიდან რომელი გირჩევნიათ?

- A. ისტორია, ინგლისური და თეატრალური წრე;
- B. ხელოვნება, მუსიკა და დიზაინი;
- C. მეცნიერება, მათემატიკა ან კომპიუტერული ტექნოლოგიები.

7. რამ შეიძლება ყველაზე მეტად გაანაწყენოს მეგობარი თქვენზე?

- A. გაბრაზებულმა ზოგჯერ შეიძლება ხმამაღლა ისაუბროთ;
- B. ხშირად ოცნებობთ და მოგდით გიჟური იდეები, რის გამოც შეიძლება იყოს არაორგანიზებული და მერყევი;
- C. ხშირად ხდებით მომთხოვნი და იდეალისტი.

8. შობას ახალი მობილური ტელეფონი გაჩუქეს. თქვენ:

- A. წაიკითხავთ ინსტრუქციას, სიხარულით დაიწყებთ ხტუნვას და შემდეგ ტელეფონის დაპროგრამებას;
- B. დააიგნორებთ ინსტრუქციას, პირდაპირ დაიწყებთ ტელეფონის ფუნქციებში შესვლას და თქვენით ეცდებით მის ამუშავებას;
- C. თანდათან წაიკითხავთ ინსტრუქციას ტელეფონის დაპროგრამებამდე.



აქტივობა 2.8. გაქვთ თუ არა მეწარმეობის უნარი?

მეწარმეებს განსაზღვრული, მათთვის დამახასიათებელი თვისებები აქვთ. ქვემოთ მოცემული ტესტით გაიგებთ, გაქვთ თუ არა ისეთი პიროვნული თვისებები, რომლებიც დაგეხმარებათ, რომ გახდეთ წარმატებული მეწარმე. წაიკითხეთ ქვემოთ მოცემული სარეიტინგო შკალის კითხვები.

შეაფასეთ საკუთარი თავი და შეაჯამეთ ციფრები.

მოქმედების დასაწყებად სხვისი თქმა არ მჭირდება	1. ხართ თუ არა ინიციატივიანი? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	მოქმედებას არასდროს ვიწყებ, სანამ იძულებული არ გავხდები
ძალიან	2. გიყვართ ხალხთან ურთიერთობა? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	სრულებითაც არა
ძალიან ხშირად ვიღებ ხელმძღვანელობას საკუთარ თავზე და საქმე ბოლომდე მიმყავს	3. შეგიძლიათ ლიდერობა? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	ჩვეულებრივ, სხვას ვუთმობ ლიდერობას
პროექტის დაწყებამდე ყოველთვის ვადგენ გეგმას	4. კარგი ორგანიზატორი ხართ? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	ვმოქმედებ მოვლენათა განვითარების მიხედვით
მიყვარს ბევრი და დაძაბული მუშაობა	5. კარგი მუშაკი ხართ? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	ბევრი და დაძაბული შრომა დროის ფუჭი კარგვაა
სწრაფად შემიძლია შესაბამისი გადაწყვეტილებების მიღება	6. შეგიძლიათ გადაწყვეტილებათა მიღება? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	გადაწყვეტილებათა მიღებას თავს ვარიდებ; მეშინია შეცდომების დაშვების
ვერაფერი შემაჩერებს	7. შეგიძლიათ კონკრეტულ საქმეზე კონცენტრირება? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	თუ საქმე არ ეწყობა, თავს ვანებებ
მიყვარს გარისკვა	8. რა აზრის ხართ რისკის გაწევაზე? 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	სიფრთხილეს ვამჯობინებ

აქტივობა 2.9. ჩემი პირველი CV!

თქვენ მალე სამეწარმეო საქმიანობაში ჩაერთვებით, კომპანიას დააარსებთ და კომპანიის პრეზიდენტის წევრობაზე ან მინიმუმ აქციონერობაზე უნდა გააკეთოთ განაცხადი. ამიტომ დროა, თადარიგი დაიჭიროთ.

მოამზადეთ თქვენი პირველი CV მაგალითის მიხედვით!

განათლება

სსიპ ე. თბილისის N175
საჯარო სკოლა

გამოცდილება

კონსულტანტი
უბნის მალაზია

- მომხმარებლების მომსახურება

ჩაის მკრეფავი
ჩაის პლანტაცია

- ჩაის დაკრეფა და დასაწყობება
(სეზონური სამუშაო)

მოხალისე
მოხუცთა თავშესაფარი

- ბენეფიციარებისთვის საკვების
დარიგება

უნარები

Microsoft Word
Canva
Internet

**მარიამ
ფარქოსაძე**

ჩემ შესახებ

ვარ პასუხისმგებელი, თავდაჯერებული და განვითარებაზე ორიენტირებული ახალგაზრდა.

საკონტაქტო

+995 558 11 60 64

mariam@jag.ge



სახელი და გვარი

ჩემ შესახებ

საკონტაქტო



განათლება

გამოცდილება

უნარები





ჩემი სამეწარმეო იდეების წიგნაკი



სხვადასხვა აქტივობების დროს, თუ რაიმე იდეა მოგაფიქრდათ, გაიგონეთ ან უბრალოდ მოგეწონათ აქ მონიშნეთ.





შეჯამება

რა ვისწავლე?

რა კითხვები მაქვს?

კიდევ რა უნდა ვისწავლო?



თავი III. ორგანიზაცია, მეწარმეობა და მმართველთა გუნდი

ორგანიზაცია არის ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც მუშაობს საერთო მიზნებისა და ამოცანების მისაღწევად. ის შესაძლებელია იყოს განსხვავებული სახის, როგორცაა, მაგალითად, კომერციული, არაკომერციული, სამთავრობო და სხვ. ორგანიზაციებს, როგორც წესი, აქვთ განსაზღვრული როლები საზოგადოებაში, პასუხისმგებლობები და იერარქიები, სადაც წევრები თანამშრომლობენ ორგანიზაციის მიზნის მისაღწევად.



სამთავრობო ორგანიზაციების დანიშნულება და მიზანია სახელმწიფო სერვისების მიწოდება. კომერციული ორგანიზაციის მიზანია დამფუძნებლების ინვესტიციით კომერციული საქმიანობის განხორციელება და მათთვის მოგების მიღების უზრუნველყოფა. არამომგებიანი ორგანიზაციის მიზანია საზოგადოებრივი სიკეთეების შექმნა, მაგალითად, ღარიბი და მოწყვლადი ჯგუფების დახმარება, განათლების მიწოდება, უფლებების დაცვა და სხვ.

ორგანიზაციის ძირითადი ელემენტები მოიცავს:

- **მისია ან მიზნები:** ორგანიზაციის არსებობის მიზეზი, როგორცაა მოგების მიღება, მომსახურების მიწოდება ან მიზნის მიღწევა.
- **სტრუქტურა:** ორგანიზაციის შიგნით როლების, პასუხისმგებლობებისა და ურთიერთობების მოწყობა. ეს შეიძლება იყოს იერარქიული, ვერტიკალური - უფლებამოსილების გადანაწილებით ან ჰორიზონტალური - ძალაუფლების უფრო თანაბარი განაწილებით, ბრტყელი, წრიული და სხვ.
- **ადამიანები:** ინდივიდები, რომლებიც მუშაობენ ორგანიზაციის შიგნით, თითოეული, თავისი უნარებითა და ძალისხმევით მონაწილეობს ორგანიზაციის მიზნების მისაღწევად.
- **პროცესები და სისტემები:** მეთოდები და პროცედურები, რომლებიც გამოიყენება ამოცანების შესასრულებლად და მიზნების მისაღწევად, მათ შორის, კომუნიკაციის, გადაწყვეტილების მიღებისა და სამუშაო პროცესების ჩათვლით.
- **კულტურა:** საერთო ღირებულებები, რწმენა და ნორმები, რომლებიც აყალიბებენ ორგანიზაციის წევრების ქცევასა და ურთიერთქმედებას.
- **რესურსები:** აქტივები, როგორცაა ფინანსები, ტექნოლოგია და მასალები, რომლებსაც ორგანიზაცია იყენებს თავისი მიზნების მისაღწევად.

მთლიანობაში, ორგანიზაცია ფუნქციონირებს, როგორც კოორდინირებული სისტემა, სადაც სხვადასხვა ნაწილი ერთად მუშაობს სასურველი შედეგების მისაღწევად. ორგანიზაციებს ძირითადად უწოდებენ იურიდიულ პირებს, რადგან ისინი სამართლებრივი დოკუმენტის საფუძველზე შექმნილი პირები არიან.

ორგანიზაციებს, რომლებიც უმეტესად ორიენტირებულია “მოგებაზე, კომპანიებს უწოდებენ.

ყველა ორგანიზაციას სჭირდება ორგანიზაციული სტრუქტურა იმის მიუხედავად, აცნობიერებენ თუ არა ამას. ორგანიზაციული სტრუქტურა მიუთითებს, თუ როგორ

ნაწილდება როლები, პასუხისმგებლობები, სამუშაო ფუნქციები, ანგარიშვალდებულებისა და გადაწყვეტილების მიღების უფლებამოსილება. ორგანიზაციული სტრუქტურა ხშირად აჩვენებს „ბრძანების ჯაჭვს“ და იმას, თუ როგორ მოძრაობს ინფორმაცია კომპანიის შიგნით. გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ისეთი ორგანიზაციული სტრუქტურის არსებობას, რომელიც შეესაბამება თქვენი კომპანიის მიზნებსა და ამოცანებს.

ორგანიზაციული სტრუქტურა „ალაგებს“ თანამშრომლების სამუშაო პასუხისმგებლობების იერარქიას: ვის წინაშე არიან ისინი ანგარიშვალდებულნი, როგორ დებულბენ გადაწყვეტილებებს, რა შეუძლიათ და როგორ ურთიერთობენ კომპანიის სხვა თანამშრომლებთან და მთლიანად გუნდთან. ორგანიზაციული სტრუქტურა ქმნის ამ ჩარჩოს.

ორგანიზაციული სტრუქტურის შექმნას მოაქვს ბევრი სარგებელი. იგი უნდა შეესაბამებოდეს კომპანიის ოპერაციებს, მიზნებსა და ამოცანებს. ამ ინფორმაციის მკაფიოდ და ნათლად გავრცელება თანამშრომელთა შორის:

- უზრუნველყოფს ანგარიშვალდებულებას;
- განმარტავს მოლოდინებს;
- ასაბუთებს დაწინაურებისთვის საჭირო კრიტერიუმებს;
- განსაზღვრავს გადაწყვეტილების მიმღებთა უფლებამოსილებას;
- ქმნის ეფექტურობას;
- ხელს უწყობს თანამშრომლობას;
- მკაფიოდ წარმოაჩენს ორგანიზაციული სტრუქტურის არსებით ელემენტებს.

არჩეული ორგანიზაციული სტრუქტურის განსაკუთრებული ტიპის მიუხედავად, მას უნდა ჰქონდეს შემდეგი კომპონენტები:

- მმართველობის ჯაჭვი;
- როლები და პასუხისმგებლობები;
- ფარგლები ან/და კონტროლი;
- გადაწყვეტილების მიმღებთა უფლებამოსილებები;
- დეპარტამენტები ან ორგანიზაციაში არსებული სხვა ქვედანაყოფები.

თქვენ უნდა მოამზადოთ მინი კომპანიის ორგანიზაციული სტრუქტურა.

მანამდე კარგად გაეცანით ორგანიზაციაში არსებულ სხვადასხვა როლს, განსაზღვრეთ თქვენს მინი კომპანიაში როლები, მოვალეობები და სახელები/პერსონალიები.

ზოგი ორგანიზაციის ხელმძღვანელს პრეზიდენტს ეძახის, მოადგილეებს კი - ვიცე პრეზიდენტებს, ხოლო მმართველ გუნდს - პრეზიდენტს. სხვები დირექტორს, დირექტორის მოადგილეებისა და დირექტორთა საბჭოს დასახელებას ამჯობინებს. ასევე, შეიძლება იყოს გენერალური დირექტორი და დირექტორები. როლების სახელების შერჩევა თქვენი გადასაწყვეტია, უფრო სწორად, ამას წყვეტენ კომპანიის დამფუძნებელი აქციონერები.

თქვენ ყველანი კი იქნებით მინი კომპანიის აქციონერები!



მეწარმეობა

„მეწარმეობა (ინგლისურად entrepreneurship) არის სწრაფვა შესაძლებლობების გამოყენებისკენ შესაბამის რესურსებზე კონტროლის გარეშე“. „სწრაფვა“ ნიშნავს განმზოლოებულ, შეუპოვარ, მკაცრ ფოკუსირებას კონკრეტული საკითხის გარშემო. მეწარმეები ხშირად აღიქვამენ შეზღუდულ შესაძლებლობათა და „ვიწრო ფანჯრების“ არსებობას. საჭირო რესურსების მოსაზიდად და დროში შეზღუდული სახსრების გამოყენების მიზნით, მათ სჭირდებათ, რომ დაინახონ პროგრესი, რომელიც, იმავდროულად, იქნება გაზომავდი. შესაბამისად, მეწარმეებს მოქმედებების მიზანშეწონილობისა და განხორციელების დროს ყოველთვის აქვთ „გადაუდებელი აუცილებლობის“ შეგრძნება, რაც იშვიათია შემდგარ კომპანიებში, სადაც ყველა შესაძლებლობა მიბმულია პორტფოლიოზე ან/და რესურსებზე და წარმოადგენს მათ ნაწილს, რომელიც უკვე არსებობს და რეალურად არის ხელმისაწვდომი. „შესაძლებლობა“ ეხება და გულისხმობს სიახლეთა კატეგორიების ოთხი შესაძლო მიმართულებიდან ერთი ან მეტი არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობას. იგი შეიძლება იყოს: 1) პიონერული, ჭეშმარიტად ინოვაციური პროდუქტი; 2) იდეა, ახალი ბიზნესმოდელი; 3) არსებული პროდუქტის უკეთესი ან უფრო იაფი მოდელის შექმნა; 4) არსებული პროდუქტის მომხმარებელთა სხვა კატეგორიისთვის შეთავაზება. ეს შესაძლებლობები არ არის ურთიერთგამომრიცხავი. მაგალითად, ახალმა საწარმომ შეიძლება გამოიყენოს ახალი ბიზნესმოდელი ან ინოვაციური პროდუქტი. გარდა ამისა, არც ზემოაღნიშნული სიაა სრული. კერძოდ, მასში წარმოდგენილი არ არის საწარმოთა უნიფიცირების დროს პროდუქტის ერთობლივად წარმოების პროცესში, ორგანიზაციული კომპლექსის შესაძლებლობები და უპირატესობები. გარდა ამისა, აღსანიშნავია ის გარემოებაც, რომ ზოგჯერ მაღალი მოგების მიღება და გაუმჯობესების შესაძლებლობები უშუალოდ არ უკავშირდება სიახლეთა კატეგორიას, და შესაბამისად, იგი არ არის მეწარმეობა. „რესურსებზე კონტროლის გარეშე“ - ეხება რესურსების შეზღუდვას. ახალ კომპანიებში, სტანდარტულ შემთხვევაში, მათი დამფუძნებლები აკონტროლებენ მხოლოდ საკუთარ, ადამიანურ, სოციალურ და ფინანსურ კაპიტალს. მათგან განსხვავებით, ბევრი მეწარმე ირჩევს „ქამრების შემოჭერის“ პოლიტიკას. ისინი მინიმუმამდე ამცირებენ პირად დანახარჯებს, გარკვეული დროის განმავლობაში ინარჩუნებენ ასეთ მდგომარეობას და საჭიროების შემთხვევაში, საკუთარ კომპანიაში ცდილობენ თანხის ინვესტირებას.





სოციალური მეწარმეობა

სოციალური მეწარმე ახორციელებს ახალ, ინოვაციურ საქმიანობას, რომელსაც აქვს საზოგადოების პრობლემების გადაჭრის პოტენციალი. ეს პიროვნებები მზად არიან, გასწიონ რისკი და ძალისხმევა საზოგადოებაში პოზიტიური ცვლილებების შესაქმნელად, თავიანთი ინიციატივებითა და სამეწარმეო დამოკიდებულებით და ამ საქმიანობას უკავშირებენ მოგების მიღებას. სოციალური საწარმო არის ბიზნესმოდელი, რომელიც:

- ეძებს პოზიტიურ, სოციალურ გავლენას (აგვარებს სოციალურ/ეკოლოგიურ პრობლემას);
- აქვს ფინანსური მდგრადობა: ახდენს შემოსავლის გარკვეული ნაწილის გენერირებას ეკონომიკური საქმიანობიდან (ყიდის საქონელს ან მომსახურებას);
- ახორციელებს შემოსავლების რეინვესტირებას საქმიანობაში (აძლიერებს გავლენას მათზე მუშაობით, აფართოებს სოციალური/გარემოსდაცვითი პრობლემის გადაჭრის შესაძლებლობას).

სოციალურ მეწარმეთა სახეობა:

- **საზოგადოების სოციალური მეწარმე:** თემის სოციალური მეწარმე პრიორიტეტს ანიჭებს მცირე გეოგრაფიულ რეგიონს, ჩვეულებრივ საზოგადოებას, რომელშიც ის ცხოვრობს. უპირველესი მიზანია ადგილობრივი ტერიტორიისთვის სარგებლობის მოტანა. ამ ტიპის სოციალური მეწარმე ხშირად ამყარებს ძლიერ ურთიერთობებს თავის თემში, იყენებს კავშირებს რესურსების მოძრაობისთვის. თემის წევრები, ადგილობრივი ორგანიზაციები და თემის სოციალური მეწარმეები ერთად მუშაობენ იმისთვის, რომ დარწმუნდნენ - საზოგადოების მოთხოვნილებები დაკმაყოფილებულია და შექმნილია გააზრებული პარტნიორობა.
- **არაკომერციული სოციალური მეწარმე:** არის სოციალური მეწარმის უფრო გავრცელებული ტიპი, როცა ორგანიზაციას აქვს ფართო გაცხადებული მიზანი, რომელიც სარგებელს მოუტანს რაიმე კატეგორიის ადამიანთა ჯგუფს, მაგრამ არა აუცილებლად მათ უშუალოდ ან/და მხოლოდ ერთ თემს. დისტანციური ან ონლაინ სოციალური მეწარმეობით ახლა უფრო ადვილია ფართო მისიის და მიზნების მქონე სუბიექტების შექმნა. არაკომერციული სოციალური საწარმოები, როგორც წესი, მოქმედებენ ბიზნესის მსგავსად. მთავარი განსხვავება ისაა, რომ არაკომერციული საწარმოს წმინდა მოგება არ ნაწილდება დამფუძნებლებს შორის და იგი ხმარდება ორგანიზაციის შემდგომ განვითარებას. ზოგადად, ინვესტორები ცდილობენ ფულის შოვნას, ხოლო არაკომერციული სოციალური მეწარმეები ცდილობენ დახარჯონ, რაც შეიძლება მეტი თანხა თავიანთი მისიის შესასრულებლად.
- **ტრანსფორმაციული სოციალური მეწარმე:** დამწყები, არაკომერციული სოციალური საწარმო ხშირად გარდაიქმნება სოციალურ საწარმოდ, რომელსაც ხელმძღვანელობს ტრანსფორმაციული სოციალური მეწარმე. ანუ, არამომგებიანი ორგანიზაციის ზრდის კვალობაზე, ასევე იზრდება მისი მისიაც. ტრანსფორმაციული სოციალური მეწარმე ცდილობს, გააფართოვოს ოპერაციები ერთი პროგრამის ფარგლებში სხვადასხვა სფეროზე.
- **გლობალური სოციალური მეწარმე:** ზოგჯერ, სოციალური მეწარმეების მცდელობები არ შემოიფარგლება საზღვრებით ან გეოგრაფიით. ადამიანები შეიძლება ცდილობდნენ ისეთი ყოვლისმომცველი სოციალური საკითხების გადაჭრას, როგორებიცაა სიღარიბე, ეკონომიკური შემოსავლიანობის შემცირება ან ცხოვრების პირობების გაუარესება. ჩვეულებრივ, სოციალური მეწარმე შეიძლება ცდილობდეს პრობლემის გადაჭრას კონკრეტულ რეგიონში. თუმცა, პრობლემის ფესვები ხშირად არ არის სპეციფიკური და არ ეხება მხოლოდ ამ კონკრეტულ რეგიონს. ერთ სოციალურ სფეროში პრობლემების გადაჭრის ბევრი მიგნება წარმატებულად შეიძლება იქნას გამოყენებული სხვა სფეროშიც.



სოციალური მეწარმეობის 6P

PEOPLE & PLANET/ადამიანები და პლანეტა. სოციალური მეწარმეების უმეტესობა, საქმიანობის საწყის ეტაპზე ცდილობს მოახდინოს იმის იდენტიფიცირება, თუ რა სარგებლობის მიღება სურთ ადამიანებს, ან/და ფოკუსირდება გარემოსდაცვითი საკითხების გადაჭრაზე. ზოგჯერ, ეს ადამიანები თავიანთ კონკრეტული გეოგრაფიული რეგიონის პრობლემებზე მუშაობენ. ასევე, შესაძლოა, რომ ისინი იყვნენ გარკვეული სოციოდემოგრაფიული ჯგუფის ადამიანები (მაგალითად, დაბალი შემოსავლის მქონე ადამიანები). თუ სოციალურმა მეწარმეებმა მკაფიოდ არ განსაზღვრეს, ვის სურთ რომ მოემსახურონ, მათ გაუჭირდებათ თავიანთი საწარმოს საქმიანობის სფეროს სათანადოდ განსაზღვრა. მკაფიოდ ხედვის არქონა, ჯერ კიდევ არშექმნილ ერთეულს აყენებს რისკის ქვეშ.

PROBLEM/პრობლემა. სოციალური მეწარმეები ცდილობენ მოაგვარონ პრობლემები. ისინი აიდენტიფიცირებენ პრობლემას, რომელსაც ადამიანთა კონკრეტული, დემოგრაფიული ჯგუფები აწყდებიან. მაგალითად, სოციალურმა მეწარმეებმა შეიძლება სცადონ თავიანთ რეგიონში უსახლკარობის აღმოფხვრა. სოციალური მეწარმე ამ სიტუაციაში ცდილობს, რომ დაეხმაროს გარკვეულ ადამიანებს (დაბალშემოსავლიან პირებს) ხელმისაწვდომი საცხოვრებლის არარსებობის გამო. დაბოლოს, სოციალურმა მეწარმეებმა შეიძლება იმუშაონ გარემოსდაცვით ან ჯანმრთელობის საკითხებზე, რათა სარგებელი მოუტანონ იმ საზოგადოებას, რომელშიც ისინი ცხოვრობენ.

PLAN/გეგმა. გამოვლენილი პირებისა და სოციალური, თუ გარემოსდაცვითი პრობლემის შესაბამისად, სოციალურმა მეწარმემ უნდა შექმნას გეგმა პრობლემის გადასაჭრელად. სოციალური მეწარმეები, არა მხოლოდ ცდილობენ შექმნან სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას (ბიზნესგეგმის კონცეფცია) მოდელი ფუნქციონირებისთვის, მათ ასევე უნდა განსაზღვრონ, თუ როგორ მიიღებს შესაბამისი ტიპის სუბიექტი დაფინანსებას და შეინარჩუნებს ფინანსურ მდგრადობას. სოციალურმა მეწარმემ, ასევე, უნდა შეაფასოს, თუ როგორ შეუძლია დაეხმაროს გარე დაინტერესებულ მხარეებს სოციალური მიზნების მიღწევაში.

PRIORITIZE/პრიორიტეტი. სოციალური მეწარმისთვის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი გამოწვევა არის პრობლემის გადასაჭრელად საჭირო რესურსების ნაკლებობა. ეს ნიშნავს არასაკმარის ფულს, არასაკმარის სპეციალიზებულ ცოდნას, აგრეთვე, გარე ძალებს, რომელთა კონტროლი მას არ შეუძლია. სოციალური მეწარმეები მრავალი შეზღუდვის წინაშე დგანან. ეს ნიშნავს, რომ მათ უნდა დაადგინონ პრიორიტეტი, თუ რის გადაჭრას ცდილობენ, როგორ აგრძელებენ მუშაობას და როგორ შეიძლება გაფართოვდნენ.

PROTOTYPE/პროტოტიპი. იმის გამო, რომ რესურსები შეზღუდულია, სოციალური მეწარმეები, საწარმოს გაფართოებამდე, ხშირად ამოწმებენ გადაწყვეტილებების სისწორეს მცირე მასშტაბების ფარგლებში/ბაზრებზე. ანუ, ისინი ამზადებენ, მინიმალურ სიცოცხლისუნარიან პროდუქტს (MVP - Minimum Viable Product) ან პროტოტიპს. ეს შეიძლება იყოს პროდუქტი, მომსახურება ან პროცესი. მისი გამოყენებით ასევე მოწმდება, თუ როგორ შეიძლება სხვადასხვა დაფინანსებითა და რესურსით დასახული მიზნების მიღწევა. აღსანიშნავია, რომ ამ ეტაპმა შეიძლება არ გააძლიეროს იმ პირთა ნდობის ხარისხი, ვინც წინასწარ განახორციელა ინვესტიცია სოციალურ საწარმოში, თუმცა, სხვა ინვესტორებმა შეიძლება დააფასონ და დადებითად შეაფასონ MVP-ის ან პროტოტიპის გამოყენების პრაქტიკა.

PURSUE/ძიება. სიტუაციის მიხედვით ტესტის ჩატარებით სოციალური მეწარმეები ეძებენ საუკეთესო გამოსავალს, ადგენენ, თუ რა იყო კარგი და რა არ იყო მისაღები მათ საქმიანობაში. ხშირად ტესტირებას ექვემდებარებიან პირები, ვინც ეხმარებოდა გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, აგრეთვე ისინი, ვინც მიიღო სარგებელი. ეს უკანასკნელი ნაბიჯი ასრულებს აქტივობის სრულ წრეს. თუმცა, სოციალურმა მეწარმემ პერიოდულად უნდა შეაფასოს თითოეული ასპექტი და მუდმივად აკონტროლოს გზები, რათა უკეთ მოახდინოს საჭირო სოციალური ცვლილებები.

სოციალური მეწარმის თვისებები:

ემპათია & ალტრუიზმი:

სოციალური/ეკოლოგიური გამოწვევების გადაჭრის გატაცება.

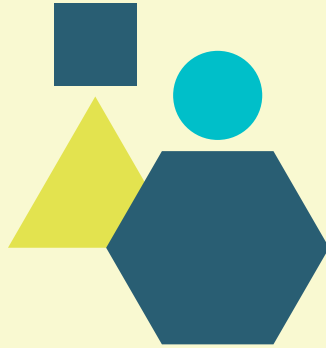
სტრატეგიული აზროვნება:

სურვილი შექმნას მოდელი, რომელიც გრძელვადიან პერსპექტივაში გადაჭრის გამოწვევას.

ინოვაციური აზროვნება:

პრობლემის გადაჭრის ახალი მიდგომა.

ექსტრავერტი: ახალი ადამიანების გაცნობის და ქსელის ძალის გამოყენებისას სიხარულის შეგრძნება.



ცვლილებების მაძიებელი:

ადგილობრივი საზოგადოების შეცვლის სურვილი და სისტემური ცვლილებებისკენ სწრაფვა.

ძლიერი მოტივაცია:

პრობლემების გადაწყვეტის.

მდგრადი დამოკიდებულება:

სურვილი, რომ პრობლემის გადაჭრა იყოს გრძელვადიან პერსპექტივაში.

შეცდომების აღიარება:

იმის გაგება, რომ ყველა იდეა არ შეიძლება განხორციელდეს.



11
შემოქმედი

ვიცოდეთ განსხვავებები

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა	სოციალური საწარმო	არასამთავრობო ორგანიზაცია
მისია	მისია	მისია
მოგების მიღება: კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნეს პასუხისმგებლობა გარემოზე და საზოგადოებაზე ზემოქმედება.	სოციალური და გარემოსდაცვითი პრობლემის გადაჭრა.	მუშაობს საზოგადოების საკეთილდღეოდ და წარმოადგენს მათ ინტერესებს.
ფინანსური სტაბილურობა	ფინანსური სტაბილურობა	ფინანსური სტაბილურობა
ბიზნესი ეწევა კომერციულ საქმიანობას და გამოიმუშავებს მოგებას. ინვესტიცია ხდება ბიზნეს საქმიანობის უწყვეტობისა და განვითარებისთვის და უხდის დივიდენდებს აქციონერებს/ მფლობელებს.	ბიზნესი ეწევა კომერციულ საქმიანობას და გამოიმუშავებს მოგებას. უპირველეს ყოვლისა, ის ინვესტიციას ახდენს სოციალური პრობლემის გადაჭრასა და ორგანიზაციის საქმიანობის უწყვეტობაში.	ორგანიზაციები მუშაობენ პროექტის დაფინანსების ან სპონსორების დახმარებით. სამუშაო ხშირად ეფუძნება მოხალისეობის პრინციპს.

კერძო ბიზნესი	სოციალური ბიზნესი	არამომგებიანი
მომგებიანი	მომგებიანი	არამომგებიანი საქველმოქმედო
ისწრაფვის ბაზარზე მოგების/ ხეირის ნახვისკენ.	ისწრაფვის ადამიანთა პრობლემების გადაჭრაზე და საბაზრო უკუგების მიღებაზე სთავაზობს გაზიარებული ღირებულებას.	ისწრაფვის დიდი პრობლემების გადასაჭრელად.
ეყრდნობა გადახდისუნარიან მომხმარებელს და სხვა კორპორაციებს.	ეყრდნობა გადახდისუნარიან მომხმარებელს.	ეყრდნობა დონაციებს, ინდივიდუალურ, კორპორაციულ და სამთავრობო მხარდაჭერას.
თვითკმარი და მომგებიანი.	თვითკმარი და მომგებიანი.	არა თვითკმარი.
ასაქმებს საუკეთესო ტალანტებს გლობალურად.	ასაქმებს საუკეთესო ტალანტებს გლობალურად.	საუკეთესო ტალანტების მოზიდვაში სიძნელეები აქვთ.
გავლენას ახდენს CSR-ით.	აძლიერებს ეკონომიკურად გაჭირვებულებს, პირდაპირ ზემოქმედებს სხვადასხვა სოციალურ პრობლემებზე.	შესაძლოა მიმღებები გახდნენ მათზე დამოკიდებული.

როლები და მოვალეობები მინიკომპანიაში!

მთავარია შეძლოთ ისეთი ბიზნესის შექმნა, რომელშიც ჩაერთვებიან განსხვავებული უნარების მქონე ადამიანები. შესაბამისად, დიდი ალბათობით, ისინი შეძლებენ ერთმანეთზე დადებითი ზეგავლენის მოხდენას და გაძლიერებას.

ყველა მონაწილეს კომპანიაში საბოლოოდ აქვს სამი როლი:

- აქციონერის;
- თანამშრომლის;
- საბჭოს წევრის

განვიხილოთ ამ სამი როლის მნიშვნელობა კომპანიაში:

1. აქციონერი

- აქციონერები ფლობენ კომპანიას, ანუ მეწილეები არიან. ყველა მოსწავლეს კომპანიაში უნდა ჰქონდეს მინიმუმ ერთი აქცია.

2. აქციონერთა საბჭო

- შედგება კომპანიის ყველა მონაწილისგან;
- ნიშნავს კომპანიის მთავარ აღმასრულებელ პირს, მაგალითად: პრეზიდენტს ან გენერალურ დირექტორს (თქვენ ორგანიზაციულ სტრუქტურაში, როგორც არის გათვალისწინებული);
- იღებს ბიზნესისთვის მნიშვნელოვან ყველა გადაწყვეტილებას;
- ასრულებს ცენტრალურ როლს კომპანიაში სტრატეგიის შემუშავების, ხედვის ჩამოყალიბებისა და ძირითადი მიზნების დასახვის პროცესში.

საბჭო დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ კომპანია სასურველი მიმართულებით ვითარდება. მისმა წევრებმა, ასევე, მუდმივად უნდა აკონტროლონ ორგანიზაციის ფინანსური მდგომარეობა. საბჭოს თავმჯდომარის არჩევა ხდება აქციონერთა საბჭოს წევრებიდან (ეს არ უნდა იყოს აღმასრულებელი დირექტორი). თავმჯდომარე ხელმძღვანელობს შეხვედრებს.

3. თანამშრომელი

მოსწავლეებისთვის კომპანიაში არსებობს განსხვავებული როლები და პოზიციები. იმის გადასაწყვეტად, თუ რომელი თანამდებობის დაკავება გსურთ, მთლიანობაში უნდა გადახედოთ ბიზნესიდეას. ყველა პატარა კომპანიას ჰყავს გენერალური დირექტორი (შესაძლებელია, რომ თქვენი კომპანიის მთავარ ხელმძღვანელ პოზიციას დაარქვათ პრეზიდენტი ანდა აღმასრულებელი დირექტორი). უფრო მეტიც, მინი კომპანიებს ჰყავთ: ფინანსური მენეჯერი, ადამიანური რესურსების მენეჯერი, გაყიდვებისა და მარკეტინგის მენეჯერი. თუ აწარმოებთ საკუთარ პროდუქციას, ჩვეულებრივ, უნდა გყავდეთ წარმოების მენეჯერი და შესყიდვების მენეჯერი. თუ აპირებთ, რომ იყიდოთ და გაყიდოთ საქონელი, აუცილებლად დაგჭირდებათ შესყიდვების მენეჯერი. როგორც ხედავთ, ბიზნესიდეა ნაწილობრივ განაპირობებს, თუ რა ტიპის სამუშაო ადგილები გჭირდებათ კომპანიაში. ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე მაგალითი, მაგრამ ეს ყველაფერი შესაძლებელია მორგებული იქნას კომპანიის საჭიროებებზე და მოსწავლეებზე, იმის მიხედვით, თუ როგორ სურთ მათ გადაინაწილონ დავალებები.

გენერალური დირექტორი კონტროლს უწევს და უძღვება კომპანიას. მისი პასუხისმგებლობა, სწორად შერჩეული ადამიანების შესაბამის პოზიციებზე ყოფნა-

შენარჩუნებაა. თუკი, თანამშრომელი სრულად ვერ გრძნობს თავის მოვალეობებსა და პასუხისმგებლობებს, გენერალურმა დირექტორმა მასთან ერთად უნდა მოაგვაროს ეს პრობლემა. მან შეიძლება ჩაანაცვლოს ადამიანები, თუკი ისინი ვერ ასრულებენ თავიანთ მოვალეობებს, მაგრამ არასდროს არ უნდა დაგეგმოს რაიმე ცვლილება ამ პირთან საკითხის განხილვის გარეშე.

გენერალური დირექტორის პასუხისმგებელია:

- კომპანიის რეგისტრაციაზე;
- საბჭოს სხდომის ჩანიშნაზე;
- წლიური ანგარიშისა და ბიზნესგეგმის მომზადებაზე;
- თანამშრომელთა მონიტორინგზე;
- მოხალისეებთან კავშირის შენარჩუნებაზე;
- კომპანიის მიერ შემუშავებული წესების და რეგულაციების დაცვაზე;
- ლიკვიდაციის პროცესზე.

ფინანსური დირექტორი პასუხისმგებელია ფულად საშუალებებზე, სალაროს ანგარიშებზე, სარეგისტრაციო გადასახადების გადახდაზე, ბიუჯეტის შექმნასა და დაგეგმვაზე, ფინანსური უწყისების მომზადებაზე, საარქივო დოკუმენტაციის დახარისხებასა და ორგანიზებაზე. მან უნდა უზრუნველყოს აქციონერებისთვის მისაღები სარგებლის – დივიდენდის გაცემა, ინვესტირებულ კაპიტალთან შესაბამისად. კარგი ფინანსური მენეჯერი არის მოწესრიგებული, თანმიმდევრული და საიმედო.

ადმინისტრაციული დირექტორი ახდენს კომპანიის რეგისტრაციას. ის თვალყურს ადევნებს დოკუმენტაციას და კორექტირებს, აქციების გამოწერას და ზრუნავს ბიზნეს კომუნიკაციაზე (ტელეფონი, ელფოსტა, საქმიანი მიმოწერა, ფაქსი, ვებგვერდი).

მარკეტინგის დირექტორი პასუხისმგებელია მარკეტინგსა და მომხმარებელთა საჭიროებების ანალიზზე, სამიზნე ჯგუფებისა და ბაზრის კვლევებზე. მარკეტინგის მენეჯერი ავითარებს მარკეტინგულ სტრატეგიას, გეგმავს და აკონტროლებს მარკეტინგულ მიღწევებს.

გაყიდვების დირექტორი პასუხისმგებელია გაყიდვებზე და სამიზნე გაყიდვების დაგეგმვაზე. ხელმძღვანელობს გაყიდვებს და ახორციელებს არსებული მარაგების აღრიცხვას. ის, ასევე, ტრენინგს უტარებს და ამოტივირებს გაყიდვების დეპარტამენტის სხვა თანამშრომლებს.

წარმოების დირექტორი პასუხისმგებელია კომპანიის წარმოებაზე და სამიზნე პროდუქციის შექმნაზე. იგი პასუხს აგებს წარმოების სფეროში დასაქმებულ თანამშრომლებზე, მათ ურთიერთობებზე მომწოდებლებთან, ამოწმებს პროდუქციის ხარისხს, მარაგებში არსებული საქონლის მდგომარეობას და ახდენს ხარისხის კონტროლს.

ადამიანური რესურსების დირექტორი (HR) მნიშვნელოვანი თანამდებობაა ყველა ბიზნესსა და ორგანიზაციაში. მისი უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა ის, რომ თითოეულმა თანამშრომელმა სიამოვნებით და მონდომებით იმუშაოს კომპანიაში. HR ეცნობა თანამშრომელთა უნარებსა და შესაძლებლობებს, თითოეული თანამდებობისთვის ამზადებს სამუშაოს აღწერას, თვალყურს ადევნებს თანამშრომელთა სამუშაო გრაფიკს, აღრიცხავს გაცდენებსა და დაგვიანებებს. HR მართავს კონფლიქტებს კომპანიაში.

უფრო მეტი სხვადასხვა როლზე კომპანიაში

გენერალური
დირექტორი

როგორც გენერალური დირექტორი, თქვენ ხართ პასუხისმგებელი თანამშრომლებსა და აქციონერებზე. ამიტომ, უნდა გამოიყენოთ ყველა ლიდერული უნარი, როგორებიცაა: დიპლომატია, სამართლიანობა და სიძლიერე. უნდა მართოთ თქვენი სხვადასხვა დეპარტამენტი და მათთან ერთად ჩამოაყალიბოთ კომპანიის მისია, სტრატეგია/ მიმართულება და მიზნები. როგორც გენერალურმა დირექტორმა, უნდა წაახალისოთ გუნდური სამუშაოები საუკეთესო იდეების ჩამოყალიბების პროცესში.

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

თქვენი პასუხისმგებლობა მოიცავს:

- კომპანიის მიზნების დასახვასა და გამართული ბიზნესგეგმის მომზადების უზრუნველყოფას;
- ამ გეგმის არსის მიღწევადობაში დარწმუნებას;
- კარგი სამუშაო გუნდის შექმნას;
- გუნდში მოტივაციის გაღვიძებას;
- დავალებების გადანაწილებას და დარწმუნებას იმაში, რომ ყველას აქვს სამუშაო;
- ურთიერთობის ქონას ყველასთან ისე, რომ იცოდეთ, რას აკეთებენ ისინი;
- ძალისხმევას იმისთვის, რომ მომხმარებელი აღფრთოვანებული დარჩეს კომპანიით. ამაში აქტიურ როლს თამაშობს როგორც კომპანიის პროგრესის მუდმივი მიმოხილვა, ასევე თითოეული წევრის როლი მომხმარებლის კმაყოფილების მიღწევაში;
- საჭირო დროს და შემთხვევებში თქვენი კომპანიის წარდგენას;
- ნებართვის გაცემას კომპანიის ვებგვერდის (თუ ასეთი გაქვთ) მომზადებასა და მასში ცვლილებების შეტანასთან დაკავშირებით.

მინიკომპანიაში გენერალურ დირექტორს, ჩვეულებრივ, ეკისრება სხვა როლიც, მაგალითად, იგი შეიძლება იყოს დირექტორთა საბჭოს თავმჯდომარე. პატარა კომპანიისათვის ეს ჩვეულებრივი ამბავია, მაგრამ უნდა გაითვალისწინოთ, რომ საშუალო და დიდ კომპანიებში ეს არ წარმოადგენს კარგ პრაქტიკას.

მიიღეთ რჩევა - განსაკუთრებით კონსულტანტებისგან, მაგრამ ასევე შეეცადეთ, რომ მოიძიოთ სხვა წყაროებიც.

ადმინისტრაციული
დირექტორი

როგორც კომპანიის ადმინისტრაციული დირექტორი, პასუხისმგებელი ხართ კოორდინაციაზე, კომუნიკაციაზე და კომპანიასთან დაკავშირებულ საორგანიზაციო საკითხებზე. თქვენი როლის სპეციფიკური ელემენტები მოიცავს სარეგისტრაციო დოკუმენტების სრულყოფასა და აქციონერთა რეგისტრაციას. ასევე, უნდა იზრუნოთ განცხადებების დროულ დაგზავნაზე, ჩანაწერების განხორციელებასა და დოკუმენტაციის მომზადებაზე.

ასევე, პასუხისმგებელი ხართ კომპანიის შეხვედრების ორგანიზებაზე დღის წესრიგისა და ოქმის შედგენის ჩათვლით, თქვენი მოვალეობაა წესდების აღსრულებაც. თქვენ უნდა

განუმარტოთ კომპანიას თავისი სამართლებრივი პასუხისმგებლობები, კერძოდ, მისცეთ რჩევა, რომ მან თავი შეიკავოს სავაჭროდ აკრძალულ პროდუქტებსა და მომსახურებაზე.

თქვენი პასუხისმგებლობა მოიცავს:

თქვენ პასუხისმგებელი ხართ საბჭოს და კომპანიის მოქმედებაზე იმ წესებისა და რეგულაციების დაცვით, რომელიც გამოიყენება ახალგაზრდა სამეწარმეო კომპანიისთვის. როგორც კომპანიის ადმინისტრატორს, პასუხისმგებლობა გეკისრებათ მთელ კომპანიაზე და არა მხოლოდ საბჭოზე ან რომელიმე კონკრეტულ ინდივიდუალურ წევრზე.

დამატებით:

1. თქვენ უნდა იყოთ კომპანიის მომავალი მრჩეველი სამართლებრივ საკითხებზე;
2. უნდა იმსჯელოთ ყველა სამართლებრივ საკითხზე თქვენს მრჩეველთან/ მასწავლებელთან;
3. უნდა უზრუნველყოთ კომპანიის წევრების სრული ინფორმირებულობა ყველა საკითხთან დაკავშირებით;
4. თქვენ ხართ მთავარი მოკავშირე საბჭოს წევრებს, აქციონერებსა და მომწოდებლებს შორის;
5. თქვენ გეკისრებათ პასუხისმგებლობა შეხვედრებისა და გადაწყვეტილებების ზუსტი ჩანაწერების შენახვაზე პასუხისმგებელი პირების სახელებთან ერთად.



როგორც ფინანსური დირექტორი, თქვენ პასუხისმგებელი ხართ ფინანსებისა და რესურსების მენეჯმენტზე. თქვენი სამუშაო მდგომარეობს იმაში, რომ თვალყური ადევნოთ ფულის მოძრაობას და ხარჯვას: აუცილებელია, დაგეგმოთ ბიუჯეტი, იცოდეთ და ჩაინიშნოთ, თუ ვისგან შემოდის, ვინ მიიღო და სად არის ფული. უნდა ჩაინიშნოთ ყველა ფინანსური ტრანზაქცია/ოპერაცია და ფინანსური პროგრესი გააგნოთ გუნდის ყველა წევრს. ელექტრონული აღრიცხვის სისტემა დაგეხმარებათ ზუსტი ანგარიშების მომზადებასა და მათთვის

თვალყურის დევნებაში.

თქვენი როლი ასევე გულისხმობს სალაროს საქმეების წარმოებას. ამიტომ უნდა იმუშაოთ კომპანიის ადმინისტრატორთან ერთად კომპანიის აქციებთან დაკავშირებულ საკითხებზე და იზრუნოთ აქციონერთა ქონების მაქსიმიზაციაზე. ასევე პასუხისმგებელი ხართ დამატებითი ღირებულების გადასახადის (დღგ) და კორპორაციული გადასახადების დაჯგუფებასა და დახარისხებაზე, თუ ასეთის გადახდა მოგიწევთ.

ფული კომპანიისთვის იგივეა, რაც სისხლი სხეულისთვის. ის მნიშვნელოვანია კომპანიის გადარჩენისთვის. ასე რომ, თქვენი მოვალეობაა იცოდეთ, რამდენია და სად, რომელ ანგარიშზეა იგი განთავსებული.

მას შემდეგ, რაც ეს ყველაფერი გეცოდინებათ, შეგიძლიათ საბჭოს წევრებს მოუწოდოთ, რომ მათ ჯეროვნად შეასრულონ თავიანთი საქმე:

- არსებული მონაცემების საფუძველზე მიიღონ ოპტიმალური გადაწყვეტილება;
- განახორციელონ ქმედებები, რაც უზრუნველყოფს კომპანიის აქტივობების მომგებიანობას;
- უზრუნველყონ საკმარისი სახსრები გადასახადების გადახდის მიზნით.

თუ თქვენ ხართ კომპანიის ფულზე/ფინანსებზე პასუხისმგებელი, ეს ნიშნავს, რომ კომპანია გენდობათ, რომ ყველა ტრანზაქცია ზუსტადაა გატარებული.

თქვენი მოვალეობაა, გაიგოთ და იცოდეთ კომპანიის საქმიანობების ფინანსური შედეგი.

თქვენ მიერ დროულად მიწოდებული ფინანსური ინფორმაცია ხელს შეუწყობს, რომ დარეგულირდეს კომპანიის ყველა მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება.

ნებისმიერ დროს უნდა გქონდეთ შესაძლებლობა, მოამზადოთ ზუსტი ანგარიში კომპანიის ფინანსური მდგომარეობის შესახებ.

უნდა უზრუნველყოთ, რომ ადამიანები, რომელთაც აქვთ კომპანიის ვალი (დებიტორები), იხდიდნენ თავიანთ გადასახდელებს და აგრეთვე, გადახდილი იყოს ვალდებულებები იმ პირთა მიმართ, რომელთა ვალიც ჰქონდა კომპანიას.



როგორც მარკეტინგის დირექტორმა, უნდა გამოიყენოთ ინოვაციური და შემოქმედებითი უნარი – შეასრულოთ გადამწყვეტი როლი, როგორც ბაზრებისა და შესაძლებლობის იდენტიფიცირებაში, ასევე საქონლის ან მომსახურების მახასიათებლებისა და ფასდადების სტრატეგიის განსაზღვრაში. თქვენ უნდა დაგვემოთ მარკეტინგის მიმართულებით აქტივობები და იმუშაოთ გაყიდვების დირექტორთან ერთად, რათა პროდუქცია გაიტანოთ ბაზარზე.

თქვენი პასუხისმგებლობა მოიცავს კომპანიის პიარსა და რეკლამირებას, ისევე როგორც საბაზრო კვლევებსა და მომხმარებელზე დაკვირვებას, რაც დაგეხმარებათ შეინარჩუნოთ მომხმარებლის კმაყოფილება.

კარგი მარკეტინგი არის კომპანიის წარმატების გასაღები!

მარკეტინგის სამსახური პასუხისმგებელია იმაზე, რომ მომხმარებელმა უპირატესად იყიდოს პროდუქტი ან მომსახურება თქვენი კომპანიისგან. მომხმარებელი იყიდის თქვენს პროდუქციას, თუკი ეს მას გამოადგება. იფიქრეთ იმაზე, რომ:

- გაკეთდეს რაღაც, რაც მათ არ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უკეთ, ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უფრო სწრაფად, ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უფრო ადვილად, ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უფრო ეფექტიანად (ნაკლები დანახარჯებით), ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- მიიღონ უკეთესი უკუგება ინვესტიციაზე, ვიდრე ისინი იღებენ;
- დაეხმარეთ, თავი იგრძნონ და გამოიყურებოდნენ განსხვავებულად ან/და უკეთ, ვიდრე აქამდე.

ეს არის „მომხმარებელთა საჭიროებები“!

მარკეტინგის სამსახური ასევე პასუხისმგებელია იმაზე, რომ კომპანიამ მიიღოს მოგება მომხმარებელზე კომპანიის საქონლის ან მომსახურების გაყიდვით. მოგებას მიიღებთ მხოლოდ მაშინ, როდესაც პროდუქცია გაიყიდება მის დასამზადებლად გაწეულ დანახარჯებზე უფრო მაღალ ფასად.



როგორც წარმოების/ოპერაციათა მენეჯერი, თქვენი მოვალეობაა პროდუქტის განვითარება გუნდთან ერთად. უზრუნველყავით, რომ წარმოების მეთოდი შემუშავებული და ორგანიზებული იყოს პროდუქციის საწარმოებლად. ამ ნაწილში შესაბამისი ტრენინგის დასაგეგმად უნდა იმუშაოთ ადამიანური რესურსების მენეჯერთან. თქვენ ხართ პასუხისმგებელი ნედლეულის შეძენაზე, მარაგების

აღრიცხვასა და ნედლეულის რეზერვების მართვაზე, ისევე, როგორც მზა პროდუქტის მოთხოვნა-მიწოდებაზე.

ასევე, უნდა იფიქროთ ხარჯების შემცირების გზებზე და გახადოთ თქვენი საწარმოს ხარჯი უფრო ეფექტური. თანამშრომელთა ჯანდაცვაზე, უსაფრთხოებასა და მომხმარებელთა კმაყოფილებაზე ზრუნვა უნდა იყოს თქვენი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება.

წარმოება არის ნედლეულის ისეთ საქონლად გადაქცევა, რომელიც აკმაყოფილებს მომხმარებლის საჭიროებებს. მაგალითად, ხის ნაჭერი გარდაიქმნება ფანქრად. ოპერაციათა დეპარტამენტს აქვს მნიშვნელოვანი გავლენა კომპანიის მომგებიანობასა და წარმატებაზე. რაც უფრო ეფექტური და ეფექტიანია წარმოების პროცესი, მით უფრო მომგებიანი იქნება კომპანია. წარმოება არის ეფექტური და ეფექტიანი, როდესაც ის უზრუნველყოფს პროდუქციის მაღალ ხარისხს გონივრულ ფასს და ყოველივე ამას სწორად შერჩეულ დროს განახორციელებს.

თქვენი როლის მნიშვნელობა კომპანიაში

კომპანიის კვლევები და განვითარება ხორციელდება მარკეტინგისა და ოპერაციათა დეპარტამენტების მიერ.

თქვენ ურჩევთ პროდუქციას დიზაინს და განავითარებთ მას, ამზადებთ პროტოტიპს, ადგენთ ხარჯებს და გეგმავთ წარმოების უსაფრთხო მეთოდს, რომელსაც შეუძლია ნიმუშის კვლავწარმოება ეფექტურად და ეფექტიანად.

თქვენ შეისყიდით შესაბამისი ხარისხის ნედლეულს საუკეთესო ფასად. უზრუნველყოფთ, რომ დაკმაყოფილებული იყოს ნებისმიერი სასწავლო საჭიროებები.

მარკეტინგის დირექტორი არკვევს, თუ ვინ არიან პოტენციური კლიენტები და აკვირდება წარმოების პროცესს, რათა დამზადდეს ზუსტად ისეთი პროდუქტი, როგორც სურს მომხმარებელს.

ასევე, საჭიროა აქტიური კავშირი გაყიდვების დირექტორთან (თუ ასეთი თანამშრომელი გყავთ), რათა საჭიროებისამებრ გქონდეთ შესაბამისი და არა გადაჭარბებული მარაგები.

ფინანსური დირექტორი ინფორმირებული უნდა იყოს საწარმოო ხარჯებზე.

თქვენი პასუხისმგებლობა გულისხმობს, გააკეთოთ ყველაფერი, რაც შეგიძლიათ, რათა კომპანიამ ალაფრთოვანოს მომხმარებელი.

პროგრესის განხილვისას განსაკუთრებული ყურადღება მიაქციოთ, თუ რამდენად კარგად აღწევს კომპანია მომხმარებელთა კმაყოფილებას.



როგორც ადამიანური რესურსების დირექტორი (HR), თქვენ პასუხისმგებელი ხართ კომპანიის წევრებზე. უნდა განიხილოთ, როგორ მისცემთ მოტივაციას თანამშრომლებს, რა ჯილდოებსა და აღიარების ფორმებს სთავაზობს მათ თქვენი კომპანია და რა სახის ტრენინგები შეგიძლიათ ჩაუტაროთ. თქვენ უნდა გაესაუბროთ და რჩევა მისცეთ თანამშრომლებს. იმავდროულად, თვალ-ყური ადევნოთ და ჩაინიშნოთ მათი ინდივიდუალური პროგრესი, უნარების განვითარება და შესრულება (შედეგები).

თქვენი როლი ასევე მოიცავს მოსწავლეთა დასწრებისა და სამუშაო საათების აღრიცხვას. საბოლოო ჯამში, თქვენ შეგიძლიათ გასცეთ რეკომენდაციები თქვენი დასკვნების

საფუძველზე და საჭიროებისამებრ, მართოთ დისციპლინის დაცვისა და შესრულების საკითხები.

HR სამუშაო არის დირექტორისთვის გამოცდილებისა და მხარდაჭერის გაზიარება, რათა მან განავითაროს და მართოს თანამშრომლები, განახორციელოს ორგანიზაციული ცვლილებები ადამიანური რესურსების კუთხით.

გამოცდილების და მხარდაჭერის გაზიარებაში იგულისხმება თანამშრომელთა:

- ტრენინგები და განვითარება;
- მოტივაცია;
- დელეგირება;
- დისციპლინური და ეთიკური საკითხები;
- გუნდის მართვა;
- ჯანდაცვა და უსაფრთხოება;
- ხელფასი და ჯილდოები.

ორგანიზაციული ცვლილებების დამუშავებისას ადამიანური რესურსების მენეჯერმა უნდა:

- უზრუნველყოს, რომ მენეჯერებს ესმოდათ მათი როლები;
- მართოს კონფლიქტები;
- ჰქონდეს კავშირი სტრატეგიის ცვლილებებთან;
- მართოს არჩევნები.

თქვენი როლის მნიშვნელობა კომპანიაში

როგორც HR დირექტორმა, თქვენ უნდა ითამაშოთ ცენტრალური როლი კომპანიის წევრებზე ზრუნვასთან დაკავშირებით.

ადამიანი არის ყველაზე მნიშვნელოვანი რესურსი კომპანიის წარმატებული მუშაობის უზრუნველსაყოფად. თქვენი ამოცანაა, ბიზნესმა მიიღოს მაქსიმალური სარგებელი თავისი წევრებისგან. ამიტომ შეუფასებელია თქვენი როლი!

თქვენ უნდა შექმნათ სტაბილურობის განცდა კონფლიქტების მოგვარებით და თანამშრომლებს შეუნარჩუნოთ მოტივაცია, რათა უზრუნველყოს კომპანიის შეუფერხებელი მუშაობა. თქვენს გარეშე კომპანიაში ქაოსი იქნება!

როგორც გაყიდვების მენეჯერს, დაგჭირდებათ ინტერაქტიული და პერსონალური უნარები მომხმარებელთა და კონკურენტთა შესწავლისა და განვითარებისთვის, ორივეს მონიტორინგისა და მიღებული შედეგების საფუძველზე რეკომენდაციის გაცემისთვის. თქვენ უნდა განსაზღვროთ პროდუქციის გაყიდვების უნიკალური მოცულობა და ღირებულება, ამასთან, იმუშაოთ ფინანსების და მარკეტინგის დირექტორებთან ერთად ფასების საკითხსა და ფულის შეგროვებასთან დაკავშირებით. ასევე, გჭირდებათ მუშაობა წარმოების დირექტორთან მარაგების კონტროლის საკითხებზე. ზოგჯერ მარკეტინგის დირექტორი ითავსებს გაყიდვების მენეჯერის ფუნქციებსაც.

თქვენ იმუშავებთ მარკეტინგის დირექტორთან პროდუქციის რეკლამირებაზე და საბოლოოდ, თქვენ მოამზადებთ, მონიტორინგს გაუწევთ და მოტივაციას მისცემთ თქვენს „სავაჭრო ძალას“ ანუ გაყიდვების გუნდს. გაყიდვების დეპარტამენტის პასუხისმგებლობაა





სავარაუდოდ მომხმარებელთა განსაზღვრა და მათი წახალისებაა, რომ შეიძინონ კომპანიის პროდუქცია. გაყიდვების თანამშრომლები პირდაპირ ურთიერთობენ მომხმარებლებთან და უზრუნველყოფენ მათ მხარდაჭერას.

გაყიდვებში წარმატება მოვა მხოლოდ მაშინ, თუ თქვენ და თქვენი გუნდი:

- იქნებით მეგობრული და ენთუზიანზმით სავსე
- იქნებით მომხმარებლის კარგი მსმენელი
- გექნებათ კარგი ცოდნა პროდუქციის ან მომსახურების შესახებ
- გექნებათ დიდი სურვილი, რომ აუხსნათ მომხმარებელს ის, თუ როგორ დაეხმარება მას თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება;
- იქნებით მზად, ანახოთ მომხმარებელს, თუ როგორ დაეხმარება მას თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება;
- იქნებით მზად, პოტენციური მომხმარებლებისაგან მოიპოვეთ საჭირო ინფორმაცია;

სასიამოვნო პიროვნული უნარები და პოზიტიური ჩვევების ქონა კარგი ატრიბუტებია გაყიდვებით დაკავებული პერსონალისთვის.

თქვენი როლის მნიშვნელობა კომპანიაში

თქვენ ხართ პასუხისმგებელი კომპანიის გაყიდვების გეგმის მომზადებაზე, პროგნოზის გაკეთებასა და სამიზნე გაყიდვების მიღწევაზე. თქვენ უნდა მოამზადოთ და მიმართულება მისცეთ გაყიდვების გუნდს და მჭიდროდ იმუშაოთ მარკეტინგის და კომპანიის სხვა მენეჯერებთან კომპანიის პოლიტიკისა და სტრატეგიის ფორმულირებისთვის.

როგორ აკეთებს გაყიდვები ამას?

- კვლევა: უნდა იცოდეთ, ვინ არის თქვენი პოტენციური კლიენტი, სად არიან ისინი; მიზეზი, რატომ უნდათ თქვენი პროდუქციის ან მომსახურების შექმნა და რა მოახდენს მათზე გავლენას, რომ იყიდონ ის.
- პროდუქტის ცოდნა: იმისთვის, რომ იყოთ ეფექტურები, უნდა იცოდეთ ყველაფერი თქვენს პროდუქტზე ან მომსახურებაზე. თქვენ უნდა გესმოდეთ ყველა მახასიათებელი და სარგებელი, რომელსაც პროდუქცია მომხმარებელს სთავაზობს. ასევე, უნდა იცოდეთ, როგორ გამოიყენონ მათ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება.
- მახასიათებლები: არის ატრიბუტები, რომლებიც თქვენს პროდუქტს ან მომსახურებას აქვს (ჭიქას აქვს ბევრი მახასიათებელი, მათ შორის სახელური).
- სარგებელი: მომხმარებლები მხოლოდ მაშინ ყიდულობენ პროდუქტს, როდესაც მას მოაქვს სარგებელი. მნიშვნელოვანია იცოდეთ, რა სარგებელს სთავაზობთ. (ჭიქის სახელურის სარგებელი არის: ჭიქას ადვილად იკავებ; არ გწვავს თითებს, როცა ცხელია).



როგორც საინფორმაციო ტექნოლოგიების მენეჯერმა, უნდა დაიწყოთ მუშაობა თქვენი კომპანიის IT საჭიროებებიდან გამომდინარე. ფინანსურ დირექტორთან ერთად უნდა შეადგინოთ ბიუჯეტი IT დეპარტამენტისთვის. უნდა იმუშაოთ შესაბამის პერსონალთან ერთად არსებული ტექნოლოგიების ექსპლუატაციის განსაზღვრასა და განხორციელებაზე, როგორც მარკეტინგისა და გაყიდვებისთვის, ასევე კომუნიკაციისა და კომპანიის შიდა საჭიროებებისთვის. თქვენ უნდა გადახედოთ IT პროგრესს, შეინარჩუნოთ სისტემები და რეგულარულად

მოახსენოთ კომპანიის მმართველ გუნდს მათ შესახებ.

ორგანიზაციაში არსებული ინფორმაცია ყველასთვის მნიშვნელოვანია, მათ შორის

მომხმარებლებისა და მიმწოდებლებისთვის, რათა მათ შეძლონ თავიანთი სამუშაოს შესრულება.

IT დირექტორის მოვალეობაა, უზრუნველყოს ყველაზე შესაბამისი ტექნოლოგიების გამოყენებითი სისტემები, რათა დააკმაყოფილოს კომპანიის მომხმარებელთა და მიმწოდებელთა ყველა ინფორმაციული საჭიროება.

თქვენი როლის მნიშვნელობა კომპანიაში

თქვენი მოვალეობაა, ხელი შეუწყოთ კომპანიის დაგეგმვას და მუშაობას ინფორმაციული სისტემების გამოყენებით, განსაკუთრებული აქცენტის გაკეთებით შემდეგ დონეებზე:

- სტრატეგიულ დონეზე - მმართველ გუნდთან ერთად მუშაობა და რჩევის მიცემა არსებული ტექნოლოგიების ექსპლუატაციის ყველაზე შესაფერისი გზების შესახებ. ასევე, ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების წყაროებსა და საჭიროებაზე.
- ოპერაციულ დონეზე - მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფა, საიმედო IT მომსახურება ორგანიზაციაში ტრენინგების, განვითარების, რეალიზაციისა და მონიტორინგისთვის, ასევე, ეფექტური სისტემებისათვის. IT-თან დაკავშირებული პროექტების მხარდაჭერა და ჩაბარება, სადაც ერთმანეთთან შესაბამისობაში იქნება ხარჯები და დროის რესურსები.

დღევანდელ ბიზნესში IT მენეჯერის როლია, წარმოაჩინოს ინფორმაციული ტექნოლოგიების მნიშვნელობა, უფრო კონკრეტულად - საბაზრო შესაძლებლობების ხელმისაწვდომობა ინტერნეტის საშუალებით. ისინი მარკეტინგის მენეჯერთან ერთად ქმნიან და მართავენ სოციალურ გვერდებს.

IT დირექტორის როლი მოიცავს კომპანიის ვებგვერდის შექმნის პასუხისმგებლობას, რაც მარკეტინგთან ერთად ეხმარება, პროდუქტის/მომსახურების რეალიზაციას.



აქტივობა 3.1. მინი კომპანიის როლები

შეარჩიეთ მინიკომპანიის ერთ-ერთი როლი და დეტალურად შეისწავლეთ მისი საქმიანობა შემდეგ ჩამოწერეთ მისი თვისებები.

ჩემი შერჩეული როლი:

მისი ძირითადი საქმიანობა:

მისი თვისებები:

საბჭო და საბჭოს სხდომები

საბჭო არის კომპანიის წევრებისგან შემდგარი ორგანო. იგი წევრების ერთობლივი ძალისხმევით ზედამხედველობას უწევს კომპანიის საქმიანობას.

მინიკომპანიის ყველა წევრი არის საბჭოს წევრი.

საბჭო ირჩევს თავმჯდომარეს, იღებს სხვა მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებებს, შეარჩევს შეკრების ადგილსა და დროს.

საბჭოს ტიპური მოვალეობებია:

- ორგანიზაციის მართვა საბჭოს შესაბამისი დადგენილებებისა და ოქმების საფუძველზე;
- აღმასრულებელი პირების არჩევა, დანიშვნა, მხარდაჭერა და მათ საქმიანობაზე კონტროლი;
- შესაბამისი ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობაზე ზრუნვა;
- ბიუჯეტებისა და სტრატეგიების დამტკიცება;
- მმართველი დირექტორების ზედამხედველობა ორგანიზაციის საქმიანობის შესახებ. დიდ ორგანიზაციებში, სადაც ბევრი აქციონერია, მეტი მოქნილობისთვის ირჩევენ საზედამხედველო საბჭოს, რომელიც ანგარიშვალდებულია აქციონერების წინაშე კომპანიის ეფექტიან მართვასთან დაკავშირებით;

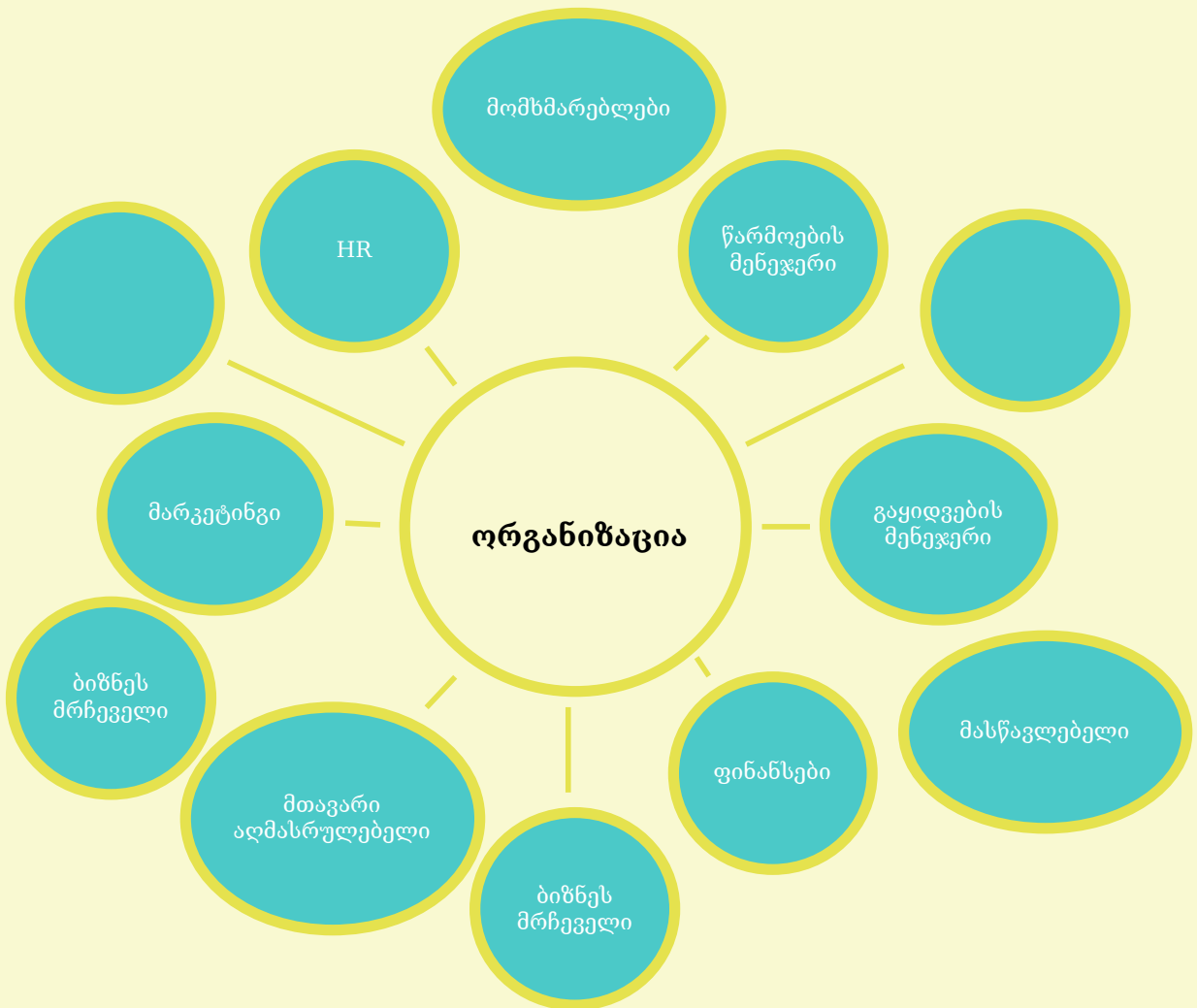
საბჭოს სხდომის ტიპური დღის წესრიგი:

- ბოლო შეხვედრის ოქმის დამტკიცება. ეს საბჭოს წევრებს საშუალებას აძლევს, ჩაინიშნონ შეცდომები და დაამატონ გამოტოვებული პუნქტები.
- ახალი საკითხების ინიცირება. წევრები ერთმანეთს ხვდებიან იმისთვის, რომ გაზარდონ განსახილველი საკითხების ნუსხა, რომლებიც არ იყო განხილული გამოქვეყნებულ დღის წესრიგში.
- სტრატეგიული გადაწყვეტილებები. მაგალითისთვის, ეს შეიძლება მოიცავდეს ცვლილებებს სტრატეგიაში, მარკეტინგში, პროდუქციაში და ა.შ.
- კომპანიის სხვადასხვა განყოფილების ანგარიშები, ფინანსური დირექტორის დეტალური ანგარიში. ეს არის კომპანიის ფინანსური მხარის წარმოდგენა.
- გენერალური დირექტორის ანგარიში. იგი ძირითადად მოიცავს ახალ ინიციატივებს, ბიზნესის პერსპექტივებს შეკვეთების ჩათვლით, აგრეთვე, წინასწარ გათვლილ საფრთხეებს და შესაძლებლობებს, ასევე, მიმდინარე პროექტების მიმოხილვას.
- ნებისმიერი სხვა საკითხი.
- ახალი შეხვედრის თარიღი.



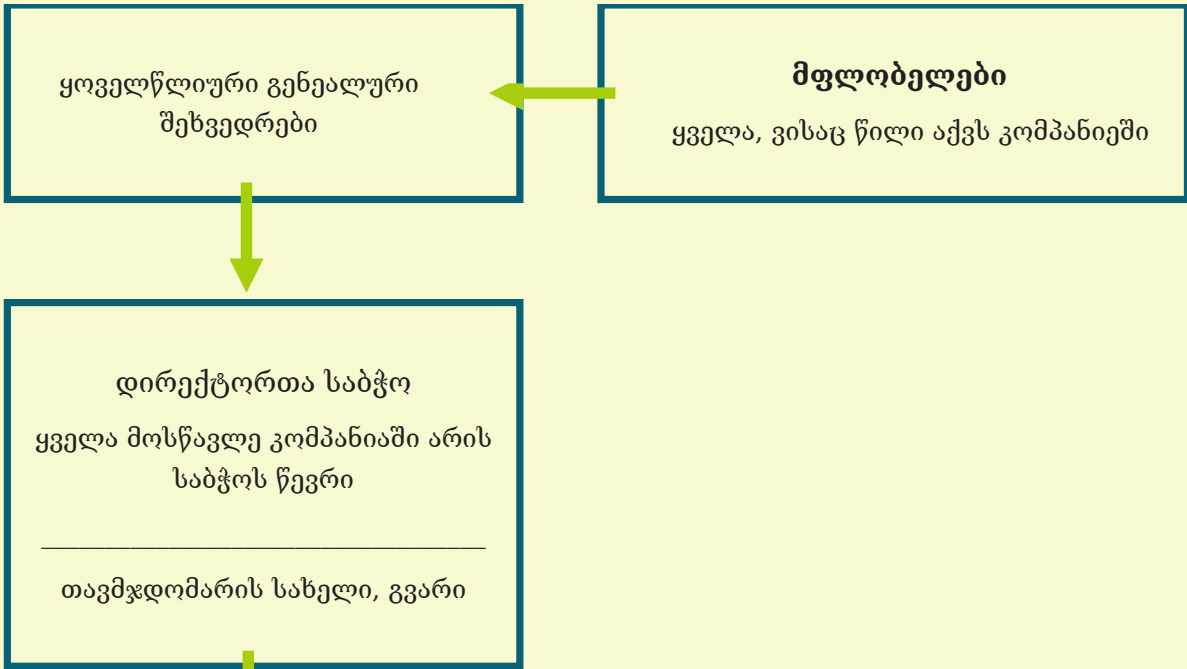
აქტივობა 3.2. მინიკომპანიის ორგანიზაციული მოდელი და სქემა

ამ ნახაზის მოამზადეთ თქვენი კომპანიის ორგანიზაციული მოდელი და სქემა, გადახაზეთ ის პოზიციები, რომლებიც არ დაგჭირდებათ და დაამატეთ, რომელიც გჭირდებათ.





მინიკომპანიის ორგანიზაციული სქემა



კომპანიის სახელი

ბიზნეს იდეა:

ყველა წევრის სახელი, გვარი:

გენერალური დირექტორი

ლიდერობის შესახებ

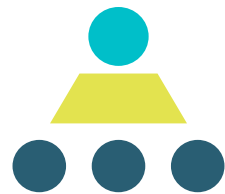
ყველა ორგანიზაციას სჭირდება პირი, ვინც მას გაუძღვება და უჩვენებს გზას წინსვლისკენ, ვინც მის წევრებს ხელს შეუწყობს და მისცემს მოტივაციას წარმატების მისაღწევად. ეს არის თქვენი, როგორც გენერალური დირექტორის ამოცანა. აღნიშნული ყველაზე მნიშვნელოვანი და რთული საკითხია ნებისმიერ კომპანიაში.

თქვენი პასუხისმგებლობაა:

- დასახოთ კომპანიის მიზნები და უზრუნველყოთ გამართული ბიზნესგეგმის შექმნა;
- დარწმუნდეთ, რომ ეს გეგმა არის მიღწევადი;
- შექმნათ კარგი სამუშაო გუნდი;
- მისცეთ მოტივაცია გუნდის წევრებს;
- დარწმუნდეთ, რომ დავალებები არის გადანაწილებული და ყველას აქვს სამუშაო;
- ურთიერთობა გქონდეთ ყველასთან ისე, რომ იცოდეთ, რას აკეთებენ ისინი;
- ძალისხმევა არ დაიშუროთ იმისთვის, რომ მომხმარებელი აღფრთოვანებული დარჩეს კომპანიით. ამაში აქტიურ როლს თამაშობს კომპანიის პროგრესის მუდმივი მიმოხილვა, ასევე მნიშვნელოვანია თითოეული წევრის როლი მომხმარებლის კმაყოფილების მიღწევაში;
- საჭირო შემთხვევებში, წარადგინოთ თქვენი კომპანია;
- ნება დართოთ შესაბამის პირებს, რომ დაიწყონ მუშაობა კომპანიის პროგრამის ვებგვერდის შექმნაზე.

როგორ უნდა დაუკავშიროთ სხვა წევრები თქვენს კომპანიას?

მნიშვნელოვანია, ერთმანეთისგან განასხვაოთ „ლიდერობა“ და „უფროსობა“ - ეს ორი ცნება საკმაოდ განსხვავდება ერთმანეთისგან. როგორც ლიდერი, სხვებისთვის თქვენ უნდა გახდეთ კარგი მაგალითი, როდესაც საქმე ეხება პუნქტუალობას, წარმატების დაგეგმვას, სიძნელების გადალახვას, სხვა ადამიანების აზრების მოსმენას.



აქციონერთა შეხვედრაზე (ყველა მოსწავლე არის დირექტორი) ყველა დირექტორი სარგებლობს თანაბარი უფლებით. თითოეულ მათგანს შეუძლია დაასახელოს სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღწევის გზები. თქვენ, ისევე როგორც ყველას, შეგიძლიათ, მიიღოთ და შეასრულოთ უმრავლესობის გადაწყვეტილება. მას შემდეგ, რაც გადაწყვეტილება მიიღება, თქვენი საქმეა მისი განხორციელების უზრუნველყოფა. სხდომათა დარბაზის გარეთ, გუნდმა მიმართულება უნდა მიიღოს უშუალოდ თქვენგან.

ჩვეულებრივ, თქვენ უხელმძღვანელებთ მმართველ გუნდს, რაც დირექტორთა ფუნქციაა. როგორ წესი, არავის ეუბნებით, თუ რა გააკეთონ მათ წარმოების სფეროში, ვინაიდან ეს წარმოების მენეჯერის მოვალეობაა.

თქვენ მჭიდროდ უნდა იმუშაოთ ფინანსურ დირექტორთან ერთად, განსაკუთრებით, საწყის ეტაპზე, როდესაც ერთობლივად აყალიბებთ ბიზნესგეგმას. აღნიშნული მოიცავს მნიშვნელოვან ფინანსურ ინფორმაციასაც.

დაგეგმვა

კოორდინაცია და მოტივაცია

როდესაც თქვენ პირველად ქმნით კომპანიას, ყველა წევრი ხელმძღვანელობს თქვენი რჩევებით, მუშაობენ ერთად, რათა მიღწეული იქნას:

- მისია: კომპანიის აქვს ნათლად ჩამოყალიბებული ძირითადი დანიშნულება და მიზანი;
- მთელი რიგი ამოცანები: მისიის მისაღწევად განსახორციელებელ მიზნებთან შეთანხმებული ღონისძიებები.

მოიყვანეთ თქვენი მინიკომპანია მოქმედებაში

- მინიკომპანიის საქმიანობა დამოკიდებულია თქვენზე, როგორც ლიდერზე;
- ბევრმა მინიკომპანიამ შეწყვიტა საქმიანობა სწორედ იმის გამო, რომ დროულად და საკმარისად სწრაფად არ მიიღეს შესაბამისი გადაწყვეტილებები;
- შეხვედრების დაგეგმვა და ჩატარება დამოკიდებულია თქვენზე და რაც უფრო ხშირად გაიმართება ასეთი შეხვედრები, მით უფრო სწრაფად გარდაიქმნება თქვენი წამოწყება ბიზნესად. თქვენ ხართ თავმჯდომარე - ეს თქვენი პასუხისმგებლობაა!
- მოამზადეთ მთელი წლის განრიგი.

ბიზნესგეგმა

მოამზადეთ გეგმა ფუნქციურ დირექტორებთან ერთად. ეს უნდა იყოს რაც შეიძლება მოკლე წერილობითი განაცხადი, რომელიც მოიცავს არსებით საკითხებს, კერძოდ:

- კომპანიის შესახებ არსებითი დეტალები - სახელი, საწესდებო კაპიტალი, აღმასრულებელი დირექტორები/მენეჯერები/პრეზიდენტები;
- პროდუქტი/მომსახურება - აღწერა და გზა, თუ როგორ შეიქმნება ის ანუ ღირებულების ჯაჭვი;
- მარკეტინგული სტრატეგია - სად და ვინ გაყიდის პროდუქციას;
- საბაზრო კვლევა, კონკურენცია, პოპულარიზაცია, რეკლამირება;
- მოსალოდნელი გაყიდვები - სავარაუდო გაყიდვების მოცულობა და ღირებულება;
- კადრები - მოსწავლეთა რაოდენობა, ანაზღაურება და ბონუსები;
- ფინანსები - საწარმოო ხარჯები და ნულოვანი მოგების წერტილი;
- კაპიტალიზაცია;
- ხარჯთაღრიცხვა;
- ფულადი ნაკადების უწყისი.

გეგმა წარდგენილი და დამტკიცებული უნდა იყოს საბჭოს (ყველა მოსწავლის) მიერ. ის შეიძლება ასევე გამოყენებული იქნას კომპანიის გარეთ, მაგალითად, სესხისთვის ან პოტენციური აქციონერების დასარწმუნებლად. ყველაზე დიდი ბანკებიც კი შესაძლებელია, რომ დაარწმუნოთ კარგი ბიზნესგეგმით.

განრიგი

მნიშვნელოვანია თავიდანვე განრიგის დაგეგმვა.

შეამოწმეთ ვადები: სავაჭრო ღონისძიებებისთვის, ტრენინგებისთვის, საპრეზენტაციო საღამოებისთვის, გამოცდებისთვის, კონფერენციებისთვის, ეროვნული დღესასწაულებისთვის.

ყურადღებით განიხილეთ თქვენი წარმოებისა და გაყიდვების განრიგი.

ფუნქციონირება

საერთო პასუხისმგებლობა

თქვენ ხართ მთავარი პერსონა, რომელიც პასუხს აგებს კომპანიაზე, როდესაც წარადგენს მას სხვა ორგანიზაციებთან, მედიასთან, სხვა კომპანიებსა და ზოგადად, საზოგადოებასთან.

თქვენ ხართ მთავარი ფიგურა. თქვენ ასევე ხართ პერსონა, რომელიც საბოლოო ჯამში, პასუხს აგებს მთლიანად კომპანიის საქმიანობაზე. თქვენ გეკისრებათ სამმაგი პასუხისმგებლობა:

- აქციონერების წინაშე მათი ინვესტიციებისთვის კომპანიაში;
- თანამშრომლების წინაშე, მათი სამუშაო პირობებისთვის, სამუშაო კეთილდღეობისა და სამუშაო კმაყოფილებისთვის.
- მომხმარებლების, მიმწოდებლების, მრჩევლებისა და სხვათა წინაშე. კომპანიის საქმიანობას შეუძლია მათზე გავლენის მოხდენა.

თქვენ უნდა უზრუნველყოთ, რომ:

- თქვენმა გუნდმა შეძლოს თავისი საქმიანობების კოორდინირება;
- სხვადასხვა დეპარტამენტმა კოორდინირებულად იმოქმედოს ერთმანეთთან მიზნებისა და ბიზნესგეგმის შესრულებისთვის;
- ყველამ გააანალიზოს, რომ ამოცანები არის ურთიერთდაკავშირებული და ურთიერთდამოკიდებული;
- არცერთი განყოფილება არ უნდა იყოს კომპანიაში უფრო მნიშვნელოვანი, ვიდრე რომელიმე სხვა. ყველა განყოფილებამ უნდა იმუშაოს ერთად, როგორც გუნდმა, კმაყოფილი მომხმარებლის შესანარჩუნებლად;
- კომპანიის კაპიტალი უნდა მართოთ პასუხისმგებლობით და ეფექტიანად.

მიმდინარე შეხვედრები (თქვენ ან საბჭოს თავმჯდომარე)

თქვენ ხართ პასუხისმგებელი, რომ:

- დღის განრიგი იყოს მომზადებული;
- შესაბამისი პირები ჩაერთონ სადისკუსიო პროცესში;
- ყველა პირმა, ვისაც სურს საუბარი და აზრის გამოთქმა, ჯერ თქვენგან მიიღოს ნებართვა;
- ყველა დაინტერესებულმა პირმა თქვას თავისი სათქმელი, გამოხატოს საკუთარი აზრი;
- დამსწრე პირებმა არ გამართონ პირადი საუბრები, ისხდნენ მშვიდად, ვიდრე არ მიანიშნებთ, რომ შეუძლიათ სიტყვით მიმართონ გამომსვლელს;
- თითოეულ საკითხზე უნდა იქნას მიღებული ნათელი, ცხადი გადაწყვეტილებები. საჭიროა მათი ასახვა შესაბამის ოქმში (ეს არის ძალიან მნიშვნელოვანი, მაშინაც კი, თუ ერთ-ერთი საკითხი არ განხილულა ან იგი მოიხსნა დღის წესრიგიდან);
- მითითებულ იქნას აქტივობები და მათზე პასუხისმგებელი პირები.

შეხვედრების შინაარსი

- საჭიროა წინასწარ ბოდიშის მოხდა პირის არგამოცხადების შემთხვევაში;
- ოქმის წაკითხვა, დღის წესრიგის გაცნობა, თუ იგი წინასწარ არ არის დაგზავნილი ან შეთანხმებული. იკითხეთ, შეესაბამება თუ არა აღნიშნული რეალობას. დასტურის

შემთხვევაში, დამსწრე პირებს მოაწერინეთ ხელი;

- ადრე გადადებული საკითხების განხილვა (წინა შეხვედრიდან). დამსწრე პირების თანხმობის შემთხვევაში, დამატებით განიხილეთ სხვა მნიშვნელოვანი საკითხები, რომლებიც არ არის გათვალისწინებული მიმდინარე დღის წესრიგით;
- დღის წესრიგის გავლა, ფუნქციური/აღმასრულებელი დირექტორების ანგარიშების მოსმენით და გადაწყვეტილებების მიღებით. დარწმუნდით, რომ ყველასთვის გასაგებია გადაწყვეტილებები და მიუთითეთ, ვინ არის პასუხისმგებელი პირი;
- განიხილეთ სხვა შესაბამისი ბიზნესის წევრების სურვილი გაფართოებისათვის;
- შემდეგი შეხვედრებისთვის შეათანხმეთ თარიღი, დრო და ადგილი.

მონიტორინგის პროცესი და დახმარება

- ზოგადად გჭირდებათ ყველა ფუნქციური დირექტორის როლის გაგება;
- რეგულარულად დაამყარეთ კავშირი თითოეულ ფუნქციურ დირექტორთან;
- მოერიდეთ მათ ნაცვლად საქმის შესრულებას და მათ საქმიანობაში ჩარევას;
- რეგულარულად აწარმოეთ სამიზნე მონიტორინგი და საჭიროებისამებრ განახორციელეთ მაკორექტირებელი ქმედებები.

პროგრამის ბოლოს

მომზადეთ კომპანია ლიკვიდაციისთვის

- ეს ვადები უნდა შეთანხმდეს წინასწარ;
- ვაჭრობის შეწყვეტის თარიღი - საბოლოო ანგარიშის თარიღი;
- საბჭოს შეხვედრის თარიღი მოგების განაწილებისთვის;
- აქციონერთა შეხვედრის თარიღი;
- თარიღი, როდესაც ფუნქციური დირექტორები მდივნებს გადასცემენ მოხსენებებს კომპანიაში ჩართვასთან დაკავშირებით;
- ანგარიშის წარდგენა.

გაითვალისწინეთ შემდეგი საკითხები:

- რამდენი დრო დასჭირდება თქვენი მარაგების გაყიდვას (შესაძლოა ფასდაკლებით) მას შემდეგ, რაც შეწყდება წარმოება?
- რამდენი დრო დასჭირდება ფინანსურ დირექტორს პროექტის ანგარიშების მოსამზადებლად?
- განიხილეთ, რა არის საჭირო აქციონერთა შეხვედრის მოსამზადებლად;
- არის თუ არა კავშირში გაყიდვები და წარმოება აქციების ფასის დაწევასთან?

კომპანიის ლიკვიდაცია

წლიური ანგარიში არის ყველაზე მნიშვნელოვანი. ეს მოითხოვს გარკვეულ დროს და იგი საჭიროა კომპანიის კონკურენტუნარიანობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდებისა და აქციონერების ინფორმირებულობისთვის. ანგარიში იწერება თითოეული ფუნქციური დირექტორის მიერ. ნათლად, სწორად და ზედმეტი გამეორებების გარეშე, მისი მომზადება დამოკიდებულია თქვენსა და მდივანზე.



ასევე, დარწმუნდით, რომ ის შეესაბამება დადგენილ წესებს. ჩართეთ ყველა. ზოგიერთს შეიძლება ჰქონდეს დაგეგმვის, ხოლო სხვებს - წარმოების პროცესების მართვის ნიჭი.

თქვენ უნდა წაიკითხოთ და ნახოთ საბოლოო დოკუმენტი.

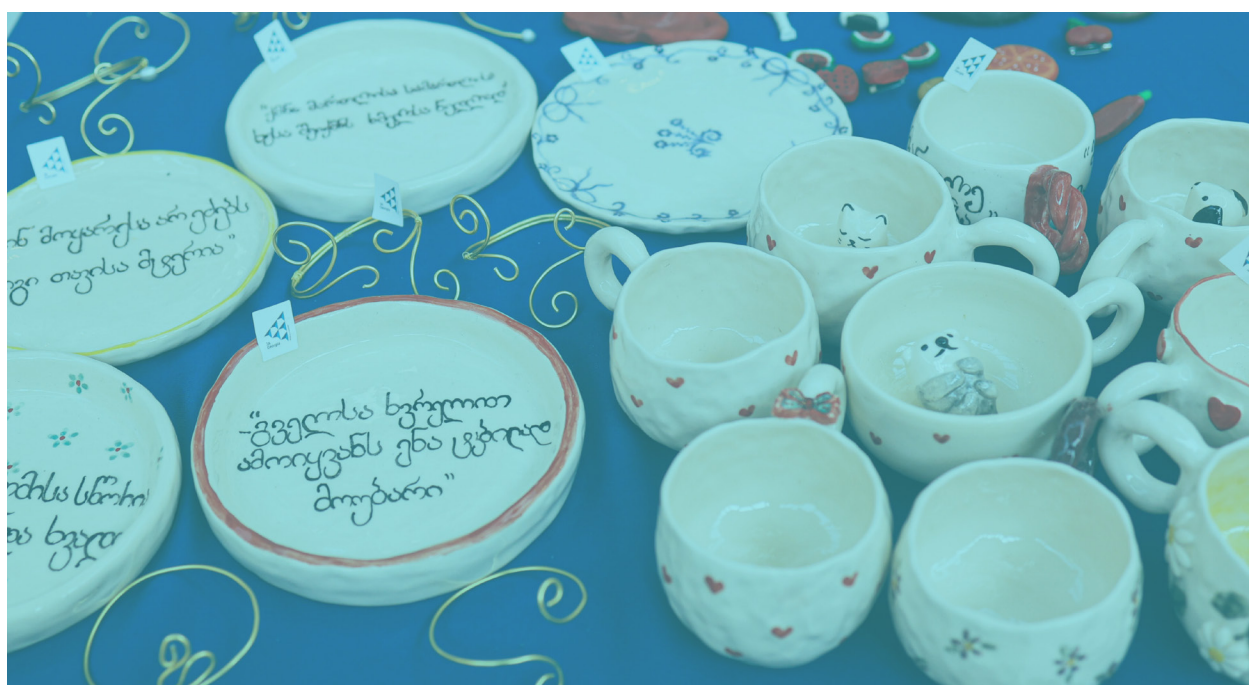
მიიღეთ ზომები აქციონერთა შეხვედრის ჩასატარებლად მრჩევლებთან ერთად. შეათანხმეთ თარიღი, დრო, ადგილი, ფორმატი და მოწვეულ პირთა სია. ეს უნდა იყოს მთავარი შეხვედრა და იგი მოითხოვს ფრთხილ დაგეგმვას. მიიღეთ რჩევები. ჩვეულებრივ, თქვენ იქნებით თავმჯდომარე (გახსოვდეთ, რომ მადლობა გადაუხადოთ ყველას, ვინც აღმოგიჩინათ დახმარება).

საბჭოს სხდომამდე გაიარეთ კონსულტაცია ფინანსურ დირექტორთან და ხელმძღვანელთან, მოგების განაწილებასთან დაკავშირებით.

შეისწავლეთ ლიკვიდაციის ფინანსური ასპექტები იმისათვის, რომ წერილობით შეძლოთ მისი სრულად გადმოცემა.

ზოგიერთი უნარები და თვისებები, რომლებიც დაგჭირდებათ განსავითარებლად:

- იმის უნარი, რომ დაუსახოთ ნათელი მიზნები კომპანიას, საკუთარ თავსა და კოლეგებს;
- იმის გაგება, თუ როგორ მუშაობს ბიზნესი;
- სხვადასხვა დეპარტამენტის დაკავშირება ერთობლივი, ეფექტიანი მუშაობისთვის;
- ძირითადი საკითხების გაანალიზება და მათზე კომპანიის ფოკუსირება;
- პრობლემის ალტერნატიულად გადაჭრის გზის ფორმულირების შესაძლებლობა;
- იმის ცოდნა, თუ რა გავლენას ახდენს კომპანიის საქმიანობა მესამე პირებზე;
- ლიდერობა და უფლებათა დელეგირება;
- პასუხისმგებლობის ასაღებად მზადყოფნა;
- გავლენის მოხდენა;
- თანამშრომელთა მოტივირება, რომ ამაღლდეს მათი უნარები და შესაძლებლობები, განვითარდეს გუნდური სულისკვეთება;
- გამოიჩინეთ დიპლომატია, მოექეცით ადამიანებს ფრთხილად და ტაქტიანად;
- მოიპოვეთ სხვების პატივისცემა, გავლენა მოახდინეთ მათზე;
- მოახდინეთ სამართლიანობის და ძალაუფლების დემონსტრირება, განსაკუთრებით იქ, სადაც კონფლიქტის წარმოშობა აშკარაა.





აქტივობა 3.3. პიროვნული თვისებების განსაზღვრა

ეს სავარჯიშო დაგეგმარებათ, განსაზღვროთ პიროვნული თვისებები/მახასიათებლები.

მითითება: 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 იქნას, როგორც საწყისი წერტილი როლების განსაზღვრისთვისა და ჯგუფის წევრებს შორის კოლპერაციისათვის.

ჩემი მახასიათებლები/თვისებები	ჩემი ქულები				
	არც ისე კარგი	საშუალო			მაღალი
	1	2	3	4	5
ადვილად ვერთვები სხვადასხვა საქმიანობაში					
ვარ პროდუქტიული და კარგად შემიძლია რაიმეს გაკეთება/შედეგების მიღება					
კარგად გამოძის ის, რის გაკეთებასაც ვაპირებ/ ვგეგმავ წინასწარ დათქმულ დროს					
მაქვს მოთმენის უნარი/ნებისყოფა					
ვარ კომუნიკაბელური					
შემიძლია დახმარება და სხვასთან მუშაობა					
პატივს ვცემ სხვებს					
ვარ ლოიალური					
ვარ მოწესრიგებული					
ვარ პუნქტუალური					
ვარ მოხერხებული					
კარგად შემიძლია პრობლემების გადაჭრა					
ვარ შემოქმედებითი					
კარგად შემიძლია სტრესის მართვა					
მომწონს დამოუკიდებლად მუშაობა					
შემიძლია გარემოში ადვილად ადაპტირება					
ვარ ამბიციური					
ვარ სტრუქტურირებული					
ვარ პოზიტიური					
შემიძლია ფოკუსირება					

აქტივობა 3.4. გენერალური დირექტორის თვისებები

“კომპანიების” უმეტესობას ჰყავს გენერალური დირექტორი ან პრეზიდენტი და მმართველი გუნდი, რომელიც კომპანიის ძირითად საფინანსო პერსონალს, წარმოებისა და მარკეტინგის განყოფილებას ხელმძღვანელობს და აერთიანებს.

მოსწავლეებმა უნდა აირჩიონ გენერალური დირექტორი (კომპანიის ნებისმიერ წევრს შეუძლია კენჭი იყაროს ამ პოზიციაზე). სხვა წევრებს ირჩევენ უშუალოდ განყოფილებაში ადამიანური რესურსების მენეჯერებთან კოორდინაციით. ზოგჯერ, კომპანიაში დირექტორებს (ვიცე-პრეზიდენტებს) გენერალური დირექტორი (პრეზიდენტი) კონსულტანტის ან მასწავლებლის რჩევით ნიშნავს.

“კომპანიის” წარმატებები მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია გენერალური დირექტორისა და მმართველი გუნდის წევრების მოხერხებულობაზე.

ჯერ ინდივიდუალურად, შემდეგ 4-5 კაცთან გუნდებში, უპასუხეთ ქვემოთ მოცემულ კითხვებს. საბოლოო მიგნებები გაუზიარეთ კლასს.

რა თვისებებით შეარჩევთ ლიდერს?

ყველა კარგ ლიდერს ერთნაირი თვისებები უნდა ჰქონდეს? ფეხბურთის ან კალათბურთის კაპიტანს და მათემატიკური კლუბის ან მოსწავლეთა საბჭოს პრეზიდენტს ერთნაირი თვისებები უნდა გააჩნდეთ? დაასაბუთეთ თქვენი აზრი.

რა განსაკუთრებული თვისებები და უნარ-ჩვევები სჭირდება ლიდერს ბიზნესის სფეროში?

გაქვთ თუ არა თქვენ ზოგიერთი ეს თვისება? გსურთ თუ არა, რომ იყოთ კომპანიის ხელმძღვანელი? რატომ გსურთ? რატომ არ გსურთ?



აქტივობა 3.5. ჩემი პირველი სამუშაოს განაცხადი!

თქვენ უკვე მზად გაქვთ CV, აირჩიეთ სასურველი პოზიცია და შეავსეთ სამუშაო განაცხადის ფორმა.

ჩემი პირველი სამუშაოს განაცხადი!

ახლა დროა, რომ კომპანიის მმართველი გუნდის დაკომპლექტება დაიწყო.

თქვენ უკვე მომზადებული გაქვთ CV.

ახლა უნდა აირჩიოთ, რა როლის შესრულება გსურთ კომპანიაში. მოამზადეთ სამუშაოზე მიღების განაცხადი და CV-თან ერთად ჩააბარეთ იმ პირს, რომელიც ტალანტების ბაზრის ორგანიზებაზე პასუხისმგებელი. ეს შესაძლებელია იყოს თქვენ მიერ შერჩეული პირი ან მასწავლებელი.

განაცხადის ფორმა

თარიღი: _____

სახელი, გვარი: _____

მისამართი: _____

ტელეფონი: _____

რა თანამდებობაზე შემოგაქვთ განაცხადი? _____

ამ თანამდებობისთვის შესაბამისი რა გამოცდილება ან უნარები გაგაჩნიათ?

თუ გაქვთ ჰობი/სკოლის გარეთ აქტივობები?

გაქვთ თუ არა სამუშაო გამოცდილება?

რა გეგმები გაქვთ სკოლის დამთავრების შემდეგ?

რეკომენდატორები: (დაასახელეთ ერთი ან ორი ადამიანი, რომელიც კარგად გიცნობთ და ვისაც შეიძლება, რომ დაგუკავშირდეთ, საჭიროების შემთხვევაში).

1. _____
(სახელი, გვარი) (ტელეფონი)

2. _____
(სახელი, გვარი) (ტელეფონი)

მოუთმენლად ველი თქვენს გამოხმაურებას.

ხელმოწერა

სამუშაოზე აყვანის პროცესი

მას შემდეგ, რაც მოგროვდება ვაკანსიებზე განაცხადები, უნდა დაიგეგმოს კანდიდატებთან გასაუბრება.

გასაუბრების კომისიაში უნდა მონაწილეობდეს კლასის ყველა მოსწავლე. ასევე, შეიძლება მოიწვიოთ: კლასის დამრიგებელი, მოხალისე მენტორი, დირექტორი, მშობელი ან სხვ.

თავდაპირველად, გენერალურმა დირექტორის კანდიდატმა უნდა წარადგინოს საკუთარი თავი, ამ პროცესს ჰქვია „ხიბლვა“, ხოლო ტექსტს „სახიბლავი“ (PITCHING და PITCH), პროცესს არ უნდა დასჭირდეს 1 წუთზე მეტი. შემდეგ, კომისიის წევრობა უნდა დასვან კითხვები.

კომისიის წევრებმა უნდა იხელმძღვანელონ ინტერვიუს ქვემოთ მოცემული გზამკვლევით:

ინტერვიუს გზამკვლევი

კითხვა	კომენტარი
სახელი	
გვარი	
განათლება	
სამუშაო გამოცდილება	
ჰობი/თავისუფალ დროს განხორციელებული აქტივობები	
ინტერესები	
რატომ გსურთ ამ პოზიციაზე მუშაობა?	
ამ პოზიციისთვის შესაბამის რომელ უნარებს ფლობთ?	
დაასახელეთ თქვენი სამი პოზიტიური თვისება	
შეგიძლიათ, რომ დაასახელოთ თქვენი ნაკლებად კარგი თვისება?	
შეძლებთ თუ არა გუნდში მუშაობას?	
მოგწონთ თუ არა პასუხისმგებლობის საკუთარ თავზე აღება?	
გუნდან ერთად გირჩევნიათ მუშაობა, თუ დამოუკიდებლად?	
დასკვნა	
რეკომენდაციები	
მინიჭებული ქულა (1-დან 10-მდე. 1 შეესაბამება ძალიან ცუდს, 10 - ძალიან კარგს)	
კომპანიის წევრი:	_____ ხელმოწერა

შემდეგ ჩატარდება კენჭისყრა. კომისიის წევრების მიერ დაწერილი ქულები შეჯამდება და საუკეთესო ქულის მქონე კანდიდატი დაიკავებს მინიკომპანიის ხელმძღვანელის თანამდებობას.

ამასთანავე, მომზადდება შესაბამისი პირველადი ხელშეკრულებები ქვემოთ მოცემული ნიმუშის შესაბამისად.

შრომითი ხელშეკრულება	
ადგილი _____	თარიღი _____
სახელი, გვარი: _____	
სკოლა/კოლეჯი: _____	
კლასი: _____	
გვაქვს პატივი გაცნობოთ, რომ თქვენ გაქვთ შემოთავაზება _____ თანამდებობაზე, კომპანიაში _____.	
კეთილი სურვილებით, _____	
(ხელმოწერა)	
დიახ, ვეთანხმები შემოთავაზებას _____ თანამდებობაზე, კომპანიაში _____.	



გახდი ლიდერი! აკეთე შენი საქმე საუკეთესოდ

თუ გინდათ, ბედნიერი იყოთ,

მთელი ძალები სხვა ადამიანების ბედნიერებას მოახმარეთ.

- ტადიო კასიო

ლიდერობა არის უნარი, უზრუნველყო გუნდის წარმატება დასახული მიზნის მიღწევისას. ბუნება მხოლოდ ადამიანთა მცირე ნაწილს აჯილდოვებს ლიდერობის უნარით. უმეტესობას მისი შესწავლა უხდება. სწავლას კი დრო და წვრთნა ჭირდება. კარგი ლიდერი, ეს ის ადამიანია, რომელიც შთააგონებს ხალხს, იმუშაონ ერთად საერთო მიზნის მისაღწევად, ამავდროულად მოუვლის, დააპურებს, ასწავლის და შეუსწორებს მათ.

გახსოვდეთ, ადამიანები პროფესიით კი არ ფასდებიან არამედ პროფესონალიზმით!

მოექცეთ პატივისცემით - კომპანიის ყველა წევრი უნდა გრძობდეს, რომ მას და მის მიერ შესრულებულ სამუშაოს დიდი მნიშვნელობა აქვს კომპანიისათვის. იქონიეთ უნარი, მოისმინოთ მათი პრობლემები, გეგმები და იდეები.

თანამშრომლებს გააცანით ინფორმაციები - დარწმუნებული იყავით იმაში, რომ კომპანიის ყველა წევრი ფლობს სამუშაოს კარგად შესრულებისათვის აუცილებელ ინფორმაციას.

დასახეთ მიზნები - გააკეთეთ მიზანთა წერილობითი და მათი შესრულების სავარაუდო ვადები.

გაანაწილეთ მოვალეობანი - კომპანიის მიზნების დასახვის შემდეგ წინაშე დასვით მათი მიღწევის ამოცანები. იყავით ტაქტიანი: კი არ უბრძანოთ, არამედ სთხოვეთ.

ელოდეთ წარმატებებს - სთხოვეთ კომპანიის წევრებს დირექტორთა საბჭოს სხდომაზე გააკეთონ ანგარიში კომპანიის საქმიანობის წარმატების შესახებ და ხაზი გაუსვით დასახული მიზნების მიღწევის აუცილებლობას.

იკითხეთ რჩევა - კომპანიის წევრებს ყოველი მნიშვნელოვანი პრობლემის, გეგმის, იდეის შესახებ რჩევა ჰკითხეთ.

მოიქეციით ნდობით და საკუთარ თავზე აიღეთ პასუხისმგებლობა - დაე ყველამ იცოდეს კომპანიის სხვა წევრთა მიღწევების შესახებ. მათი წარუმატებლობის შემთხვევაში კი საკუთარ თავზე აიღეთ ყოველგვარი ვალდებულებანი.

იყავით ენთუზიასტი - პოზიტიური და ოპტიმისტური დამოკიდებულება საქმისადმი კომპანიის წევრთა პატივისცემის მოპოვების საშუალებას მოგცემთ. მზად იყავით დახმარების ხელი გაუწოდოთ სხვას.

დავით აღმაშენებელი - ქართველი ლიდერი

სწრაფად და მძლავრად ამოქმედდა. მოუწოდა და შემოიყარა ყველა...

დღე და ღამე სჭედნენ საჭურველს და მეფე იყო მჭედელთა შორის მჭედელი უპირველესი...

იჭურვებოდნენ და იწვრთებოდნენ და მეფე იყო უპირველესი მწვრთნელიცა და წვრთნილიც...

გადადიოდნენ ამხედრებულნი და დათქარუნობდნენ უსწორმასწორო მაღლობ-დაბლობებზე და ღიჭიანისა და ქვალორღიან ნაგზაურებზე, კლდეზე გაკიდულ გზა წვრილებზე და თანითანებზე და აქაც დავით მეფე იყო მხედართა შორის გულუძვრელობით და სიხაუქით მხედარი უპირველესი.

არავინ ყავდა ტოლი ხმაღში, ჯირითში, ისრის სროლაში, შუბის ტყორცნაში, მუშტის ძგერებაში, სირბილში, ცურვაში, უძილობის, შიმშილის, წყურვილის, სიცხის და ყინვის დაძლევაში.

ლევან სანიკიძე

დედა ისტორია

შეჯამება

რა ვისწავლე?

რა კითხვები მაქვს?

კიდევ რა უნდა ვისწავლო?



თავი IV. ჩვენ ერთი გუნდი ვართ

ყველა კარგი გუნდური მუშაობა იწყება ოქროს წესებით. თქვენც შეიმუშავეთ კოლპერიების ანუ ერთად მუშაობის წესები.

მოექცით გუნდის წევრებს ისე, როგორც გინდათ, რომ მოგექცნენ თქვენ!

- 1. გააცნობიერეთ, რომ ადამიანები არასდროს მოხვდებიან სადმე მხოლოდ პირადი ძალისხმევით.** ჩვენ ყველას გვყავს ვიღაც, ვინც გვეხმარება ჩვენი ცხოვრების გარკვეულ მომენტებში. დაეხმარეთ თქვენი გუნდის თითოეულ წევრს უანგაროდ.
- 2. დაამყარეთ ურთიერთობები.** დაუთმეთ დრო გუნდის წევრებს, მოუსმინეთ მათ. ისინი უნდა ჩაერთონ პროცესში!
- 3. მოისმინეთ და პატივი ეცით განსხვავებულ აზრს.** ჩვენ ყველა განსხვავებულ საქმეს ვაკეთებთ, გვაქვს სხვადასხვა მიზანი და შეხედულება. ჯგუფური მუშაობა ნიშნავს, მიიღო ყველასგან საუკეთესო და გქონდეს ურთიერთობა განსხვავებულ ადამიანებთან.
- 4. არ გქონდეთ იმედი, რომ თქვენი გუნდი იქნება ზუსტად ისეთი, როგორც თქვენ ხართ.** სწორედ ეს გაძლევთ მოტივაციას, დაადგინოთ მათი ძლიერი და სუსტი მხარეები, გაიგოთ, რა მოსწონთ და რა არ მოსწონთ მათ.
- 5. მიიღეთ და დააფასეთ თქვენი გუნდი.** არაფერი კლავს მორალს ისე, როგორც მიკერძოებული ლიდერი ან გუნდის წევრი, რომელიც არ აღიარებს გუნდის წევრების წარმატებას. ლოიალურობა არის ორმხრივი.
- 6. ყოველთვის აირჩიეთ კოორდინატორი/ფასილიტატორი გუნდის შეხვედრებისთვის.** ასეთი პირის მოვალეობაა:
 - მოახდინოს საკითხზე ჯგუფის ფოკუსირება;
 - უზრუნველყოს გუნდის ყველა წევრის ჩართულობა;
 - აკონტროლოს, რომ გუნდმა დაიცვას ყველა დედლაინი (ვადა);
 - შესთავაზოს გუნდს (ურჩიოს) სხვა ალტერნატივები;
 - დაეხმაროს გუნდის წევრებს პრობლემების შეფასებაში, შეაჯამოს გუნდის გადაწყვეტილებები.





აქტივობა 4.1. გაიცანით გუნდის წევრები და ხიბლვა.

იმისთვის, რომ გუნდის წევრები ერთმანეთს უკეთ იცნობდნენ, თითოეულმა მოამზადეთ „პერსონალური გზამკვლევი“ და გაუზიარეთ იგი ერთმანეთს. ამით თქვენი გუნდის წევრებს შორის გაზრდით კომუნიკაციას, შეამცირებთ სწავლების დროსა და მოწყვლადობას.

თქვენი სახელი: _____

როგორია თქვენი მუშაობის სტილი?

გიყვართ დილით ადრე ადგომა? „დილის პიროვნება“ ხართ? მარტო გსურთ ყოფნა მეორე ფინჯან ყავამდე? არ გიყვართ რაიმეს შეწყვეტა?

კომუნიკაციის განხორციელებისას, რომელ სტრატეგიას ირჩევთ: Zoom-ის, ელფოსტის და ა.შ. რეჟიმს?

როდის უნდა მოგმართონ და როგორ?

როგორ უნდა მიხვდნენ სხვები, რომ თქვენ ხართ სასაუბროდ ხელმისაწვდომი ან თავისუფალი? თქვენთან დასაკავშირებლად სხვებისთვის რომელია საუკეთესო (ყველაზე ეფექტური) გზა?

როგორ ჯობია თქვენთან კომუნიკაცია?

როგორია თქვენი კომუნიკაციის სტილი? როგორ შეიძლება აღწერონ ეს სხვა ადამიანებმა? რაზე მიგიღიათ უკუკავშირი წარსულში? როგორ უნდა განმარტონ სხვებმა ის, რასაც აკეთებთ ან ამბობთ? არის თუ არა კომუნიკაციის რაიმე ასპექტი, რომლებზეც მუშაობთ? რა პრიორიტეტები გაქვთ ინდივიდუალური შეხვედრებისთვის? როგორ გირჩევნიათ, რომ დაგიკავშირდნენ: ელ.ფოსტით, ჩატით თუ პირადად? როგორია თქვენი ხელმისაწვდომობა არასამუშაო დროს?

რას აკეთებთ ისეთს, რომლის გამოც / რაზეც შეიძლება გაღიზიანდნენ სხვები ან არასწორად გაიგონ თქვენი ქმედება?

რა ყოფილა გაუგებრობების მიზეზები, რაც გქონიათ წარსულში? რომელმა უცნაურობებმა ან ქცევამ / მანერებმა უნებურად შეიძლება გააღიზიანოს სხვები?

რას აფასებთ სხვებში?

რომელ თვისებებს აფასებთ სხვა ადამიანებში? რა იწვევს თქვენში ნდობის დაკარგვას? ან პირიქით, ნდობის მოპოვებას?



როგორ იღებთ გადაწყვეტილებებს?

მიდრეკილი ხართ ადამიანთა გაერთიანებებისადმი და სოციალურ კონსენსუსის ჩამოყალიბებისკენ? მოგწონთ ყველა ფაქტისა და არგუმენტის მოსმენა და შემდეგ დამოუკიდებლად გადაწყვეტილების მიღება? შეგიძლიათ თუ არა საკუთარი უფლებამოსილებების სრულად ან ნაწილობრივ დელეგირება?

რა არის თქვენი ზრდის ზონა?

რა არის თქვენი ბუნდოვანი წერტილები? რაზე მუშაობთ? რით შეუძლიათ სხვებს, რომ დაგეხმარონ?

როგორია ჩემი მოლოდინები ჩემს პირდაპირ შედეგებთან?

თქვენი გუნდის თითოეული კონკრეტული წევრისთვის რომელ სამუშაოს მიიჩნევთ „ვარსკვლავურ“ სამუშაოდ? რას თვლით/მიიჩნევთ საშუალო ან ცუდ სამუშაოდ? რა არის უნიკალური თქვენს პოტენციურ მოლოდინებში, რაც შეიძლება განსხვავდებოდეს სხვა მენეჯერების მოლოდინებისგან?

რა გაღიზიანებთ?

რას ვერ მოითმენთ სხვებისგან? ? ამ დროს, რა შეიძლება მოიმოქმედოთ?

როგორ გავცემთ და ვიღებთ უკუკავშირს?

როგორ, რა გზების, არხების გამოყენებით ვამყარებთ უკუკავშირს? როგორ შეიძლება მიიღონ თქვენგან გამოსმაურება და უკუკავშირი? როგორ გირჩევნიათ, რომ თქვენი თანატოლებისგან მიიღოთ უკუკავშირი?

ხიბლვა - წარადგინე თავი! (PITCH YOURSELF!)

თქვენ გაქვთ 1 წუთი აუდიტორიის წინაშე საკუთარი თავისა და თქვენი საუკეთესო უნარების წარმოსაჩენად, რომელიც უნდა იყოს პერსონალური გზამკვლევის საფუძველზე მომზადებული. თქვენ უნდა მოხიბლოთ თქვენი გუნდის წევრები. სხვებმა უნდა მოუსმინონ და დააფიქსირონ კომენტარები.



აქტივობა 4.2. კოოპერირების ხელშეკრულება - ჩვენი ძირითადი წესები.

1. ეს არის საბაზისო წესები, რომლებიც უნდა ჩამოაყალიბოთ იმისთვის, რომ გახდეთ კარგი ჯგუფი, ანუ იმისთვის, რომ იმუშაოთ ერთად:

-
-
-
-
-

(იფიქრეთ შემდეგ საკითხებზე: მიზნებსა და მოლოდინებზე, სამუშაოს წესებსა და ნორმირებაზე, ფასილიტაციის, კომუნიკაციისა და შეხვედრის წესებზე).

დამატებითი საკითხები, რომლებზეც უნდა იფიქროთ:

2. როგორ უნდა დავრწმუნდე შესრულებული სამუშაოს ხარისხში?
3. რაზე უნდა ვიხუმროთ და რაზე - არა?
4. უნდა იყოს თუ არა რაიმე ჯილდო მათთვის, ვინც დამატებით ძალისხმევას გამოიჩინებს?
5. როგორ უნდა განაწილდეს მოგება/ნამატი?
6. რა უნდა გავაკეთოთ, თუ ვინმე არ ასრულებს თავის სამუშაოს ან არღვევს ხელშეკრულების პირობებს?

7. როგორ უნდა გადაწყვიტოთ კონფლიქტები და საკამათო საკითხები? ვინ დავგეხმარება? ყველა წევრის ხელმოწერა:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

აქტივობა 4.3. ჯგუფში შესათანხმებელ საკითხთა სია.

ჩვენ უნდა:

1. შევთანხმდეთ “მთავარ წესებზე”;
2. გავცვალოთ ერთმანეთთან საკონტაქტო ინფორმაცია;
3. დავადგინოთ შეხვედრების გრაფიკი;
4. შევარჩიოთ შეხვედრების ადგილი;
5. შევიმუშავოთ გადაწყვეტილების მიღების პროცედურები
6. ჩამოვაყალიბოთ პროექტის მიზნები;
7. გადავანაწილოთ დავალებები ;
8. დავგეგმოთ კონკრეტული ამოცანების დროში შესრულების თანმიმდევრობა;
9. გავანაწილოთ პასუხისმგებლობები და წინასწარ დავგეგმოთ მომავალი შეხვედრები, განვსაზღვროთ, ვინ შეადგენს შეხვედრების ოქმს და როგორ უნდა გავავრცელოთ იგი;
10. დავგეგმოთ, როგორ აღვნიშნოთ ამოცანის შესრულება.



აქტივობა 4.4. ბიზნესიდეა

ბიზნესიდეა არის ჯგუფური სამუშაო

კომპანიამ უნდა იმოქმედოს, როგორც გუნდმა - აუცილებელია, ყველამ გამოავლინოს თავისი პერსონალური თვისებები და ინიციატივები კომპანიის მიზნების მისაღწევად. კომპანიის თითოეული წევრი უნდა იყოს შემოქმედებითი, ხოლო პირადად თქვენ მზად უნდა იყოთ ახალი იდეების მოსასმენად და იფიქროთ კომპანიის საქმიანობის ხარისხის გაუმჯობესებაზე.

მომხმარებელთა შესწავლა

ყველა წევრმა უნდა მოისმინოს მომხმარებელთა საჭიროებები და ეცადოს, დეტალურად გაიგოს, თუ როგორ იყენებენ ისინი თქვენს პროდუქციას. ყველაზე უხეში მომხმარებლის დაკმაყოფილება ზრდის კომპანიის სტანდარტებს, ინოვაციის განვითარების შესაძლებლობასა და კონკურენტულ უპირატესობას.

ახალი პროდუქტი და მომსახურება

როდესაც თქვენ ნამდვილად შეისწავლით თქვენს მომხმარებლებს, შეგიძლიათ იპოვოთ გზა, რათა თქვენი პროდუქცია გახადოთ იდეალური კონკრეტული სამიზნე ჯგუფისთვის. შესაძლებელია, რომ მომხმარებლისთვის უფრო კომფორტული აღმოჩნდეს დამატებითი მომსახურების შეთავაზება, ვიდრე თავად პროდუქტის შეცვლა. ყველა თანამშრომლის სურვილია, აღმოაჩინოს რაიმე განსაკუთრებული ხერხი მომხმარებლის კმაყოფილებისთვის. არჩევანის შეთავაზება წარმოადგენს შესანიშნავი კომპანიის ერთ-ერთ მახასიათებელს.

იდეების ნიმუშები:

ჩვენი კომპანიის ბიზნესი ეხება ბავშვებისთვის გარემოს დაცვის საკითხებზე წიგნების შექმნასა და გაყიდვას. ჩვენს გვსურს, ავამაღლოთ ბავშვებისა და ახალგაზრდების ცნობიერება გარემოს დაცვის პრობლემებთან დაკავშირებით. წიგნები გავლენას მოახდენენ გარემოს მიმართ ეკოლოგიურ-მეგობრულ არჩევანზე, როგორც საგანმანათლებლო, ისე გასართობ-შემეცნებით პროცესში.

ჩვენ გამოვიყენებთ და გადავაკეთებთ ტანსაცმელს, რომელსაც ადამიანები არ იყენებენ ან/და ყრიან. მათგან შევქმნით რაიმე „მაგარს“. ჩვენი ტანსაცმელი სპეციალურად ახალგაზრდა ადამიანებისთვის იქნება შექმნილი. ჩვენ მივცემთ ახალ ცხოვრებას იმ ნივთებს, რომლებსაც სხვები ვერ იყენებენ და ცდილობენ, გათავისუფლდნენ მათგან.

ჩვენს პროდუქციას წარმოადგენს სპეციალური ყავა ტანზანიიდან. ჩვენ დავამზადებთ ყავის ჩანთას ორიგინალური დიზაინით. „ყავის ჩანთა საუცხოო გემოსთან ერთად“ ჩვენს პროდუქციას უნიკალურად აქცევს. ჩვენი მიზანია, გავყიდოთ ხარისხიანი ყავა მათთვის, ვისაც უყვარს ეს პროდუქტი და ეძებს რაღაც უფრო მეტს.

ჩვენი საშხაპე მილი ხშირად იჭედება. მილის გაწმენდა არის არასასიამოვნო პროცესი და იმავდროულად, მოითხოვს დიდ დროს. ჩვენს ბიზნეს იდეას წარმოადგენს საშხაპე მილისთვის თმის კოლექტორის შექმნა. ეს არის მწვანე ფილტრის ჩანთა, რომელიც მოთავსდება მილში, შესაბამისად, თმა და სხვა ნარჩენები იქ დაგროვდება. როდესაც ფილტრი გაივსება, იგი შეგიძლიათ ამოიღოთ და გადააგდოთ. ამ გზით, თავიდან აიცილებთ საშხაპე მილში თმისა და სხვა ნარჩენების მოხვედრას.

„ნატურა“ გთავაზობთ თანამედროვე დიზაინის, 100%-იანი ბამბის შარფებს. ჩვენი მომხმარებლები დაინტერესებულნი არიან მოდიტა და გარემოს დაცვით. ჩვენ გვაქვს გარემოსდაცვითი

მიმართულება და ვართ კონკურენტუნარიანები. შემოსავლების 10% გადაირიცხება სამართლიანი ვაჭრობის ფონდებში.

ჩვენი **ონლაინ მაღაზია** - პროდუქციის (ფიზიკური ან ციფრული) გაყიდვა e-commerce პლატფორმებით, მაგალითად Shopify, Etsy, ან საკუთარი ვებსაიტით.

ჩვენი **მობილური აპლიკაცია** არის თამაშია, რომელიც გადმოწერადია App Store-ში ან **ინფლუენსერ მარკეტინგი/კონტენტ კრეატორობა** - YouTube, TikTok, Instagram-ზე აუდიტორიის შექმნა და მონეტიზაცია.

ჩვენი **სერვისები AI-ს გამოყენებით მოახდენს** ტექსტის გენერირებას, ფოტოების დამუშავებას, ხმის ან ვიდეოს რედაქტირებას და სხვა.

როგორ განავითაროთ თქვენი იდეა

PMI არის იდეის დადებითი და უარყოფითი ასპექტების აღმოჩენის საშუალება. დაუთმეთ სამი წუთი როგორც დადებითი, ისე უარყოფით მხარეების პოვნას. ამის შემდეგ, ორ წუთში განსაზღვრეთ, არის თუ არა ეს საინტერესო და მხოლოდ ამის შემდეგ გააგრძელეთ იდეაზე მუშაობა.

SWOT ანალიზი არის სტრუქტურირებული დაგეგმვის მეთოდი ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების შესაფასებლად, რომელიც გამოიყენება იდეის, პროექტის ან ბიზნესის შესარჩევად. SWOT ანალიზი შეიძლება განხორციელდეს პროდუქტის, ადგილის, ინდუსტრიის ან ადამიანისთვის.

- ძლიერი მხარეები: ბიზნესის ან პროექტის მახასიათებლები, რომლებიც განაპირობებენ მის უპირატესობას სხვებთან შედარებით. შეხედეთ იდეის ძლიერ მხარეებს. რას მოიტანს იდეა ბაზარზე? არის ის ინოვაციური? შეგვიძლია განვხორციელოთ ის დაბალ ფასად?
- სუსტი მხარეები: მახასიათებლები, რომლებიც გუნდს, სხვებთან შედარებით, არაუპირატეს მდგომარეობაში აყენებს. მაღალი საწარმოო ხარჯი? არამოთხოვნი პროდუქცია? მაღალი მარკეტინგული ხარჯი?
- შესაძლებლობები: ელემენტები, რომელთა გამოყენებითაც პროექტმა შეიძლება მოიპოვოს უპირატესობები. ეს არის ახალი და განსხვავებული ბაზრების, სამიზნე ჯგუფების, ახალი გზების ძიება პროდუქტის წახალისების ან გავრცელების მიზნით.
- საფრთხეები: გარემო ფაქტორები, რომლებმაც შეიძლება გამოიწვიონ პრობლემები ბიზნესში ან უშუალოდ პროექტში. შესაძლებელია, რომ უკვე არის ვიღაც, ვინც აწარმოებს მსგავს პროდუქციას, სთავაზობს მას უფრო დაბალ ფასად ან არსებობს გარკვეული კანონები და რეგულაციები, რომლებიც ართულებენ აღნიშნული პროდუქციის წარმოებას.

შემოაღნიშნულზე დაყრდნობით შეგიძლიათ განსაზღვროთ, თუ რა ცვლილებებია შესატანი იდეაში, ან საერთოდ, რამდენად მიზანშეწონილია მასზე მუშაობის გაგრძელება?



თქვენი სამიზნე ჯგუფი

იდეის განვითარებისას თქვენ პროდუქტის ან მომსახურების მომხმარებელ სამიზნე ჯგუფზე ფოკუსირება გჭირდებათ. განსაზღვრეთ, რა სახის საჭიროებებს აკმაყოფილებს და რა სარგებელს მოუტანს პროდუქტი მომხმარებელს/სამიზნე ჯგუფს.

პროდუქტის ან მომსახურების შერჩევა წარმოადგენს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებას, რომელსაც იღებს კომპანია. უნდა უზრუნველყოთ გადაწყვეტილების მიღების პროცესისთვის სათანადო დროის გამონახვა და მოისმინოთ კომპანიის ყველა წევრის აზრი.

იყავით გაბედულები, რათა იყოთ ინოვაციურები პროდუქტის ან მომსახურების არჩევისას.

ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე კითხვა, რომლებზეც შეგიძლიათ იფიქროთ პროდუქტის ან მომსახურების შერჩევის დროს:

- არის თუ არა მოთხოვნა თქვენს პროდუქტზე ან მომსახურებაზე?
- რომელი ჯგუფის მომხმარებელი იყიდის თქვენს პროდუქციას ან მომსახურებას? გეგნებათ თუ არა კარგი შესაძლებლობა, იყოთ ბაზარზე ეფექტურები?
- სიამოვნებით შექმნიან და გაყიდიან თუ არა თქვენი კომპანიის წევრები ამ პროდუქტს ან მომსახურებას?
- საჯაროდ გაიყიდება თუ არა თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება?
- არღვევს თუ არა თქვენი პროდუქცია ვინმეს საავტორო უფლებებს?
- როგორ უნდა აწარმოოთ თქვენი პროდუქტი/მომსახურება?
- როგორი იქნება პირდაპირი და არაპირდაპირი დანახარჯები თქვენი პროდუქტის შექმნისას ან მომსახურების შეთავაზებისას?
- შესაძლებელი იქნება თუ არა მოგების მიღება თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვით?
- კიდევ ვინ აწარმოებს თქვენი საქონლის ან მომსახურების მსგავს პროდუქციას და რით არის თქვენი წარმოება განსხვავებული?
- გეგნებათ თუ არა თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების დივერსიფიკაციის შესაძლებლობა მომდევნო წლებში?

სახელი, ლოგო და პროფილირება

კომპანიის სახელწოდება მოფიქრებული და შეთანხმებული უნდა იყოს მანამ, ვიდრე გაიმართება პირველი ინაუგურაციული შეხვედრა, ვინაიდან ის უნდა იყოს შესაბამისობაში შექმნილ წესებთან. არ შეიძლება გამოიყენოთ „შპს“ ან სხვა მსგავსი ტერმინი თქვენი მინიკომპანიისათვის, ვინაიდან მომხმარებელმა შეიძლება იფიქროს, რომ ეს კომპანია რეალურია. მინიკომპანიებმა ყოველთვის უნდა გამოიყენონ სახელწოდების წინ ან მის შემდეგ აბრევიატურა „მკ“ ან სრულად შეიტანონ ტერმინი „მინიკომპანია“ კომპანიის სახელწოდებაში.

როდესაც ირჩევთ სახელს, დარწმუნდით, რომ ის დაკავშირებული იქნება თქვენი კომპანიის საერთო იმიჯთან, რადგან ეს უკანასკნელი, მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს თქვენს წარმატებას სამიზნე ბაზარზე.

შერჩევის პროცესში გონებრივი იერიშის საშუალებით განიხილეთ იმ კომპანიების მაგალითები, რომელთაც აქვთ უნიკალური სახელები. გონივრულად შერჩეულმა სახელმა შეიძლება კარგად იმუშაოს კომპანიის სასარგებლოდ. მაგალითად, რესტონისთვის

სახელწოდება „ბევრი საკვები“ შეიძლება იყოს გონივრული, მაგრამ იგი არაა ძალიან მიმზიდველი. „Cabbage Patch“-მა თავისი საზრიანი სახელით და ჭკვიანური მარკეტინგული ტექნიკის საშუალებით შეძლო ბაზარზე პროდუქციის გამოტანა (თოჯინები ცნობილია, როგორც „Cabbage Patch Kids“) და დამკვიდრება ათწლეულების განმავლობაში.

კომპანიის მიზნების ნათელსაყოფად, პოზიტიური იმიჯის შესაქმნელად და პროდუქტის სწრაფად ცნობადობისთვის შესაძლებელია სლოგანის/ლოზუნგის ან ლოგოს გამოყენება. სლოგანებს: „გააკეთე ახლა,“ „Gotta Catch ‘Em All,“ „ცისარტყელას გემო“ და „ისინი დიდებულა“ (“They’re Grrreat!”) ჰქონდათ შესანიშნავი შედეგი Nike-თვის, Pokemon-თვის, Skittles-თვის და Frosted Flakes-თვის.

მაკდონალდის ოქროს თაღები ძალიან ჰგავს ჯუნიორ ეჩივმენტის პირამიდას, სადაც სახელი და იმიჯი სრულად ეხმიანება ლოგოს.

კომპანიის შექმნისას ან გაყიდვისას წარმოიშობა არახელშესახები, არამატერიალური აქტივი, გუდვილი, რომელიც არის გადახდილი თანხის მნიშვნელოვანი ნაწილი. გუდვილი განსაზღვრავს კომპანიის რეპუტაციას. ანალოგიური მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის სახელსაც, ის არის არამატერიალური აქტივი, რომლითაც საზოგადოებას უჩნდება ასოციაცია რომელიმე კონკრეტულ კომპანიასთან.



დასასრულს, რა არის კომპანიის სახელი? ეს არის აუდიტორია, ფასი, პროდუქტის სახეობა, ცნობადობა, მიმზიდველობა და უფრო მეტი!

იმიჯი მნიშვნელოვანია. მართლაც, ის, თუ როგორი იმიჯი ექნება თქვენს პროექტს, მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს თქვენს წარმატებას სამიზნე ბაზარზე. სახელი, ასევე, დაკავშირებულია თქვენი კომპანიის პროფილთან. თქვენ გსურთ, მოახდინოთ შთაბეჭდილება თქვენს მომხმარებელზე; გსურთ „ტრენდული პროფილი“, „გარემოსდაცვითი პროფილი“, „ფუტურისტული პროფილი“, „დაბალი ფასი“, „ექსკლუზიური“ თუ სხვა.

ყველა კომპანია ქმნის თავის „ისტორიას“, „ჩვენ შესახებ“ ვებგვერდს.

ლოგო ან ვებგვერდი აჩვენებს თქვენი კომპანიის გარკვეულ ინდივიდუალურობას. თქვენი კომპანიის გაცნობის ყველაზე გავრცელებული საშუალება შეიძლება იყოს ლოგო, ბროშურა, ვებგვერდი, სავიზიტო ბარათი. ეს დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ გადაწყვეტთ თქვენი ადგილის დამკვიდრებას სამართლიან ვაჭრობაში ან კონკურენციაში.

როდესაც საქმე ეხება თქვენი კომპანიის მარკეტინგს, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ატრიბუტია ლოგო. დაუთმეთ გარკვეული დრო დიზაინს იმისათვის, რომ მომხმარებელმა შეძლოს თქვენი კომპანიის და პროდუქციის ცნობა. ეცადეთ, ლოგო იყოს დასამახსოვრებელი - გაიხსენეთ კოკა-კოლას ლოგო (რომელსაც, საშუალოდ, მსოფლიოს მოქალაქეთა დაახლოებით ნახევარი უყურებს ოთხჯერ მაინც ყოველდღიურად).

იმისთვის, რომ შექმნათ კარგი თანხვედრა თქვენს კომპანიას, პროდუქტსა და ლოგოს შორის, უნდა გააცნობიეროთ მისი შინაარსი და გამოიყენოთ იგი სავიზიტო ბარათზე, ვებგვერდზე, სტენდზე და სხვ.



აქტივობა 4.5. სახელი, ლოგო, პროფილირება

თქვენი კომპანიის

სახელი: _____

ლოგო:

სლოგანი: _____

მისიის განაცხადის მომზადება

ყველა კომპანიამ უნდა მოამზადოს მისიის განაცხადი. ეფექტური მისიის განაცხადი რაც შეიძლება მოკლედ აღწერს ორგანიზაციის მიზანს. კომპანიის ან ბიზნესის მისია უნდა იყოს კონკრეტული და სპეციფიკური, რაც განასხვავებს მას კონკურენტებისგან. ის, ასევე, უნდა წარმოადგენდეს ორიენტირს, რომელსაც დაეფუძნება ყველა გადაწყვეტილება. მისიის ჩამოყალიბება ორგანიზაციისთვის წარმოადგენს წინ გადადგმულ ნაბიჯს.

ინსტრუქცია:

- ნაბიჯი 1.** ჩაატარე გონებრივი იერიში ორგანიზაციის დაინტერესებულ მხარეებთან ერთად. სხვების აზრი შეიძლება იყოს იდეალური.
- ნაბიჯი 2.** იკითხეთ, რა არის თქვენი ბიზნესის მიზანი. შეიძლება, პირველად სიტყვებით ამის გადმოცემა რთული იყოს, მაგრამ სხვადასხვა მოსაზრებაზე მუშაობით იპოვით ძირითად თემას.
- ნაბიჯი 3.** განიხილეთ კომპანიის პროდუქცია, მომსახურება, ბაზრები, ღირებულებები, სამიზნე აუდიტორია, პრიორიტეტები და საქმიანობები.
- ნაბიჯი 4.** განიხილეთ კომპანიის მიმდინარე და მოსალოდნელი სტრატეგიები, როგორ გავლენას მოახდენენ ისინი კომპანიის საერთო მისიაზე.
- ნაბიჯი 5.** დარწმუნდით, რომ მისიის განაცხადი აღწერს ბიზნესის საქმიანობას და არა მისი არსებობის მიზეზს.
- ნაბიჯი 6.** გადახედეთ შემუშავებულ მისიას იმისათვის, რომ იგი იყოს მოკლე და ლაკონური, ნათელი და ადვილად გასაგები.



აქტივობა 4.6. მისიის განაცხადის მომზადება

მოამზადეთ თქვენი მინიკომპანიის მისიის განაცხადი

გაზომვადი მიზნები

ნებისმიერი საქმიანობის დაწყებამდე უმჯობესია, თუ დასახავთ მიზნებს. როდესაც გუნდთან ერთად მუშაობთ, დასახეთ როგორც გუნდის, ისე კომპანიის მიზნები.

მიზანი სასარგებლო იარაღია. მისი საშუალებით, შესაძლებელია საქმიანობის სწორი მიმართულებით წარმართვა. მიზანთა დახმარებით, შეგიძლიათ შეაფასოთ მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებები. გააკეთეთ კომპანიის მიზნების ამსახველი პლაკატი და გააკარით იგი საკლასო ოთახში.

სასარგებლო მიზნებია - განსაზღვრული, ნამდვილი (რეალური), ზომიერი, მართებული, დროული.

- განსაზღვრული - ზუსტად განსაზღვრეთ, რა იქნება თქვენი მიზანი, მაგალითად, „იყო ბედნიერი“ - კარგი მიზანია, მაგრამ არის კი იგი იმდენად განსაზღვრული, რომ დაგეხმაროთ მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღებაში? ბიზნესში - იყო „საუკეთესო კომპანია“ - არ არის საკმარისად ზუსტი მიზანი. უკეთესია „მიიღო მოგება“, მიუხედავად იმისა, რომ მოგება შეიძლება იყოს მცირე, დიდი ან საშუალო.
- რეალური - თუ ადამიანს მიზანი მიუღწევლად ეჩვენება, მაშინ მისი საქმიანობა ჩაკეტილ წრეზე მოძრაობას ემსგავსება. ამ დროს, როგორც არ უნდა შეეცადოს, მაინც არაფერი გამოსდის.
- ზომიერი - ასეთი მიზნები საშუალებას გაძლევთ, აკონტროლოთ და შეაჯამოთ თქვენი საქმიანობა. ბიზნესში შესაძლებელია ზუსტად განისაზღვროს მწარმოებლობის დონე, თქვენ შეგიძლიათ ჩაატაროთ მომხმარებელთა გამოკითხვა იმის გასარკვევად, კმაყოფილია თუ არა იგი თქვენი პროდუქციით და თვალყური ადევნოთ წარმოებასა და მწარმოებლურობას, ვაჭრობას, დანახარჯებსა და მოგებას.
- მართებული - ყველას, ვინც მონაწილეობს კომპანიის საქმიანობაში, კარგად უნდა ესმოდეს მიზანთა მართებულობა.
- დროული - გაზომვადი მიზნები მხედველობაში იღებს არსებულ დროს. შესაძლოა, მოცემული დრო არ აღმოჩნდეს საკმარისი იმისთვის, რომ კომპანიის წევრები პროფესიონალ გამყიდველებად გადააქციოთ, მაგრამ თქვენ გეძლევათ საშუალება, ჩაუტაროთ მათ ტრენინგი ვაჭრობის სფეროში.

აქტივობა 4.7. გაზომვადი მიზნები

ჩამოწერეთ პირადი მიზნები (როგორც „კომპანიის“ წევრმა, დაწერეთ თქვენი კომპანიის 2 მიზანი):



აქტივობა 4.8. მინიკომპანიის კონცეფცია

ახლა შეაჯამეთ თქვენი ნამუშევარი.

თქვენ უკვე დიდი პროგრესი გაქვთ!

მინიკომპანიის სახელი: _____

ბიზნესიდეა: _____

მისია: _____

მიზანი: _____

სლოგანი: _____



აქტივობა 4.9. დაგეგმვის კალენდარი

ახლა დროა დაგეგმოთ შემდგომი ნაბიჯები. ქვემოთ ჩამოთვლილია რამდენიმე მნიშვნელოვანი ამოცანა, რომელიც უნდა შესრულდეს კომპანიაში. როცა თქვენ განსაზღვრავთ საქმიანობის განხორციელების თარიღებს, ჩაწერეთ ისინი განრიგის ცხრილში და დაიცავით განრიგი.

იდვის ჩამოყალიბების პროცესი	ვინ შეითავსებს ბანკთან ურთიერთობის ფუნქციას (ანუ, ხაზინადარის დანიშვნა)	ბაზრის კვლევა
პროდუქციის არჩევა	პროდუქციის განვითარება	გაყიდვები
ბიზნესგეგმის შედგენა	გაყიდვების დაწყება	აღრიცხვა/ფინანსური ანგარიშები
აქციების გაყიდვის დასრულება	მარკეტინგული გეგმა	წლიური ანგარიში
წარმოების/ მომსახურების დაწყება	გამოფენა გაყიდვა / კონკურსები	დირექტორთა/მმართველთა საბჭოს არჩევნები და სხდომები
გაყიდვების ტრენინგი	წარმოება	შუალედური ანგარიში



თავი V. მინიკომპანიის დაარსება

თქვენ უკვე მზად ხართ მინიკომპანიის დასაფუძნებლად!



აქტივობა 5.1. სადამფუძნებლო და ადმინისტრაციული საქმიანობა

შემდეგი ნაბიჯები:

უკვე გყავთ დირექტორთა საბჭო.

- უნდა ჩაატაროთ პირველი შეკრება;
- აირჩიოთ საბჭოს თავმჯდომარე;
- წევრები გაანაწილოთ სხვადასხვა სამუშაოზე;
- იმუშაოთ იდეის დახვეწაზე, ატარებთ მის SWOT ანალიზს;
- ახორციელებთ ბაზრის კვლევას;
- გეგმავთ თქვენი პროდუქტის გასაღების ქსელს;
- ამზადებთ ყველა დოკუმენტს სადამფუძნებლო კრებისთვის და იწვევთ მას;
- ადგენთ აქციების რაოდენობასა და ფასს;
- ამზადებთ სხვადასხვა აქტსა და ოქმს.

ქვემოთ მოცემული ინფორმაცია და ფორმები დაგეხმარებათ ამის გაკეთებაში.

აქციები და საწესდებო კაპიტალი

იმისათვის, რომ დაფაროთ საწყისი გასაღები და დაიწყოთ გასაყიდი პროდუქციის წარმოება, მინიკომპანიას სჭირდება სამუშაო კაპიტალი.

ყველაზე გავრცელებული გზა კაპიტალის მოსაზიდად არის ადამიანების მოწვევა თქვენი კომპანიის აქციონერებად.

თქვენ უნდა მოინიშნოთ და შეაფასოთ დაუყოვნებელი საჭიროებები და გადაწყვიტოთ, როგორ დააფინანსებთ მათ. გახსოვდეთ, რომ კლიენტებისთვის პროდუქციის მიყიდვას გარკვეული დრო დასჭირდება.

აქციონერებს თანხა უკან უნდა დაუბრუნოთ, როცა თქვენ დახურავთ კომპანიას (მოახდენთ მის ლიკვიდაციას).

აქციები

იმისთვის, რომ გადაიხადოთ წინასწარი ხარჯები და აწარმოოთ გასაყიდი საქონელი, კომპანიას სჭირდება სამუშაო კაპიტალი. უნდა შეაფასოთ უშუალო საჭიროებები და გადაწყვიტოთ, როგორ დააფინანსებთ მათ. გახსოვდეთ, ეს შეიძლება მოხდეს მანამ, სანამ გაგიჩნდებათ იმის შესაძლებლობა, რომ მომხმარებელს მიჰყიდოთ პროდუქცია.

თქვენ შეგიძლიათ მოიზიდოთ ფული კომპანიის აქციების გაყიდვით. ფრთხილად იყავით ნებისმიერი სახის სესხთან მიმართებით. გამართლებულია, რომ მინიკომპანიამ უნდა იპოვოს ვინმე, ვინც მზად იქნება იყოს სესხის გარანტორი/თავდები.

კარგად აწონ-დაწონეთ და ისე განსაზღვრეთ საჭირო თანხა. ცოტა რაოდენობამ შეიძლება გამოიწვიოს ფულის დეფიციტი, ხოლო ბევრი შეიძლება არაეფექტურად იქნას გამოყენებული. გახსოვდეთ, როდესაც კომპანია იხურება, აქციონერები ელოდებიან მათ მიერ კომპანიაში ინვესტირებული თანხის დაფარვასა და მოგების მიღებას.

ხელმძღვანელი აწარმოებს „აქციათა წიგნს“ და ყურადღებით აღრიცხავს თითოეული გამოშვებული აქციის სერიულ ნომერს.

მინიკომპანიები აგროვებენ კაპიტალს „ჩვეულებრივი აქციების“ გამოშვებით და გაყიდვით. არსებობს დადგენილება აქციის მაქსიმალური ფასისა და კაპიტალის მაქსიმალური ოდენობის შესახებ, რომელსაც პედაგოგი გაგაცნობთ. აქციების გაყიდვა შესაძლებელია მეგობრებზე, ნათესავებსა და ნაცნობებზე (მათ შორის, მასწავლებლებსა და მრჩეველებზე).

- ყველა სტუდენტი უნდა იყოს აქციონერი.
- არცერთი აქციონერი არ უნდა ფლობდეს დადგენილ რაოდენობაზე მეტ აქციას.
- დიდი ყურადღებით უნდა აწარმოოთ აქციების წიგნი და იყოთ მზად, რომ, საჭიროების შემთხვევაში, აღრიცხვის მიზნებისათვის გადასცეთ იგი შესაბამის განყოფილებას. ყველა ის აქცია, რომელიც არ გაიყიდა, უნდა დაუბრუნდეს უკან კომპანიის ხელმძღვანელობას.
- აქციების გაყიდვისას, თითოეული მათგანისთვის, ყურადღებით ჩაიწერეთ ტრანზაქციის დეტალები. ეს ინფორმაცია ქმნის აქციათა რეესტრის საფუძველს, რომელსაც ინახავს კომპანიის ხელმძღვანელი.
- თქვენ ასევე შეგიძლიათ აწარმოოთ სარფიანი მოლაპარაკებები მომწოდებლებთან, პროდუქციის გაყიდვების შემდეგ, მათთვის თანხის ანაზღაურებაზე. ამ დროს ნაკლები ყურადღება ექცევა იმას, თუ რამდენია კომპანიის საწყისი კაპიტალი.

მინიკომპანია

მინიკომპანიის დაფუძნება შესაძლებელია ფორმალური გზით. ყველა წევრი უნდა იყოს მოწვეული და მათ გაგზავნილი უნდა ჰქონდეთ მოწვევის ფურცელი, სულ მცირე, შეხვედრამდე ორი კვირით ადრე. ასევე, მოწვეულნი უნდა იყვნენ მოხალისე მენტორები, თუ მოხალისე მენტორები არ გყავთ, დაუკავშირდით JA Georgia-ს და მისი წარმომადგენლები დაგეხმარებიან.

მოსამზადებელი დოკუმენტები:

- წერილობითი მოწვევა, რომელიც ეგზავნებათ აქციონერებს/მფლობელებს, მასწავლებლებსა და მოხალისეებს.

შეხვედრისთვის მზადება:

- მინიკომპანიის სახელი უნდა იყოს მოფიქრებული;
- მზად უნდა იყოს სია, სადაც შეტანილი იქნება ყველა დამფუძნებელი წევრის სახელი, მისამართი და საკონტაქტო ინფორმაცია.

შეხვედრების განმავლობაში უნდა:

- დამტკიცდეს წესდება (მათ შორის ბიზნესიდეა);
- აირჩეს დირექტორთა საბჭო;
- დამტკიცდეს კომპანიის წესდება და კოლოპერირების წესები;
- ყველა დამფუძნებელმა წევრმა ხელი უნდა მოაწეროს დამფუძნებელთა შეხვედრის ოქმს.

საბჭოს შეხვედრა

მინიკომპანიის ყველა წევრი, იმავდროულად, საბჭოს წევრია. მიაქციეთ ყურადღება - თითოეულ წევრს აქვს მხოლოდ ერთი ხმა, აქციების რაოდენობის მიუხედავად, მოგება კი ნაწილდება აქციების მიხედვით. თუმცა, დიდ სააქციო კომპანიებში ხმები აქციების წილის პროპორციულია, ხოლო, მაგალითად, კოოპერატივებში შესაძლებელია ყველა წევრს ერთი ხმა ჰქონდეს ინვესტირებული კაპიტალის მიუხედავად. თუმცა, კოოპერატივში საბოლოოდ მოგება ნაწილდება ჩადებული კაპიტალის.

საბჭოს შეხვედრები შესაძლებელია მოეწყოს თვეში ერთხელ. შეხვედრას უძღვება საბჭოს არჩეული თავმჯდომარე. შეხვედრებზე ფოკუსირება ხდება იმაზე, თუ როგორ მოქმედებს კომპანია თავისი მიზნების მისაღწევად. უნდა შეაფასოთ, თუ რა გაკეთდა აქამდე და როგორ უნდა იაროთ წინ.

საბჭოს შეხვედრები არის ფორმალური ხასიათის და შეხვედრაზე მოწვევა უნდა მომზადდეს წერილობითი ფორმით. იგი უნდა მოიცავდეს დღის წესრიგს, შეხვედრის დროსა და ადგილს. მასწავლებელმა და ბიზნესმოხალისემ უნდა მიიღონ მოწვევა, მაგრამ მათთვის არაა აუცილებელი ყველა შეხვედრაზე დასწრება.

შეხვედრის ჩვეულებრივ განრიგი შეიძლება იყოს:

- წინა შეხვედრის კრების ოქმის დამტკიცება;
- მიმდინარე შეხვედრის დღის წესრიგის დამტკიცება;
- სხვადასხვა დეპარტამენტიდან ანგარიშების მოსმენა;
- ფინანსური საკითხები;
- ახალი/განსახილველი საკითხები;
- სხვა საჭირობო საკითხები;
- საბჭოს თითოეული წევრი ვალდებულია, რომ დაესწროს ყველა შეხვედრას.
- შეხვედრას უძღვება თავმჯდომარე, რომელიც:
- ესალმება დამსწრე პირებს;
- დღის წესრიგს წარადგენს დასამტკიცებლად;
- იწყებს დღის წესრიგის სხვადასხვა საკითხის განხილვას - ხსნის დისკუსიას და ისმენს მონაწილე პირთა აზრს.

საბჭოს მდივანი ან სხვა არჩეული პირი პასუხისმგებელია ჩანაწერების გაკეთებაზე. იგი ინიშნავს, თუ ვინ ესწრება შეხვედრას და ვინ - არა.

შეხვედრის ბოლოს ხდება გადაწყვეტილების მიღება - თუ სად და როდის ჩატარდება შემდეგი შეხვედრა და ვინ რაზე იქნება პასუხისმგებელი.

ოფიციალური შეხვედრები

მინიკომპანიის დაფუძნებას უნდა ჰქონდეს ოფიციალური სახე. კომპანიის ყველა მონაწილე მოწვეული უნდა იქნას შეხვედრაზე, რაც უნდა გახორციელდეს სატელეფონო ზარის საშუალებით, რამდენიმე დღით ადრე. ასევე, მოწვეული უნდა იქნას პროგრამის გახორციელებაში ჩართული მოხალისე ბიზნეს სექტორიდან (თუ ასეთი გყავთ).

მოამზადეთ დოკუმენტები:

დაუგზავნეთ წერილობითი მოწვევა დამფუძნებლებს/მესაკუთრეებს, მასწავლებელსა და მოხალისეს.

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

საბჭოს სხდომა

მინიკომპანიის ყველა წევრი არის საბჭოს წევრი. თქვენ შეგიძლიათ, მოაწყოთ საბჭოს შეხვედრა თვეში რამდენჯერმე. სხდომებს გაუძღვება საბჭოს არჩეული თავმჯდომარე და იგი ფოკუსირდება კომპანიის მიზნების მიღწევის გზებზე.

თქვენ უნდა მოამზადოთ სხვადასხვა დოკუმენტი. შემდეგი შაბლონები დაგეხმარებათ საქმიანობის წარმართვაში, იხილეთ: დანართი 5-1: აქტივობების სია; დანართი 5-2: მინიკომპანიის წესდება, დანართი 5-3: შეხვედრის შეტყობინება, დანართი 5-4: შეხვედრის ოქმი; დანართი 5-5: გამოცემული აქციების აღრიცხვის უწყისი, მიმღების სახელის აღნიშვნით, დანართი 5-6: აქციათა რეესტრი/ჩანაწერთა ჟურნალი; დანართი 5-7: აქციის ნიმუში.

პროდუქტი

თქვენი პროდუქტი შეიძლება იყოს სრულიად ახალი ან შეგიძლიათ აწარმოოთ უკვე არსებული პროდუქცია ახალი ხერხით (ტექნოლოგიით), შეიტანოთ იგი ახალ ბაზრებზე, გამოიყენოთ მარკეტინგისა და გაყიდვების განსხვავებული გზები ან/და უკვე არსებული პროდუქტი ამ ახალი მეთოდების გამოყენებით გაყიდოთ.

პროდუქციის ან მომსახურების შერჩევა არის თითქმის ყველაზე მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება, რომელსაც კომპანია იღებს. უნდა უზრუნველყოთ, რომ გადაწყვეტილების მიღებაზე დაიხარჯოს სათანადო დრო და მოსმენილი იქნას კომპანიის ყველა წევრის მოსაზრება.

საცალო გაყიდვები არის, ალბათ, ყველაზე იოლი (იყიდო და გაყიდო სხვის მიერ წარმოებული პროდუქცია), მაგრამ შეგიძლიათ სცადოთ და იყოთ უფრო ინოვაციურები პროდუქციის ან მომსახურების არჩევისას.

ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე კითხვა, რომლებზეც შეგიძლიათ იფიქროთ პროდუქტის ან მომსახურების შერჩევისას:

- არის თუ არა მოთხოვნა თქვენს პროდუქტსა თუ მომსახურებაზე?
- რა ტიპის მომხმარებელი შეიძენს თქვენს საქონელსა და მომსახურებას?
- თუ გაქვთ კარგი შესაძლებლობები იმისთვის, რომ იყოთ ბაზარზე ეფექტურები?
- შექმნიან და გაყიდიან თუ არა თქვენი კომპანიის წევრები ამ პროდუქტს ან მომსახურებას?
- გაქვთ თუ არა იმის საშუალება, რომ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება გაიყიდოს საჯაროდ?
- ხომ არ არღვევს თქვენი პროდუქცია ვინმეს საავტორო უფლებებს?
- როგორ გაუძღვებით თქვენს კომპანიას?
- რა იქნება პირდაპირი და არაპირდაპირი ხარჯი პროდუქტის შექმნისას ან მომსახურების გაწევისას?
- მიიღებთ თუ არა მოგებას პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვით?
- აწარმოებთ თუ არა კიდევ სხვა ვინმე მსგავს პროდუქტს ან მომსახურებას? თქვენი პროდუქტი რითი იქნებით განსხვავებული?
- გაქვთ თუ არა შესაძლებლობა, რომ შემდეგი წლისთვის მოახდინოთ პროდუქტის ან მომსახურების დივერსიფიკაცია?

ინოვაცია

ინოვაცია არის ახალი იდეების წარმატებული გამოყენება. არ არის აუცილებელი ახალი პროდუქტის გამოშვება ან ახალი მომსახურების გაწევა. ყველაზე რადიკალური ინოვაცია ორგანიზაციისთვის ხშირად ბიზნეს პროცესები და მათი მართვაა.

ეს არის ინოვაციები, რომლებიც ცვლიან უკვე არსებულ გზებს, მიდგომებსა და არაპირდაპირი სარგებლის მიღებით, აუმჯობესებენ ბიზნესს პროცესების მომგებიანობას.

ინოვაციები წარმოუდგენლად მნიშვნელოვანი ხდება კომპანიებისთვის, რათა სწრაფად განვითარებადი ტექნოლოგიების მსოფლიო ბაზარზე იყვნენ კონკურენტულები და წარმატებულები. „კომპანიის პროგრამა“ უზრუნველყოფს იმის შესაძლებლობებს, რომ სხვაგვარად შეხედოთ ბიზნესს და ინოვაციებს, ახალი იდეების და შემოქმედებითი მიდგომების საფუძველზე შექმნათ წარმატებული ახალი საწარმო.

თქვენ უნდა მოამზადოთ სხვადასხვა დოკუმენტი. შემდეგი მასალები დაგეხმარებათ საქმიანობის წარმართვაში, შეაფასეთ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება, გამოიყენეთ დანართი 5-8: ბიზნეს იდეის შეფასებისთვის.

მარკეტინგი

ყველა მინიკომპანიას აქვს შეზღუდული სახსრები მარკეტინგისთვის, მაგრამ მარკეტინგის გეგმის მომზადება და მიყვლა არსებული შეზღუდვების ფარგლებშიც კი მნიშვნელოვანია. შესაძლებელია, ეს გაკეთდეს სოციალური მედიის და პირდაპირი მარკეტინგის საშუალებით იმ ადამიანებთან, ვისაც უკვე იცნობთ.

უნდა მოამზადოთ მარკეტინგის გეგმა და მნიშვნელოვანია, რომ ეს გეგმა იყოს მუშაობის საფუძველი. მასში მცირე ცვლილებები შეიძლება განხორციელდეს მარკეტინგის დეპარტამენტის შეხვედრებზე, თუმცა, მნიშვნელოვანი ცვლილების შემთხვევაში, საჭიროა დისკუსია და დირექტორთა საბჭოს სხდომაზე გადაწყვეტილების მიღება.

არსებობს უამრავი გზა მარკეტინგის მხარდასაჭერად და განსავითარებლად: სოციალური



მედია, ინტერნეტი, კომერციული საშუალებები, გამოცემები, პირადი გაყიდვები, სავაჭრო ღონისძიებებში მონაწილეობა და ა.შ. არ არის აუცილებელი (განზრახული ან მიზანშეწონილი) მინიკომპანიამ გამოიყენოს ყველა საშუალება. თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ თქვენ მიერ არჩეული ყველა არხი და საშუალება იყოს გაცნობიერებული.

კომპანიას უნდა ჰქონდეს გასაგები და ადვილად ცნობადი პროფილი, რაც გულისხმობს იმას, რომ უნდა იფიქროთ დიზაინსა და ფერის არჩევაზე.

ლოგო მნიშვნელოვანი ელემენტია. ფერი და ლოგო გამოყენებული უნდა იქნას საინფორმაციო მასალების ბეჭდვისას, ელ-ფოსტაზე, კომპანიის ვებგვერდზე, სოციალურ მედიაში, ანგარიშებში, პრეზენტაციებსა და გამოფენებზე.

ასევე, უნდა იმსჯელოთ, იმის შესახებ, თუ რა შთაბეჭდილების მოხდენა გსურთ მომხმარებელსა და პოტენციურ კლიენტებზე. საუკეთესო სახით როგორ წარმოადგენთ კომპანიას?

მომხმარებელთან შეხვედრამდე, ყოველთვის სასარგებლოა შეთანხმდეთ საერთო პრეზენტაციაზე, სლოგანზე ან რაზე გსურთ ფოკუსირება. საპრეზენტაციო უნარები ამ ეტაპზე ძალიან გამოსადეგია. მოსწავლეთა უმრავლესობისთვის. ეს არის პირველი შეხვედრა პოტენციურ მომხმარებელთან ან კლიენტთან და კარგი იქნება, თუკი ივარჯიშებთ და თქვენ გარშემო შექმნით თავდაჯერებულ გარემოს.

მარკეტინგი არის კომუნიკაციის პროცესი, რომლის დროსაც კლიენტები აფასებენ პროდუქტს ან მომსახურებას კონკრეტული მათგანის არჩევის მიზნით.

პროდუქტის მარკეტინგის პროცესს ხშირად ყოფენ, როგორც მარკეტინგის „7P“-ს, ესენია:

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

კარგი მარკეტინგი კომპანიის წარმატების გასაღებია!

მარკეტინგი პასუხისმგებელია, რომ მომხმარებელი იყიდის პროდუქტს ან მომსახურებას თქვენი კომპანიისგან. მომხმარებელი იყიდის თქვენს პროდუქციას, თუ ეს მათ დაეხმარება:

- გაკეთდეს რაღაც, რაც მათ არ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უკეთ, ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უფრო სწრაფად, ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უფრო იოლად, ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- გაკეთდეს რაღაც უფრო ეფექტიანად (ნაკლები დანახარჯებით), ვიდრე მათ შეუძლიათ;
- მიიღონ უკეთესი უკუგება ინვესტიციაზე, ვიდრე ადრე (აქამდე) იღებდნენ;
- იგრძნონ და გამოიყურებოდნენ განსხვავებულად ან უკეთ, ვიდრე აქამდე.

ეს არის „მომხმარებელთა საჭიროებები“!!!

მარკეტინგი ასევე პასუხისმგებელია, რომ კომპანია მიიღებს მოგებას მომხმარებელზე კომპანიის საქონლის ან მომსახურების გაყიდვით. მხოლოდ მაშინ მიიღებთ მოგებას,

როდესაც პროდუქცია გაიყიდება მის დასამზადებლად გაწეულ დანახარჯებზე უფრო მაღალ ფასად.

როგორ აკეთებს ამას მარკეტინგი?

კვლევა:

თქვენ გჭირდებათ თქვენი პოტენციური მომხმარებლის ცოდნა! ვინ არიან ისინი? რატომ სჭირდებათ მათ, რომ იყიდონ თქვენი პროდუქცია? რა არის მათი, როგორც „მომხმარებლის საჭიროებები“? თქვენ ასევე უნდა იცოდეთ პოტენციური ბაზრის მოცულობა და ღირებულება.

სტრატეგია:

მარკეტინგულ სტრატეგიაში არსებობს 4 ძირითადი ელემენტი, რომელიც ცნობილია „მარკეტინგული მიქსის“ ან „4P“-ს სახელით.

- **პროდუქტი (Product):** პროდუქტმა უნდა დააკმაყოფილოს მომხმარებელთა საჭიროებები, რომლებიც განსაზღვრეთ ბაზრის კვლევის დროს, მაგ.: ფუნქციები, სტილი, წარმოდგენა, ფერი, შეფუთვა;
- **ფასი (Price):** ფასი უნდა იყოს ისეთი, როგორსაც მომხმარებელი ჩათვლის პროდუქტისთვის ან მომსახურებისთვის კარგ ღირებულებად და რომელიც მოგიტანთ საუკეთესო მოგებას. ის ასევე გავლენას ახდენს პროდუქტის ან მომსახურების იმიჯზე (მაღალი ხარისხი = მაღალი ფასი, გაყიდვების დიდი მოცულობა = დაბალი ფასი);
- **ადგილი (Place):** როგორ და სად უნდა გახადოთ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება მომხმარებლისათვის ხელმისაწვდომი. თქვენგან პროდუქციის შექმნა უნდა იყოს მარტივი;
- **რეკლამირება (Promotion):** მას შემდეგ, რაც გექნებათ არჩეული პროდუქტი, ფასი და ადგილი, ხელი უნდა შეუწყოთ და განახორციელოთ თქვენი პროდუქტის და მომსახურების რეკლამირება - თუ როგორ შეძლებს მომხმარებელი მის შექმნას.

მარკეტინგის როლის მნიშვნელობა კომპანიაში

თქვენ პასუხისმგებელი იქნებით კომპანიის მარკეტინგული სტრატეგიის ფორმულირებაზე, რეკომენდაციების ჩამოყალიბებასა და განხორციელებაზე; კერძოდ, თქვენ უნდა დასახოთ მარკეტინგისთვის მნიშვნელოვანი მიზნები, ჩაატაროთ კვლევა, მოახდინოთ პროდუქციის, ფასის, ადგილისა და რეკლამირების სტრატეგიის ფორმულირება, მართოთ და დააწესოთ მის განხორციელებაზე მუდმივი მონიტორინგი.

თქვენი პასუხისმგებლობა ასევე მოიცავს მაქსიმუმის გაკეთებას კომპანიის „აღფრთოვანებული მომხმარებლების“ უზრუნველსაყოფად. თქვენი პროგრესის გადახედვისას განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილეთ იმაზე, თუ რამდენად კარგად აღწევს კომპანია მომხმარებელთა კმაყოფილების შესაბამის დონეს.

იმუშავეთ IT დირექტორთან კომპანიის ვებგვერდის შექმნაზე, რომელიც დაკავშირებული იქნება კომპანიის პროფილთან; აგრეთვე იმაზე, რომ კომპანიის მარკეტინგისა და პროდუქციისთვის ხელმისაწვდომი გახადოთ ახალი ტექნოლოგიები. მნიშვნელოვანია IT-ს გამოყენება სარეკლამო მასალებისთვისაც.

დაგეგმვა

ნაბიჯი 1 - უნარები, გამოცდილება და პროდუქცია

- ითანამშრომლეთ ადამიანური რესურსების დირექტორთან კომპანიის წევრთა უნარებისა და გამოცდილების განსასაზღვრად;
- მოაწყვეთ გონებრივი იერიში, თუ რა პროდუქციას/მომსახურებას გაყიდის კომპანია;
- გახსოვდეთ, ზოგიერთი პროდუქტი/მომსახურება არის აკრძალული თქვენი საწარმოსთვის;
- არ დაწვრილმანდეთ თქვენს პროდუქტზე/მომსახურებაზე ან არ იფიქროთ, როგორ გაყიდით პროდუქციას მანამ, სანამ არ ჩაატარებთ კვლევას. დეტალების დრო მოგვიანებითაა.

ნაბიჯი 2 - ბაზრის კვლევა

მომხმარებელთა კვლევა საჭიროებს:

- სამიზნე აუდიტორიას: დააზუსტეთ, ვინ არიან ისინი, ვინ შეიძენს თქვენ მიერ შეთავაზებულ პროდუქტს ან მომსახურებას;
- კაბინეტურ კვლევას (მეორადი კვლევა): გაარკვიეთ, თუ არსებობს რაიმე გამოქვეყნებული ინფორმაცია თქვენი სამიზნე ჯგუფის შესახებ, რაც დაგეხმარებათ მარკეტინგული სტრატეგიის განვითარებაში;
- სავლე კვლევას (პირველადი კვლევა): შეადგინეთ კითხვარი და გამოიყენეთ იგი იმის გასარკვევად, რაც გჭირდებათ მომხმარებელთა საჭიროებების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად.

რა სურს მომხმარებელს, დაადგინეთ 4P-ს (პროდუქტი, ფასი, ადგილი და რეკლამირების) მიხედვით.

- პროდუქტი: როგორია დიზაინზე, ფუნქციებზე, იმიჯზე, შეფუთვაზე მოთხოვნილებები?
- ფასი: რას ელიან, რომ გადაიხდიან და რამდენი სურთ, რომ გადაიხადონ?
- ადგილი: სად და როგორ ელიან თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების ყიდვას?
- რეკლამა: რა სახის რეკლამა იქნება ყველაზე ეფექტური სამიზნე აუდიტორიამდე მისაღწევად?

ნაბიჯი 3 - SWOT ანალიზი

SWOT ანალიზი არის დაგეგმვის ინსტრუმენტი, რომელიც გეხმარება გაიგო შენი იდეის, ბიზნესის ან პროექტის ძლიერი და სუსტი მხარეები, ასევე გარედან მომავალი შესაძლებლობები და საფრთხეები. აბრივიატურა SWOT ასე იშეიფრება; S – Strengths (ძლიერი მხარეები); W – Weaknesses (სუსტი მხარეები); O – Opportunities (შესაძლებლობები) და T – Threats (საფრთხეები).

ჩატარებული კვლევის საფუძველზე, განსაზღვრეთ კომპანიის ძლიერი და სუსტი მხარეები შეთავაზებული პროდუქტის/მომსახურების წარმოებასა და მარკეტინგში; განსაზღვრეთ, რა შესაძლებლობებსა და საფრთხეებს ხედავთ.

- ძლიერი მხარეები: რა გაქვთ და რის გაკეთებას შეძლებთ კარგად?
- სუსტი მხარეები: რა არის არც ისე კარგი და სად იქმნება პრობლემები?
- შესაძლებლობები: შესაძლებლობათა რომელი სივრცეებია ღია თქვენი ბიზნესისთვის?
- საფრთხეები: რა საფრთხეები ემუქრება თქვენ წარმატებას?



S - ძლიერი მხარეები	W - სუსტი მხარეები
O - შესაძლებლობები	T - საფრთხეები

SWOT ანალიზი არის სტრუქტურირებული დაგეგმვის მეთოდი ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების შესაფასებლად, რომელიც გამოიყენება იდეის, პროექტის ან ბიზნესის დაწყებისთვის. SWOT ანალიზი შეიძლება განხორციელდეს პროდუქტისთვის, ადგილისთვის, ინდუსტრიის ან ადამიანისათვის.

- **ძლიერი მხარეები:** ბიზნესის ან პროექტის მახასიათებლები, რომლებიც განაპირობებენ მის უპირატესობას სხვებთან შედარებით. შეხედეთ იდეის ძლიერ მხარეებს. რა სარგებელს მოიტანს იდეა ბაზარზე? თუ არის ის ინოვაციური? შეგვიძლია ვაწარმოოთ ის (პროდუქტი/მომსახურება) უფრო დაბალ ფასად?
- **სუსტი მხარეები:** მახასიათებლები, რომლებიც გუნდს, სხვებთან შედარებით, აყენებს არაუპირატეს მდგომარეობაში. მაგალითად, კომპანიას, სხვებთან შედარებით, აქვს მაღალი საწარმოო ხარჯები, ვერ აწარმოებს მოთხოვნად პროდუქციას, დაბალეფექტურია მისი მარკეტინგული სტრატეგია.
- **შესაძლებლობები:** ელემენტები, რომლითაც პროექტმა შეიძლება მოიპოვოს უპირატესობები. ეს არის ახალი და განსხვავებული ბაზრების, სამიზნე ჯგუფების, ახალი გზების ძიება პროდუქტის წახალისების ან გავრცელებისთვის.
- **საფრთხეები:** გარეშე ფაქტორები, რომლებმაც შეიძლება გამოიწვიონ პრობლემები ბიზნესში ან პროექტში. შესაძლებელია, რომ არის უკვე ვიღაც, ვინც აწარმოებს მსგავს პროდუქციას, სთავაზობს უფრო დაბალ ფასს ან არსებობს გარკვეული კანონები და რეგულაციები, რომლებიც ართულებენ პროდუქციის წარმოებას.

ამაზე დაყრდნობით, მოსწავლეებს შეუძლიათ განსაზღვრონ, რა ცვლილებებია შესატანი იდეაში, გააგრძელონ მასზე მუშაობა ან უარყონ ის. იდეის განვითარებისას, მათ სჭირდებათ ფოკუსირება პროდუქტის ან მომსახურების სამიზნე ჯგუფზე. ასევე, უნდა განისაზღვროს რა სახის საჭიროებებს აკმაყოფილებს და რა სარგებელს მოუტანს პროდუქტი მომხმარებელს/სამიზნე ჯგუფს.

ნაბიჯი 4 - მარკეტინგული სტრატეგია

კვლევის შედეგების და SWOT ანალიზის შემდეგ, უნდა შეიმუშაოთ (დაწეროთ) სტრატეგია და დასამტკიცებლად წარუდგინოთ საბჭოს.

- **პროდუქტი:** პროდუქტის დეტალური აღწერა, რომელიც აჩვენებს, როგორ აკმაყოფილებს ის მომხმარებლის საჭიროებებს. ეს გულისხმობს დიზაინის, ფუნქციების, იმიჯის, შეფუთვის მოთხოვნებს, ხარისხისა და გარემოს დაცვაზე ზემოქმედებას.
- **ფასი:** როგორ მიხვედით თქვენი გასაყიდი ფასის ნიშნულამდე ბიზნესის

თვალსაზრისით (როგორ და როდის ელით, რომ გადაიხდიან მომხმარებლები აღნიშნულ ფასს).

- ადგილი: როგორ და სად აპირებთ გახადოთ თქვენი პროდუქცია ხელმისაწვდომი.
- რეკლამირება/პრომოუშენი: სად და როგორ აპირებთ პროდუქტის ან მომსახურების რეკლამირებას? სადაც შესაძლებელია, გამოიყენეთ უფასო ან ფასიანი რეკლამები. მაგ.: უფასო რეკლამა, როგორცაა ადგილობრივი გაზეთი და რადიო, სასკოლო ღონისძიებები და საინფორმაციო დაფები, ისევე, როგორც ფასიანი რეკლამები: პოსტერები და ბუკლეტები ან ვებგვერდი.

ნაბიჯი 5 - გაყიდვების პროგნოზი

- იმისათვის, რომ დაგეგმოთ და/ან შეძლოთ ბიუჯეტირება, მთავარია გაყიდვების პროგნოზირება, რომელიც უნდა მოამზადოს მარკეტინგის დირექტორმა გაყიდვების დირექტორთან ერთად;
- უნდა გამოიყენოთ ყველა შესაძლო მონაცემი ყველაზე ზუსტი პროგნოზის გასაკეთებლად, თუ რა საგარაუდო/მოსალოდნელ გაყიდვებსა და მასთან დაკავშირებულ ხარჯებს ელით.

პროდუქტის შექმნა და ამუშავება (ბრუნვაში გაშვება)

ანგარიში

- თქვენ ყოველკვირეულ შეხვედრებზე უნდა წარადგინოთ ზეპირი ანგარიში გაყიდვების მიზნებისა და შედეგების შესახებ;
- საბჭოს ყოველთვიური შეხვედრისთვის უნდა მოამზადოთ უფრო დეტალური წერილობითი ანგარიში.

ხარისხის მენეჯერი

- წარმოების მენეჯერთან თანამშრომლობით მართავთ პროდუქტის ხარისხს პროექტირებისა და განვითარების ეტაპზე და რეგულარულად ახორციელებთ აღნიშნულს წარმოების სრული ციკლის განმავლობაში;
- როდუქციის ხარისხი უნდა შეესაბამებოდეს ან აღემატებოდეს დამკვეთის მოთხოვნებს.

სტრატეგიის გადახედვა

რეგულარულად უნდა გადახედოთ მარკეტინგულ სტრატეგიას.

- არის თუ არა პროდუქცია სწორად შერჩეული?
- არის თუ არა ფასი შესაბამისი?
- ეფექტურად მიაღწია თუ არა თქვენმა პროდუქციამ მომხმარებელამდე?
- მუშაობს თუ არა თქვენი სარეკლამო სტრატეგია?
- შესაძლებელია თუ არა რომელიმე ზემოთ ჩამოთვლილი პუნქტის გაუმჯობესება?

გაყიდვების მხარდაჭერა

- იმუშავეთ გაყიდვების დირექტორთან ერთად;
- დაეხმარეთ გაყიდვების გუნდს და წაახალისეთ ისინი გაყიდვების შედეგების გაუმჯობესებაში.

წლის ბოლო

გაყიდვების წარმოება

მნიშვნელოვანია გაყიდვების მხარდაჭერა, რათა პროდუქციის არცერთი ერთეული არ დარჩეს საწყობში.

საბოლოო მოხსენება და ლიკვიდაცია

როგორც მარკეტინგის დირექტორმა, უნდა შეადგინოთ გაწეული მუშაობის შესახებ ანგარიში წლიურ გენერალურ შეხვედრაზე წარსადგენად და კომპანიის წლიურ ანგარიშში ჩასართავად.

ზოგიერთი უნარი და თვისება, რომლის განვითარებაც დაგჭირდებათ

- კვლევისთვის კითხვარების შედგენა: შექმენით კითხვარები, რომლებიც ყველაზე მეტი ინფორმაციის მიწოდებას უზრუნველყოფს მოკლე დროში. ადამიანების უმრავლესობას არ უყვარს გრძელი კითხვარები;
- ანალიტიკური შესაძლებლობები: გამოიყენეთ ინფორმაცია მარკეტინგული გეგმის და გაყიდვების პროგნოზისთვის, გაუზიარეთ შესაბამისი ინფორმაცია სხვა დეპარტამენტებსაც;
- შემოქმედებითი მხარე: აღმოაჩინეთ და შეიცანით შესაძლებლობები, შემოქმედებითად განავითარეთ იდეები და სტრატეგიები და გამოიყენეთ რესურსები;
- იყავით ენთუზიაზმით სავსე, გქონდეთ პოზიტიური დამოკიდებულება, იყავით კომუნიკაბელური და გამარჯვება თქვენია!

თქვენ უნდა მოამზადოთ სხვადასხვა დოკუმენტი. ეს, დაგეხმარებათ საქმიანობის წარმართვაში, შეისწავლეთ ბაზარზე მოთხოვნა და დაადგინეთ თქვენ მიერ შერჩეული პროდუქტის ან მომსახურების პოტენციური მომხმარებლის (სამიზნე აუდიტორიის) პროფილი. გამოიყენეთ დანართი 5-9.



დანართი 5-1.

აქტივობების სია		რიგით _____ შესვედრა		
		თარიღი:		
ესწრება:		გაზიარებულ იქნას:		
არ ესწრება:		მინიკომპანია:		
მიზანი	აქტივობა: რას ვაკეთებთ?	პასუხისმგებელი პირი	როდის უნდა ვაკეთდეს	
			დაგეგმილი (როდის უნდა შესრულებულიყო?)	ფაქტობრივად შესრულებული (როდის შესრულდა? გადაიდო / ადრე უკვე შესრულდა)

დანართი 5-2.

მინიკომპანიის წესდება

1. მინიკომპანიის სახელი _____
2. მინიკომპანია დაფუძნებულია _____ (სკოლა)
_____ (მისამართი).
3. _____ მინიკომპანია არის “ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს” წევრი და იცავს მის წესებს და რეგულაციებს.
4. თითოეული წევრი არის კომპანიის აქციონერი.
5. მინიკომპანია, რამდენადაც შესაძლებელია, ახლოს უნდა იყოს რეალურ ბიზნესთან. მეთოდთა დაფუძნებულია „სწავლა კეთებით“ მიდგომასა და იმერსიული სწავლების (ექსპერიმენტული სწავლების) პრინციპზე. ერთი სასწავლო წლის განმავლობაში, მასწავლებლებისა და ადგილობრივი ბიზნეს საზოგადოების მოხალისეების დახმარებითა და მხარდაჭერით, წევრები დააფუძნებენ მინიკომპანიას, აამუშავებენ მას და ბოლოს მოახდენენ მის ლიკვიდაციას.

მინიკომპანიაში მუშაობა გულისხმობს მისი წევრების დახმარებას:

- სწავლასა და გამოცდილების მიღებაში;
 - შემოქმედებით პროცესებში;
 - გუნდურ მუშაობასა და ჯგუფის დინამიკაში;
 - ამოცანებისა და სამუშაოების ორგანიზებასა და გადანაწილებაში;
 - კომუნიკაციის უნარებში;
 - პრობლემის გადაჭრაში;
 - შეცდომებისა და გამოცდილების მიღებით სწავლაში;
 - ბიზნეს მოხალისესთან ერთად სკოლის გარეთ მუშაობაში;
 - ინფორმაციის შეგროვებასა და ბაზრის კვლევისთვის მის გამოყენებაში;
 - პრეზენტაციის ტექნიკის სწავლასა და პრაქტიკაში გამოყენებაში;
 - პასუხისმგებლობის აღებაში;
 - გადაწყვეტილების მიღებასა და თანმიმდევრობის დაცვაში;
 - პრეზენტაციის ტექნიკის შესწავლასა და პრაქტიკაში მის გამოყენებაში.
6. მინიკომპანიის ბიზნესიდეაა: _____
_____.

7. მინიკომპანიის აქციონერთა კაპიტალი უნდა იყოს მინიმუმ _____ ლარი, დივიდენდის მაქსიმალური ოდენობა თითო აქციაზე უნდა შეადგენდეს _____ ლარს. ყველა წევრი უნდა ფლობდეს მინიმუმ ერთ აქციას, მაგრამ არცერთ მათგანს არ შეუძლია, რომ ჰქონდეს 5 აქციაზე მეტი. დაუშვებელია აქციებით ვაჭრობა.

კომპანიამ არ უნდა აიღოს ისეთი ფულადი ვალდებულება, რომელიც აღემატება მის საწესდებო კაპიტალს. გამონაკლისი დაიშვება მხოლოდ მაშინ, თუ სხვა, გარეშე კომპანიისგან არსებობს ფინანსური გარანტია. “ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველო” ყოველთვის ინფორმირებული უნდა იყოს მსგავსი შემთხვევების თაობაზე.

8. ყველა აქციონერი საბჭოს წევრია. საბჭო პასუხისმგებელია ყველა ქმედებაზე. გადაწყვეტილების მისაღებად წარმოდგენილი უნდა იყოს მინიმუმ საბჭოს წევრთა რაოდენობის ნახევარი. საბჭო ირჩევს თავმჯდომარეს და ვიცეთავმჯდომარეს. საბჭო ნიშნავს თანამშრომლებს და განსაზღვრავს კომპანიაში ხელფასების ოდენობას.

ყველა წევრს საბჭოში აქვს თითო ხმა. ხმების ერთნაირი რაოდენობის შემთხვევაში გადამწყვეტი ხმის უფლება აქვს თავმჯდომარეს.

9. საბჭოს სხდომა იმართება სულ მცირე თვეში ერთხელ მაინც.
10. საბჭო ნიშნავს გენერალურ დირექტორს (პრეზიდენტს) და სხვა ფუნქციურ დირექტორებს (ვიცეპრეზიდენტებს) კომპანიის შემადგენლობიდან. ვაკანტური პოზიციების გამოცხადების შემდეგ მხოლოდ კომპანიის წევრების დანიშვნაა შესაძლებელი სხვადასხვა პოზიციაზე.
11. კომპანიის ორ წევრს უფლება ეძლევა, ხელი მოაწეროს და იმოქმედოს მინიკომპანიის ბიზნესინტერესების შესაბამისად.

წარმომადგენლები:

1. _____ (სახელი, გვარი, პოზიცია)
2. _____ (სახელი, გვარი, პოზიცია)
12. წლიური გენერალური შეხვედრა იმართება მაისის ბოლოს, მას შემდეგ, რაც ამის შესახებ წინასწარ, ორი კვირით ადრე იქნება წერილობით ცნობილი.

წლიურ გენერალურ შეხვედრაზე უნდა:

- დამტკიცდეს ყოველწლიური ანგარიში, გასაცემი დივიდენდების ოდენობა;
- განიხილოს სხვა საკითხები, რომლებიც წარმოადგენს საერთო კრების კომპეტენციას და შეტანილია დღის წესრიგში;
- დამტკიცდეს, საჭიროების შემთხვევაში, მინიკომპანიის ლიკვიდაციის პროცედურები.

ფინანსური უწყისი, წლიური ანგარიში და აუდიტის დასკვნა უნდა იყოს გადაგზავნილი გენერალურ კრებამდე მინიმუმ ერთი კვირით ადრე.

13. კომპანია იქნება ლიკვიდირებული 202__ წლის __ მაისს. თუ სალაროს ანგარიში არ იქნება დახურული, “ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველო” ავტომატურად თავის თავზე აიღებს აქტივებზე პასუხისმგებლობას.
14. წესდება შეიძლება შესწორებული იქნას დირექტორთა საბჭოს უმრავლესობის მიერ, ხმათა 2/3-ით.

წინამდებარე წესდება მიღებულია და მხარდაჭერილია დირექტორთა საბჭოს შეხვედრაზე, რომელიც გაიმართა _____ (თარიღი).

დირექტორთა საბჭოს წევრები:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

დანართი 5-3.

შეხვედრის შეტყობინება

მინიკომპანიის სახელი: _____

ეს შეტყობინება არის მინიკომპანიის შეხვედრისთვის, რომელიც გაიმართება:

(ადგილი/ოთახი) _____

(თარიღი და საათი) _____

შემდეგი მიზნებისთვის:

დღის წესრიგი
1. ინფორმაცია შეხვედრაზე არმყოფი წევრების შესახებ, არდასწრების მიზეზის აღნიშვნით.
2. წინა შეხვედრის ოქმი (ხელმოწერილი უნდა იქნას თავმჯდომარის მიერ კიდევ ერთხელ, რათა დადასტურდეს მისი სისწორე).
3. საკითხები (რაც ბოლო შეხვედრის დროს არ შედიოდა დღის წესრიგში და უნდა იქნას განხილული დაგეგმილ შეხვედრაზე).
4. სხვა საკითხები ...

შემდეგი შეხვედრის თარიღი: _____

ხელმოწერა: _____ (კომპანიის წარმომადგენელი)

თარიღი: _____

დანართი 5-4.

შეხვედრის ოქმი

მინიკომპანიის სახელი: _____

შეხვედრის ნომერი:	
ადგილი:	
დრო:	
შეხვედრის დაწყება: (საათი)	
შეხვედრის დამთავრება: (საათი)	
თავმჯდომარე:	

დამსწრე წევრები			

დამსწრე კონსულტანტები			

N	მიღებული გადაწყვეტილება	შენიშვნა
1.	შეხვედრაზე არმყოფი პირები, ვერდასწრების მიზეზის აღნიშვნით	
2.	წინასწარ შეთანხმებული საკითხები	
3.	შეხვედრისას წამოჭრილი საკითხები:	



საკითხის ნომერი	მიღებული გადაწყვეტილება	შემსრულებელი

დანართი 5-7.



სააქციო მოწმობა # _____

ერთი აქცია არ ექვემდებარება გადაცემას. გამოსყიდვა ხდება გამოშვებიდან ერთი წლის განმავლობაში, მინიკომპანიისგან _____ . აქციის მფლობელი _____ (სახელი, გვარი) ადასტურებს, რომ მისი ნომინალური ღირებულებაა _____ ლარი.

კომპანიის წარმომადგენელი _____ (სახელი, გვარი), თარიღი _____.

აქციონერი ნიშნავს წარმომადგენელს, რომელიც უფლებამოსილია დაესწროს დირექტორთა საბჭოს ყველა სხდომას.

აქციონერის საინფორმაციო ბარათის # _____

აქციონერის საყურადღებოდ: დარწმუნდით, რომ თქვენი სახელი, გვარი და მისამართი სრულად და გარკვევითაა მითითებული. გთხოვთ, მოაწეროთ ხელი.

სახელი, გვარი: _____

საკონტაქტო ინფორმაცია: _____ (ქალაქი, ინდექსი, ქვეყანა).

აქციონერის ხელმოწერა _____

მინიკომპანიის წარმომადგენელი _____

პროსპექტი

პროგრამა „კომპანია“ არის „ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს“ მიერ ფინანსური მხარდაჭერის მექანე, მეწარმეობის პრაქტიკული პროგრამა. მისი საშუალებით საშუალო სკოლის მოსწავლეები სწავლობენ, თუ როგორ წარუძღვნენ საკუთარ კომპანიას მასწავლებლის და მოხალისე ბიზნეს კონსულტანტების დახმარებით.

მინიკომპანია

თითოეული „მინიკომპანია“ ორგანიზებულია, როგორც კორპორაციული ან ამხანაგობა. „მოსწავლეთა კომპანიაში“ მუშაობენ: დირექტორთა საბჭო, კომპანიის თანამშრომლები და გამყიდველები.

- ისინი აწარმოებენ პროდუქტს ან სთავაზობენ მომსახურებას.
- აქციათა გაყიდვით (თითოეული _____ ლარად) ისინი ახდენენ ფირმის კაპიტალიზაციას.
- ისინი აწარმოებენ, რეკლამას უკეთებენ და ყიდიან კომპანიის პროდუქციას თუ მომსახურებას.
- მათ ენიშნებათ ხელფასები, აგრეთვე საკომისიო თანხები პროდუქციის გაყიდვის დროს.
- ისინი აწარმოებენ კომპანიის საბუღალტრო ანგარიშებს და დოკუმენტებს, იხდიან გადასახადებს.

შეჯამება, კომპანიის წევრებსაც იგივე მოვალეობები და პასუხისმგებლობები აქვთ, როგორც სხვა კორპორაციათა წარმომადგენლებს. „კომპანიაში“ მუშაობისას მოსწავლეებს უვითარდებათ ლიდერის თვისებები, იძენენ საკუთარი თავის მიმართ რწმენას და უფრო ახლოს ეცნობიან კარიერის სხვადასხვა ტიპს. თქვენი კაპიტალდაბანდება კომპანიის ლიკვიდაციის პროცესში უკან დაგიბრუნდებათ. კომპანიები აქტივებს ნაღდ ფულად გადააქცივენ. წლიური ანგარიშები ეგზავნებათ აქციონერებს.

„ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს“ „მინიკომპანიის“ აქციათა განსაკუთრებული მახასიათებლებია: არა იურიდიულად გადაცემას დაქვემდებარებული ინსტრუმენტი, რომელიც იყიდება უფლებამოსილი წარმომადგენლის მიერ საგანმანათლებლო მიზნით. იგი გამოშვებულია ერთი სასწავლო წლის მანძილზე, რის შემდეგაც მას ძალა ეკარგება.

გამყიდველის საყურადღებოდ:

არ დაგავიწყდეთ აქციონერის საინფორმაციო ბარათის შევსება, რომელიც ნაღდ ფულთან ერთად დააბარდა ხაზინადარს უნდა ჩააბაროთ. ეს ბარათი, ნაღდ ფულთან ერთად, ჩააბარეთ მომავალ სხდომაზე. თუ მოწმობა არასწორად შეავსეთ, ნუ გადაავდებთ მას. დააწერეთ, რომ „ბათილია“ და ჩააბარეთ კომპანიის ადმინისტრაციას.

ნაღდი ფულის და აქციონერის საინფორმაციო ბარათის ჩაბარების შემდეგ დაწმუნდით, რომ შესრულებული ოპერაციები სწორადაა ჩაწერილი აქციონერის დოკუმენტში.

ლიკვიდაციის შემდეგ აქციონერებს გაუგზავნეთ „აქციონერის საინფორმაციო ბარათი“ წლიურ ანგარიშთან ერთად.

დანართი 5-8.

მინიკომპანიის სახელი: _____



იდების შემუშავების მეთოდები

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

მომხმარებლის რა საჭიროებებს აკმაყოფილებს ჩვენი პროდუქცია და რა სახის პრობლემებს გადაჭრის იგი?

ვინ არიან ჩვენი მომხმარებლები/სამიზნე ჯგუფი?

რა არის მათი საჭიროებები?

რა სახის პროდუქციით დაგაკმაყოფილებთ მათ საჭიროებებს?

როგორ შეგვიძლია დაგაკმაყოფილოთ ჩვენი სამიზნე ჯგუფი/რა გზა იქნება მომხმარებლებისათვის უკეთესი /განსხვავებული კონკურენტებისაგან?

დანართი 5-9.

სამიზნე აუდიტორიის დადგენის სამუშაო ფურცელი

გამოიყენეთ ეს ფორმა სამიზნე აუდიტორიის პროფილის დასადგენად. შეაჯამეთ, რა იცით მათ შესახებ.

სქესი:	რა ენებზე საუბრობთ?
<input type="checkbox"/> მდედრობითი	
<input type="checkbox"/> მამრობითი	

ასაკობრივი ჯგუფი (წელი)	საიდან გაიგეთ _____ პროდუქტის ან მომსახურების შესახებ (გაზეთი, ჟურნალი, ტელევიზია, რადიო, ვებგვერდი)?
<input type="checkbox"/> 17-მდე	
<input type="checkbox"/> 18 - 25	
<input type="checkbox"/> 26 - 35	
<input type="checkbox"/> 36 - 45	
<input type="checkbox"/> 46 - 55	
<input type="checkbox"/> 56 - 65	
<input type="checkbox"/> 66 +	
<input type="checkbox"/> კონკრეტულად ___	

განათლება:	სად იძენთ ამ ან მის მსგავს პროდუქტს ან მომსახურებას?
------------	--

საქმიანობა:	რამდენს იხდით ამ ან მის მსგავს პროდუქტში ან მომსახურებაში?
-------------	--

საცხოვრებელი ადგილი:	რატომ არის მომხმარებელი დაინტერესებული შესაბამისი პროდუქტით ან მომსახურებით?
----------------------	--

შეჯამება

რა ვისწავლე?

რა კითხვები მაქვს?

კიდევ რა უნდა ვისწავლო?



თავი VI. ბიზნესგეგმა

ბიზნესგეგმა არის კომპანიის ეფექტიანად მართვის საშუალება, ასევე, დოკუმენტი, რომელიც დაგეხმარებათ, მიჰყვით არჩეულ გზას.

ეს არის ოფიციალური დოკუმენტი, რომელიც ასახავს ბიზნესის მიზნებს; იმ მიზნებს, რომელთა გამოც თვლით, რომ ეს მიზნები მიღწევადია და გეგმა, რომელიც ამ მიზნების მიღწევაში დაგეხმარებათ. ბიზნესგეგმაზე მუშაობამ შესაძლოა, დიდი დრო მოითხოვოს, ამიტომ რაც შეიძლება ადრე დაიწყეთ მისი შემუშავება.

ბიზნესგეგმა კომპანიის დაინტერესებულ მხარეებს აწვდის ინფორმაციას, ის არის დოკუმენტი, რომელიც გამოიყენება ინვესტორებთან და აქციონერებთან ურთიერთობისას.

ბიზნესგეგმა არის კომპანიის სახელმძღვანელო დოკუმენტი, მაგრამ ის ასევე დაგეხმარებათ, რომ დარჩეთ თქვენ მიერ არჩეულ გზაზე, მასში შეიტანოთ კორექტივები და განსაზღვროთ მომავლის ხედვები.

ყველა ახალ საწარმოს სჭირდება ბიზნესგეგმა. იგი სრულად წარმოგაჩენთ, ეს არის მთელი პროექტის გაშლა. უაღრესად მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნული დოკუმენტი კომპანიის მიერ გამოიყენება პერსპექტიულ ინვესტორებთან და აქციონერებთან მოლაპარაკებების დაწყებისას.

პროცესში შესაძლებელია მოხალისის ჩართვა. მან შეიძლება ითამაშოს ფინანსისტის როლი, თქვენი ხელშეწყობით მოამზადოს მცირე პრეზენტაცია.

ბიზნესგეგმის მომზადების ნაცვლად ზოგი ბიზნესკანვას მოდელს ამზადებს, სოციალური საწარმოები - სოციალური საწარმოს ბიზნესკანვას მოდელს. ბიზნესგეგმაში ყველა საკითხი უფრო გავრცობილად არის მოცემული, ხოლო კანვას მოდელებში ერთ დიდ ფურცელზე მოკლედ არის ყველაფერი თავმოყრილი; ანუ კანვას მოდელი ბიზნესგეგმის ლაკონიური ვარიანტია.



აქტივობა 6.1. მინიკომპანიის ბიზნესგეგმა

თქვენ უკვე მომზადებული გაქვთ ბიზნესგეგმის ზოგიერთი პუნქტი. თუმცა, დანართი 6-1 თავს უყრის ყველა მნიშვნელოვან კომპონენტს.

ბიზნესგეგმა მოიცავს კონკრეტული ბიზნესის დასახელებას და ძირითად, მიზნობრივ აქტივობებს. თავდაპირველად, განსაზღვრეთ მისია, მოკლე და გრძელვადიანი მიზნები, საჭირო ადამიანური რესურსები და აქტივობები. **არ გამოგრჩეთ ღირებულების ჯაჭვის აღწერა, ანუ პროცესი როცა 1+1 უტოლდება მეტს - ეს ბიზნესის კეთების გასაღებია.** ყოველივე ამას, მიეცით წერილობითი სახე.

ქვემოთ ასხნილია ზოგიერთი საკითხი. გაეცანით და შეავსეთ **დანართი 6-1 ბიზნესგეგმა ან დანართი 6-2 სოციალური საწარმოს ბიზნეს კანვას მოდელი.**

მნიშვნელოვანი ადამიანები

ჩამოთვალეთ კომპანიისთვის მნიშვნელოვანი ადამიანები. მიუთითეთ, როგორ აპირებთ მათ სტრუქტურირებას კომპანიაში. შეგიძლიათ, დაურთოთ ორგანიზაციის სტრუქტურა.

პროდუქტი ან მომსახურება

ეს უნდა იყოს მოკლედ აღწერილი, უნიკალური ან გაყიდვადი რამ. გაანგარიშებული უნდა იყოს საწარმოო ხარჯი და წაუგებლების ანუ ნულოვანი მოგების წერილი. მას თან უნდა ერთვოდეს საწარმოო პროცესის მოკლე დახასიათება. იგი უნდა მოიცავდეს მითითებას პროდუქტის ან მომსახურების პოტენციური გაყიდვების შესახებ.

ბაზარი და სტრატეგია

შეადგინეთ ბაზრის სურათი გეოგრაფიული მდებარეობის და მომხმარებელთა სახეების მიხედვით. დაურთეთ მას ბაზრის კვლევის დეტალები. ასხენით, როგორ აპირებთ იმის მიღწევას, რომ მომხმარებელმა იყიდოს თქვენი პროდუქტი/მომსახურება.

დანართი 6-1.

მოსწავლეთა კომპანიის ბიზნესგეგმა	
მინიკომპანიის სახელი	
მისამართი:	
ელფოსტა:	
ტელეფონი:	
კომპანიის წარმომადგენლობაზე პასუხისმგებელი პირი: (პრეზიდენტი/გენერალური დირექტორი)	



მმართველი საბჭო

დირექტორი/ვიცეპრეზიდენტი:	
დირექტორი/ვიცეპრეზიდენტი:	
დირექტორი/ვიცეპრეზიდენტი:	
აქციონერები/მფლობელები:	
აქციონერები/მფლობელები:	
აქციონერები/მფლობელები:	
აქციონერები/მფლობელები:	

ბიზნესგეგმის რეზიუმე/მიმოხილვა:

ეს ნაწილი ივსება მას მერე, რაც ბიზნესგეგმის სხვა ნაწილებს შეავსებთ. ეს უნდა იყოს პოზიტიურად და მოკლედ დაწერილი ბიზნესგეგმის ძირითადი საკითხები ისე, რომ დაინტერესებულ მხარეს გაუჩინდეს სურვილი, წაიკითხოს დანარჩენი ნაწილიც. უნდა წარმოაჩინოთ ღირებულების შექმნის ჯაჭვი.

შეთავაზებული საქონელი ან მომსახურება:

კომპანიის მისია:

რისი მიღწევის იმედი გაქვთ უახლოეს მომავალში?

რა რესურსები სჭირდება თქვენს კომპანიას? (ადამიანები, ფული, ნედლეული, აღჭურვილობა)?

რა რჩევებით გეხმარებათ კომპანიის შექმნაში?

როგორ აწარმოებთ პროდუქტსა და მომსახურებას? აღწერეთ კვლავ წარმოების ღირებულების ჯაჭვი, რისკების ანალიზი.

მომხმარებელი - ვინ შეიძენს პროდუქტს ან მომსახურებას? და სად იქნება მისი შეძენა შესაძლებელი. რა არის თქვენი ბაზრის სტრატეგია?

რა საბაზრო კვლევები ჩაატარეთ?

აპირებთ თუ არა თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების რეკლამირებას და როგორ მარკეტინგულ საქმიანობას გეგმავეთ?



რა ღირს თქვენი პროდუქციის წარმოება ან მომსახურების გაწევის წამოწყება? - მოიცავს ყველა გაწეულ პირველად ხარჯს პირველი შემოსავლის მიღებამდე (ანუ რა საინვესტიციო თანხა არის საჭირო) მაგ: შენობა, გათბობა, განათება, ხელფასები, ტელეფონი და ა.შ.?

#	სავარაუდო დანახარჯების დასახელება	თანხა
1	დანადგარები	
2	შეფუთვა	
3	ნედლეული	
4		
	ჯამი:	

რა ტიპის ტრენინგების ჩატარებას აპირებთ ოპერაციათა და გაყიდვების გუნდისათვის, განსაკუთრებით, შრომის უსაფრთხოებისთვის?

რა ღირს თქვენი პროდუქტი / მომსახურება? (რამდენიმე სახეობის არსებობის შემთხვევაში, გთხოვთ, მიუთითოთ თითოეულის ღირებულება)

პროდუქტის / მომსახურების დასახელება	ფასი

წაუგებლების წერტილი - როგორი იქნება თქვენი ბიზნესის წაუგებლობის დონე, ანუ რამდენი უნდა იყოს თქვენი გაყიდვები, რომ ზარალში არ წახვიდეთ.

_____ რაოდენობა

_____ თანხა

წარმომადგენლობაზე უფლებამოსილი პირის ხელმოწერა: _____

დანართი 6-2.

სოციალური საწარმოს ბიზნეს კანვას მოდელი

მინიკომპანის სახელი: _____

მთავარი რესურსები	ძირითადი აქტივობები	მომხმარებელთან ურთიერთობა	მომხმარებელთა სეგმენტები	ღირებულების განაცხადი
პარტნიორები და დაინტერესებული მხარეები		არსები	გადამხდელუნარიანი მომხმარებელი ბენეფიციარი	მომხმარებლის ღირებულების განაცხადი ბენეფიციარის ღირებულების განაცხადი
დანახარჯთა სტრუქტურა	ნამეტი	შემოსავლის ნაკადები		

აქტივობა 6.2. მარკეტინგის დეპარტამენტის ბიზნესგეგმა

მარკეტინგული ანალიზი

მარკეტინგული ანალიზი არის იმ ბაზრის დეტალური აღწერა, რომელზეც კომპანია აპირებს შესვლასა და პოზიციონირებას. უნდა შეძლოთ აღწეროთ, ვინ არიან თქვენი მომხმარებლები, რატომ არის თქვენი პროდუქცია უნიკალური და შეესაბამება თუ არა ის მომხმარებლის საჭიროებებს. პროდუქციამ უნდა დააკმაყოფილოს საჭიროებები და მოთხოვნილებები, რომლებიც წარმოდგენილი უნდა იყოს მარკეტინგის გეგმაში.

მარკეტინგული სტრატეგია

მარკეტინგული სტრატეგია აღწერს:

- სამიზნე ბაზრებს (ვინ იყიდის თქვენს პროდუქციას);
- ფასების სტრატეგიას ან ნულოვანი მოგების ანუ წაუგებლობის წერტილს (რამდენად გაყიდით თქვენს პროდუქციას, იმსჯელეთ შეხვედრებზე);
- დისტრიბუციასა და რეკლამირებას (სად შეგიძლიათ გაყიდოთ პროდუქცია და როგორ მოახდენთ მის რეკლამირებას?);
- დაგეგმილ გაყიდვებს (რა რაოდენობის პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვას გეგმავს კომპანია?)

გავრცელება

როგორც მარკეტინგის დეპარტამენტის წევრს, გჭირდებათ აღწეროთ, თუ სად ისურვებდით პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვას:

- სხვადასხვა ბიზნესზე;
- მეგობრებსა და ოჯახებში;
- ინტერნეტში;
- სუპერმარკეტებში, ბანკებში, სკოლებში ან ღირსშესანიშნავ ადგილებში;
- ღონისძიებებზე.

რეკლამირება / მარკეტინგი

როგორც მარკეტინგის დეპარტამენტის წევრმა, უნდა გადაწყვიტოთ, აპირებთ თუ არა და როგორ აპირებთ პროდუქციის რეკლამირებას. გაქვთ რამდენიმე შესაძლებლობა:

- ფლაერების დარიგება სკოლაში;
- პოსტერების გაკვრა;
- ვერბალურად;
- ადგილობრივ გაზეთებში გამოქვეყნება;
- ინფორმაციის დაფებზე გამოკვრა;
- ინტერნეტში განთავსება

გაყიდვების გეგმა

რა არის კომპანიის წაუგებლების წერტილი? დაგეგმილი პროდუქციის რაოდენობა? და კომპანიის თანამშრომელთა რაოდენობა? რომლებიც გავლენას ახდენს კომპანიის გაყიდვების მიზნებზე.

სამიზნე
აუდიტორია

ვინ იყიდის საქონელს ან მომსახურებას?

მიწოდება

ჩვენ გავყიდით პროდუქციას:

ჩვენი სარეკლამო სტრატეგია იქნება:

ჩვენ მოვამზადებთ რეკლამას (სად?):

გაყიდვების

გეგმა

ყველა სარეკლამო რესურსზე (მარკერები, პოსტერები, დაფები და ა.შ.)
გასაწევი ხარჯი იქნება: _____ ლარი.

ჩვენი მიზნის მისაღწევად _____ გაყიდვამდე, კომპანიის
თითოეულმა წევრმა უნდა გაყიდოს მინიმუმ _____ პროდუქტი.

დაგვემე მარკეტინგული აქტივობები





აქტივობა 6.3. ხიბლის ბანი (Pitch Deck) არის პრეზენტაციის ტიპი, რომელიც გამოიყენება სტარტაპის, ბიზნესის ან პროექტის იდეის მოკლე, მაგრამ ეფექტურად წარმოსაჩენად პოტენციური ინვესტორების, პარტნიორების ან სხვა დაინტერესებული მხარეების წინაშე.

იგი, როგორც წესი, შედგება 10-15 სლაიდისგან და მოიცავს ძირითად ინფორმაციას, რომელიც პასუხობს კითხვებზე:

ძირითადი შინაარსი

1. შესავალი - ვინ ხართ და რას აკეთებთ.
2. პრობლემა - რა რეალურ და მნიშვნელოვან პრობლემას წყვეტთ.
3. გადაწყვეტა - თქვენი პროდუქტი/სერვისი, რომელიც ამ პრობლემას აგვარებს.
4. ბაზრის შესაძლებლობა - ბაზრის ზომა, ზრდის ტენდენციები და სამიზნე სეგმენტი.
5. ბიზნესმოდელი - როგორ მიიღებთ შემოსავალს.
6. კონკურენტული უპირატესობა - რატომ ხართ გამორჩეული სხვებთან შედარებით.
7. პროდუქტის დემო ან პროტოტიპი - ვიზუალური ან ფუნქციური მაგალითი.
8. მარკეტინგი და გაყიდვების სტრატეგია - როგორ მიაღწევთ მომხმარებელამდე.
9. ფინანსური პროგნოზები - შემოსავალი, ხარჯები, მომგებიანობა.

10. გუნდი – ძირითადი წევრები და მათი გამოცდილება.

11. ინვესტიციის მოთხოვნა – რამდენი თანხა გჭირდებათ და რაში გამოიყენებთ.

ხიბლის ბანის მიზანია არა მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდება, არამედ ინვესტორის დაინტერესების გაღვივება, რომ შემდეგ უკვე უფრო დეტალური შეხვედრა ან მოლაპარაკება შედგეს.

ხიბლის ბანის პრეზენტაციის სტრუქტურა შემდეგია:

სლაიდი 1 - სათაური / შესავალი

- კომპანიის/პროექტის სახელი
- ლოგო
- სლოგანი ან მოკლე განმარტება (1 წინადადება, რომელიც აჯამებს იდეას)
- დამფუძნებლისა და გუნდის საკონტაქტო ინფორმაცია

სლაიდი 2 - პრობლემა

- რა რეალური პრობლემა ან საჭიროების არსებობს ბაზარზე?
- ვისზე მოქმედებს ეს პრობლემა (სამიზნე აუდიტორია)?
- არსებული სტატისტიკა ან ფაქტები, რომლებიც პრობლემის მასშტაბს ასახავს

სლაიდი 3 - გადაწყვეტა

- როგორ აგვარებს თქვენს მიერ შემოთავაზებული პროდუქტი/სერვისი აღნიშნულ პრობლემას
- ძირითადი ფუნქციები და ღირებულებები მომხმარებლისთვის
- ვიზუალური მაგალითი ან მოკლე აღწერა

სლაიდი 4 - ბაზრის შესაძლებლობა

- ბაზრის მოცულობა
- ზრდის ტენდენციები და პროგნოზები
- სამიზნე მომხმარებელთა პროფილი

სლაიდი 5 - პროდუქტის დემო / პროტოტიპი

- ფოტოები, ვიზუალური დიზაინი ან ვიდეო ბმული
- ძირითადი მახასიათებლები და ინტერფეისის ჩვენება

სლაიდი 6 - ბიზნეს მოდელი

- შემოსავლის წყაროები (გაყიდვები, აბონემენტი, რეკლამა და ა.შ.)
- ფასების სტრატეგია
- ხარჯების ძირითადი კატეგორიები

სლაიდი 7 - კონკურენტული უპირატესობა

- არსებული კონკურენტები ბაზარზე
- თქვენი განსხვავებული და უნიკალური უპირატესობები - უნიკუმი
- რატომ აირჩევს მომხმარებელი თქვენ

სლაიდი 8 - მარკეტინგი და გაყიდვები

- მომხმარებელთან მიღწევის არხები (ონლაინ, ოფლაინ, პარტნიორები)
- გაყიდვების სტრატეგია



- მომხმარებელთა მოზიდვის ხარჯი და პროდუქტის სასიცოცხლო ღირებულება (თუ ვიცით)

სლაიდი 9 - ფინანსური პროგნოზები

- მომდევნო 3–5 წლის შემოსავლის, ხარჯების და მოგების პროგნოზი
- ძირითადი ფინანსური მაჩვენებლები (შემოსავალი ინვესტიციაზე, ოპერაციული მოგება, წაუგებლობის წერტილი)
- ინვესტიციის საჭიროება და მისი გამოყენების მიმართულებები

სლაიდი 10 - გუნდი

- ძირითადი წევრები და მათი როლები
- წინა გამოცდილება და მიღწევები
- საჭირო დამატებითი კადრები (თუ არის)

სლაიდი 11 - ინვესტიციის მოთხოვნა

- რამდენი თანხაა საჭირო?
- რაში მოხმარდება (გაყიდვების გაფართოება, პროდუქტის განვითარება, მარკეტინგი და ა.შ.)
- ინვესტორისთვის მოსალოდნელი სარგებელი

სლაიდი 12 - დასკვნა და მოქმედებისკენ მოწოდება

- მთავარი გზავნილი, რომელიც გსურთ რომ დამახსოვრდეს
- შემდგომი ნაბიჯები
- საკონტაქტო ინფორმაცია და მადლობა

დავალება: მოამზადეთ თქვენი კომპანიის ხიბლის ბანი რომელიმე თქვენთვის მისაღებ პროგრამაში (Power Point, Canvas და სხვ.).

ფინანსური მოთხოვნები

ახლა დაგეგმეთ მინიკომპანიის ფინანსები და გადაწყვიტეთ თუ როგორ აპირებთ დააფინანსოთ საჭირო შესყიდვები (მაგალითად, ნედლეული, მარაგები), აგრეთვე გადაიხადოთ კომპანიის სარეგისტრაციო მოსაკრებელი.

სწავლება

დაასახელეთ ადამიანთა გარკვეული რაოდენობა, მათ შორის, წარმოებისა და გაყიდვების სექტორში დასაქმებული პირები; აღნიშნეთ, თუ როგორ არიან ისინი ორგანიზებულნი და როგორია მათი მომზადების დონე, ყურადღება გაამახვილეთ ჯანდაცვისა და უსაფრთხოების საკითხებზე.



აქტივობა 6.4. ფინანსური გეგმა

ფინანსური დანართის ფორმების მიხედვით, მოამზადეთ დაგეგმილი მოგება-ზარალის ანგარიში, დაგეგმილი ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისი, და დაგეგმილი ნულოვანი მოგების ანუ წაუგებლობის წერტილი გამოთვალეთ.

დაგეგმილი მოგება-ზარალის ანგარიში

მინიკომპანიის სახელი: _____

პერიოდი/თვე	პერიოდი			
	1	2	3	სულ
გაყიდვები (შემოსავალი)				
პროდუქტი 1				
პროდუქტი 2				
სულ გაყიდვები				
გაყიდვების თვითღირებულება				
ნედლეული				
წარმოების სფეროში დასაქმებულის ხელფასი				
სხვა ხარჯები				
სულ გაყიდვების პირადპირი ხარჯები ანუ თვითღირებულება				
მთლიანი/ზღვრული მოგება=შემოსავლებს - გაყიდვების ღირებულება				
სედნადები ადმინისტრაციული ხარჯები:				
ხელფასები				
საკომისიო				
იჯარა				
ქირა				
საკანცელარიო				
სარეგისტრაციო გადასახადი				
საბანკო მოსაკრებელი				
სხვა				
სულ ადმინისტრაციული ხარჯი				
მთლიანი მოგება - მთლიანი ხარჯი = მოგება (ან ზარალი)				

დაგეგმილი ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისი

მინიკომპანიის სახელი: _____

პერიოდი/თვე	პერიოდი				
	0	1	2	3	სულ
თანხის ბალანსი პერიოდის დასაწყისში					
მიღებული თანხები: აქციებიდან					
მიღებული თანხები: სესხიდან					
მიღებული თანხები: გაყიდვებიდან					
მიღებული თანხები: სხვა შემოსავლებიდან					
სულ მიღებული თანხები					
გადახდილი თანხები: შესყიდვები					
გადახდილი თანხები: წარმოების მუშაკებზე გადახდილი ხელფასები					
გადახდილი თანხები: პრემიები & საკომისიოები					
გადახდილი თანხები: საკანცელარიო საქონელი					
გადახდილი თანხები: იჯარა & ქირა					
გადახდილი თანხები: სხვადასხვა ხარჯი					
გადახდილი თანხები: სარეგისტრაციო მოსაკრებელი					
გადახდილი თანხები: სესხზე გადახდილი თანხები					
გადახდილი თანხები: კორპორაციული გადასახდელი					
გადახდილი თანხები: შემოწირულობა					
გადახდილი თანხები: დივიდენდები					
გადახდილი თანხები: კაპიტალის დაბრუნება					
გადახდილი თანხები: საბანკო მომსახურება					
სულ გადახდილი თანხები					
ბალანსი პერიოდის ბოლოს (საწყის ბალანსს + მიღებული თანხები - გადახდილი თანხები)					

ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზი

მინიკომპანიის სახელი: _____

შენატანების დათვლა	ღ
სავარაუდო საცალო სარეალიზაციო ფასი	
სავარაუდო საწარმოო ცვალებადი ხარჯი ერთ ერთეულზე:	
ნედლეულის შესყიდვა + საწარმოო ხარჯი + გაყიდვის საკომისიო + პირდაპირი ხეფასი	
მთლიანი ცვალებადი ხარჯი	
A. ზღვრული მოგება ერთეული შენატანი მუდმივი ხარჯის მიმართ (გასაყიდ ფასს გამოკლებული ცვალებადი ხარჯი)	
სავარაუდო მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი მთელი წლისათვის	ღ
ადმინისტრაციის ხელფასები, პრემიები და ბონუსები	
საკანცელარიო ხარჯი	
ქირა და იჯარა	
სხვა ხარჯი	
რეგისტრაციის გადასახადი	
მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი	
წაუგებლობის წერტილი/ნულოვანი მოგება (მთლიანი მუდმივი ხარჯი (B) გაყოფილი ერთეულის ზღვრულ მოგებაზე (A) ცალი	

შეჯამება

რა ვისწავლე?

რა კითხვები მაქვს?

კიდევ რა უნდა ვისწავლო?



თავი VII. შესყიდვები, წარმოება და გაყიდვები

მინიკომპანიის საქმიანობისთვის საჭირო მარაგებისა და აღჭურვილობის შეძენა და მოგროვება დიდ შრომას მოითხოვს.

კომპანიაში, რომელი სტრუქტურაც არ უნდა იყოს პასუხისმგებელი შესყიდვებზე (მაგალითად, შესყიდვის ან წარმოების დეპარტამენტი), მას ბევრი ამოცანის გადაჭრა მოუწევს.

მნიშვნელოვანია, რომ შესყიდვების გეგმა ემთხვეოდეს პროდუქციის წარმოების გეგმას. არანაკლებ მნიშვნელოვანია მუდმივი კავშირის არსებობა შესყიდვებს, გამოშვებულ პროდუქციასა და ფინანსებს შორის. რაც უფრო ახლოს იქნება თქვენი პროდუქტი სკოლაში არსებულ შესაძლებლობებთან, მით უფრო გაგიმარტივდებათ კომპანიის საჭიროებისთვის სასკოლო დროის გამოყენება.

გაყიდვები

კლიენტთან შეხვედრა, ერთი შეხედვით „საშიში“ ჩანს. ამის მიუხედავად, მნიშვნელოვანია, რომ მოემზადოთ მსგავსი სიტუაციებისთვის.

შეგიძლიათ, იმეცადინოთ კლასში მანამ, სანამ რეალურ ცხოვრებაში გადაიტანთ სიტუაციას. სასურველია, პროდუქტი განიხილოთ მთლიანობაში და შემდეგ აქცენტი გადაიტანოთ მის დადებით მხარეებზე. მნიშვნელოვანია, თუ როგორ დაასრულებთ გაყიდვის პროცესს. წლის განმავლობაში საუკეთესო შესაძლებლობას წარმოადგენს გამოფენა-გაყიდვაში მონაწილეობა, რომელსაც აორგანიზებს ხოლმე სკოლა ან “ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველო”. აღნიშნული ღონისძიება, კომპანიას შესაძლებლობას აძლევს, გამოფინოს და გაყიდოს საკუთარი ნაწარმი, ასევე, კონკურენცია გაუწიოს სხვა მინიკომპანიებს.

წარმოება

მომარაგებაზე პასუხისმგებელ პირს (შესყიდვების დეპარტამენტი) სხვადასხვა ამოცანა გააჩნია; ერთ-ერთი მათგანია, ფუნქციონირებისთვის საჭირო მასალებითა და აღჭურვილობით კომპანიის მომარაგების უზრუნველყოფა.

წარმოება შეიძლება იყოს მომგებიანი, თუ შეკვეთებს მიიღებთ სხვადასხვა კომპანიისგან. ამავე დროს, არ არის მიზანშეწონილი ამისთვის დიდი დროის დახარჯვა. გარდა ამისა, თუ კომპანიას, პროდუქციის წარმოების მიზნით, სჭირდება მარაგების შეძენა, აღნიშნულის განხორციელება სწორედ შესყიდვების დეპარტამენტს დაეკისრება. იგი დადგება უამრავი გამოწვევის წინაშე და შესაძლებელია, დასჭირდეს დრო შესაბამისი მიმწოდებლის მოსაძებნად.

მნიშვნელოვანია, რომ პროდუქციის წარმოების მიზნით, შესყიდვები განხორციელდეს სამიზნე წარმოების მოთხოვნების შესაბამისად. მომარაგებას, წარმოებასა და ფინანსებს შორის საჭიროა მჭიდრო კოორდინაცია.

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

მნიშვნელოვანია, რომ საქონლის ან მომსახურების შეძენამდე გქონდეთ წერილობითი, ხელმოწერილი დოკუმენტი, რომელიც გამყიდველის თვალში გაამყარებს თქვენს განზრახვას შენაძენისა და საჭირო თანხის გადახდასთან დაკავშირებით.

მოხალისეს შეუძლია დახმარება გაგიწიოთ ურთიერთობების დამყარებასა და კარგი პრაქტიკის დემონსტრირებაში.

მომწოდებელთა მოძებნა და შეფასება ალბათ ახალი იქნება თქვენთვის, ამიტომ ამ სფეროში დაგჭირდებათ შესაბამისი რჩევები და მითითებები.

ზოგიერთ მინიკომპანიას სურს, რომ აწარმოოს ახალი პროდუქტი. შესაბამისად, კარგი შედეგისთვის, მას სჭირდება დრო ესკიზებისა და პროტოტიპების მოსამზადებლად.

პროფესიულ მომზადებაში შეიძლება ხშირად შევნიშნოთ კავშირი სკოლის სასწავლო საგნებსა და კომპანიის პროდუქტს შორის. თუ კომპანიის სამუშაოს ეს ნაწილი დაკავშირებულია სკოლის სასწავლო გეგმით გათვალისწინებულ აქტივობებთან, შესაძლებელია მათთვის უფრო მეტი დროის დათმობა.

მინიკომპანიებს, ძირითადი სწავლების დროს, შეუძლიათ თვითონ აირჩიონ კონკრეტული წარმოება. ამ შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია დაზუსტდეს, თუ რა დრო დაიხარჯება წარმოებაზე. ამ დროს, მაგალითად, ეკონომიკურად უფრო მომგებიანი შეიძლება აღმოჩნდეს აუტსორსინგი / გარეერესურსირება, როგორც ერთ-ერთი ვარიანტი, როდესაც კომპანია მის მიერ შესასრულებელ ოპერაციებს დაუკვეთავს სხვა ორგანიზაციებს ან პირებს.

თუ გადაწყდა წარმოების სრულად ან ნაწილობრივ საზღვარგარეთ გადატანა, ამ დროს მნიშვნელოვანია, რომ ბიუჯეტში იქნას გათვალისწინებული იმპორტული პროდუქციის ქვეყანაში შემოტანისას, განბაჟების პროცედურებით დადგენილი ხარჯები.

გაყიდვები

რა არის გაყიდვები?

გაყიდვების დეპარტამენტის უშუალო მოვალეობაა, მოიძიოს პოტენციური მყიდველები და დაარწმუნოს ისინი, იყიდონ კომპანიის პროდუქტი. გაყიდვები წარმოადგენს უშუალოდ მომხმარებელთან ურთიერთქმედებას და უზრუნველყოფს მათი მხრიდან კომპანიის მხარდაჭერას.

გაყიდვებში წარმატება უზრუნველყოფილია მხოლოდ მაშინ, როდესაც თქვენ და გაყიდვების აგენტები:

- იქცევიან მეგობრულად და ხართ ენთუზიაზმით აღსავსენი;
- კარგად უსმენთ მომხმარებელს, აცნობიერებთ, რა სჭირდება მას;
- კარგად იცნობთ თქვენს პროდუქტს ან სერვისს;
- დაინტერესებული ხართ გაიგოთ, თუ როგორ დაეხმარება მომხმარებელს თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება;
- შეგიძლიათ ნათლად დაანახოთ მომხმარებელს, თუ როგორ დაეხმარება მათ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება;
- შეგიძლიათ იყოთ ღია და გახსნილი პოტენციური კლიენტების მიმართ.

სასიამოვნო ქცევა, პირადი თვისებები და პოზიტიური დამოკიდებულება - ის ატრიბუტებია, რომელიც უნდა ჰქონდეს გაყიდვების სფეროში დასაქმებულ პირს.

თქვენ გაყიდვების მენეჯერის როლში

გაყიდვების სასურველი დონის მიღწევის მიზნით, თქვენ იქნებით პასუხისმგებელი კომპანიის გაყიდვების გეგმის მომზადებასა და მომავალი პროგნოზის გაკეთებაზე. თქვენ პირადად ამზადებთ და მართავთ გაყიდვების გუნდს, ამასთანავე, ახლო სამუშაო ურთიერთობა გაქვთ მარკეტინგის დირექტორთან და კომპანიის სხვა დირექტორებთან, რათა ჩამოაყალიბოთ ორგანიზაციის პოლიტიკა და სტრატეგია.

როგორ ხორციელდება გაყიდვები?

- **კვლევა:** საჭიროა მოიძიოთ პოტენციური მყიდველები, გაარკვიოთ, თუ სად შეიძლება მათი ნახვა, რა მიზეზების გამო იყიდონ ისინი თქვენს პროდუქტს თუ მომსახურებას და რა ფაქტორები მოახდენენ მათზე ზეგავლენას, რომ შეიძინონ უშუალოდ თქვენი კომპანიის პროდუქტი ან მომსახურება.
- **პროდუქტის ან მომსახურების ცოდნა:** ეფექტური გაყიდვების განხორციელების მიზნით, უნდა ერკვეოდეთ ყველაფერში თქვენი პროდუქტის თუ მომსახურების შესახებ. უნდა იცოდეთ მათი ძირითადი დამახასიათებელი თვისებები და უპირატესობები, რასაც შესთავაზებთ მომხმარებელს და ასევე ის, თუ როგორ გამოიყენებს მათ მყიდველი.
- **მახასიათებლები:** თქვენ პროდუქტის თუ სერვისის თვისებები (მაგალითად, ჭიქას აქვს სხვადასხვა მახასიათებელი, მათ შორის, გააჩნია სახელური).
- **უპირატესობა:** მომხმარებელი მხოლოდ მაშინ იყიდის თქვენს პროდუქტს ან მომსახურებას, თუ იგი მასში დაინახავს გარკვეულ უპირატესობებს. მნიშვნელოვანია იცოდეთ, თუ რა შედეგების შეთავაზება შეგიძლიათ პოტენციური მომხმარებლისთვის (მაგალითად, თქვენი კომპანიის მიერ დამზადებული ჭიქის სახელურის უპირატესობა შეიძლება იყოს ის, რომ მისი გამოყენებით, ადვილი იქნება ჭიქის დაჭერა ან ჭიქის დაჭერის შემთხვევაში, არ დაგეწვებათ თითები და ა.შ.).
- **პროდუქტის ან მომსახურების გამოყენება:** იმის გააზრება, თუ როგორ გამოიყენებს თქვენს პროდუქტს თუ მომსახურებას მომხმარებელი, დაგეგმავთ ძირითადი მიზეზის გაგებაში, თუ რატომ ყიდულობენ უშუალოდ თქვენს პროდუქტს ან მომსახურებას. იგი ასევე მნიშვნელოვანია, რომ მომხმარებელს მისცეთ სწორი რჩევა და დაამყაროთ ხანგრძლივი ურთიერთობა - მოემსახუროთ მათ გაყიდვების შემდგომ პერიოდში, საჭიროების შესაბამისად.
- **დაგეგმვა:** გაყიდვების დეპარტამენტმა უნდა დაგეგმოს, თუ რა ტიპის მომხმარებელთან აპირებთ შეხვედრას, რის გაყიდვას მოელოთ და რა ელირება იგი. თქვენ, ასევე, უნდა განსაზღვროთ, რა მოცულობის გაყიდვებს გეგმავთ და ჯამში რა ელირება იგი. თქვენი წინასწარი პროგნოზი მხოლოდ მაშინ შეიძლება გამართლდეს, თუ შეძლებთ და მოიძიებთ ბევრ პოტენციურ კლიენტს და მაქსიმალურად გამოიყენებთ გაყიდვების უნარ-ჩვევებს, რაც დაარწმუნებს მათ, რომ იყიდონ თქვენი და არა სხვა კომპანიის მიერ შეთავაზებული პროდუქტი ან მომსახურება.

დაგეგმვა

ნაბიჯი 1: უნარ-ჩვევები, გამოცდილება და პროდუქტი

- დაამყარეთ კავშირი ადამიანური რესურსების დირექტორთან, რათა მან განსაზღვროს ის რეალური უნარ-ჩვევები და გამოცდილებების დონე, რაც კომპანიის წევრებს გააჩნიათ.

- გონებრივი იერიშის საფუძველზე, განსაზღვრეთ, სავარაუდოდ თუ რა პროდუქტი/ მომსახურება გასურთ, რომ გაყიდოს თქვენმა კომპანიამ.
- ყოველთვის გახსოვდეთ, რომ მოქმედი რეგულაციების გამო, ზოგიერთი პროდუქტის წარმოება/მომსახურების გაწევა მინიკომპანიებისთვის აკრძალულია.
- წინასწარ დეტალურად არ გამოიკვლიოთ თქვენი პროდუქტი/მომსახურება, ან არ იფიქროთ იმაზე, თუ როგორ შეძლებთ მის გაყიდვას, სანამ არ ჩაატარებთ საჭირო კვლევას. დეტალებს მხოლოდ ამის შემდგომ უნდა მიექცეს ყურადღება.

ნაბიჯი 2: დაეხმარეთ მარკეტინგის დირექტორს, მარკეტინგული სტრატეგიის

შემუშავებაში.

- პროდუქტი: დეტალური ინფორმაცია მიაწოდეთ მომხმარებელს თქვენი პროდუქტის/ მომსახურების შესახებ, რომელიც უნდა პასუხობდეს უშუალოდ მის მოთხოვნებს. საჭიროა, წარადგინოთ ინფორმაცია შემდეგ პარამეტრებზე: დიზაინი, ფუნქციები და შეფუთვის აქსესუარები.
- ფასი: თქვენი პროდუქტის/მომსახურების ფასი და ბიზნესის პირობები (როგორი ფორმით და როდის მოელოთ, რომ კლიენტი გადაიხდის)
- ადგილი: როგორ და სად აპირებთ, რომ გახადოთ თქვენი პროდუქტი ხელმისაწვდომი.
- რეკლამირება: სად და როგორ აპირებთ თქვენი პროდუქტის/მომსახურებას გაყიდვების სტიმულირებას. ნებისმიერ შემთხვევაში, შეგიძლიათ გამოიყენოთ:
 - უფასო რეკლამები, როგორებიცაა ადგილობრივი პრესა და რადიო, სასკოლო ღონისძიებები და განცხადებების დაფა;
 - ეფექტური ფასიანი რეკლამები, როგორებიცაა პოსტერები და სარეკლამო ბუკლეტები;
 - სოციალური ქსელები, თუ სხვა ინტერნეტ წყაროები.

ნაბიჯი 3: მოამზადეთ თქვენი გაყიდვების გეგმა და შეადგინეთ პროგნოზი,

რომელიც ასახავს:

- მომხმარებლის ტიპს (მაგალითად, სტუდენტი, მასწავლებელი, მშობელი და სხვ.);
- ადგილს, სადაც შეიძლება პროდუქტის/მომსახურების ნახვა (მაგალითად, სკოლა, სამუშაო ადგილი, სუპერმარკეტი და სხვ.);
- სამუშაო წლის განმავლობაში მომხმარებელთა სავარაუდო რაოდენობას;
- სავარაუდოდ, რამდენი მათგანი იყიდის თქვენს პროდუქტს/მომსახურებას;
- გაყიდვების რაოდენობას;
- ამ გაყიდვების საერთო ღირებულებას;
- იმ რესურსებს, რომლებიც გეგმის რეალურად განსახორციელებლად დაგჭირდებათ (მაგალითად, შენობა-ნაგებობა, გაყიდვების აგენტები, სპეციალური ლიტერატურა, სასინჯი ნიმუშები და სხვ.).

ნაბიჯი 4: გადაწყვიტეთ, თუ როგორ გადაუხდით თქვენს თანამშრომლებს ხელფასს:

როგორი იქნება გადახდის მეთოდები და შრომის ანაზღაურების ოდენობა (მაგალითად, პრემიალური, აკორდულ-პრემიალური, სეზონური და სხვ./ხელფასის სტრუქტურა და ბონუსები).

ნაბიჯი 5: მიიღეთ შეთანხმება კონსენსუსის საფუძველზე. დააკავშირეთ ერთმანეთთან

მესამე და მეოთხე საფეხურები.

ნაბიჯი 6: თანამდებობაზე დანიშნეთ თქვენი გაყიდვების აგენტები/თანამშრომლები, იზრუნეთ მათ პროფესიულ მომზადებაზე. გააცანით პროდუქტი და დარწმუნდით, რომ მათ ესმით პოტენციური მომხმარებლების საჭიროებები და მოთხოვნები, ჩაუტარეთ ტრენინგი, რომ გამოუმუშავდეთ გაყიდვებისთვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები. ამის შემდგომ შეგიძლიათ, რომ განახორციელოთ გაყიდვების დასახული გეგმა. კავშირი დაამყარეთ ტექნოლოგიების დირექტორთან, რომელიც დაგეხმარებათ ყველა საჭირო მასალით პროდუქტის აღჭურვაში.

ნაბიჯი 7: შეიმუშავეთ და განახორციელეთ გაყიდვების შემდგომი მხარდაჭერის პოლიტიკა და პროგრამა მომხმარებლისთვის. თქვენ უნდა შეინარჩუნოთ „კმაყოფილი მომხმარებელი“.

ნაბიჯი 8: აღრიცხეთ განხორციელებული გაყიდვები ისე, რომ შეგიძლოთ გაყიდვების აგენტების მიღწევების კონტროლი. წარადგინეთ ანგარიში როგორც ფინანსურ, ისე მარკეტინგის დირექტორთან.

პასუხისმგებლობები

- მჭიდროდ იმუშავეთ მარკეტინგის დირექტორთან;
- დარწმუნდით, რომ ხორციელდება გაყიდვების გეგმა და მასზე მონიტორინგი;
- საჭიროებისამებრ, გადახედეთ გაყიდვების გეგმას;
- მართეთ, მოტივაცია მიეცით და მონიტორინგი გაუწიეთ გაყიდვების გუნდს;
- გაყიდვების ზრდის შემთხვევაში, გადახედეთ პოტენციური მომხმარებლების სიას;
- მართეთ ანაზღაურების სქემა (გამოიყენეთ პრემიების სქემა, საჭიროების შემთხვევაში) და უზრუნველყავით, რომ ფინანსურმა დირექტორმა დროულად გადაუხადოს კუთვნილი ანაზღაურება გაყიდვების აგენტებს.





აქტივობა 7.1. მინიკომპანიის გაყიდვების სტრატეგია

მოამზადეთ თქვენი მინიკომპანიის გაყიდვების სტრატეგია ქვემოთ მოცემული ფორმის მიხედვით.

კომპანიის პროდუქტების გაყიდვების სტრატეგია

დასახელება	მინიშნება	მინიკომპანიის გაყიდვების სტრატეგია
1. ბაზრის ანალიზი	სამიზნე სეგმენტების, კონკურენტებისა და მომხმარებლის საჭიროებების კვლევა	
2. გაყიდვების მიზნები	რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მიზნების განსაზღვრა	
3. სამიზნე აუდიტორია	იდეალური მომხმარებლის პროფილის შექმნა	
4. გაყიდვების არხები	პირდაპირი, ონლაინ და პარტნიორული არხების შერჩევა	
5. ფასების სტრატეგია	ფასების პოლიტიკა, ფასდაკლებები და აქციები	
6. გაყიდვების გუნდის ორგანიზაცია	გუნდის სტრუქტურის ჩამოყალიბება, ტრენინგი და მოტივაცია	
7. გაყიდვების პროცესი	დაკავშირებიდან-მოზიდვამდე-ლოიალურობამდე	
8. მარკეტინგთან ინტეგრაცია	პოზიციონირება, რეკლამირება და PR აქტივობები	
9. მონიტორინგი და ანალიზი	შესრულების ინდიკატორის გაზომვა, მონაცემებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებები	
10. განვითარების სტრატეგია	ახალი პროდუქტების შემოტანა და ბაზრის გაფართოება	

მარაგების მოძრაობა

- მიიღეთ ინფორმაცია და ხელი მოაწერეთ შესაბამის დოკუმენტებს ყველა დამზადებულ, გასაყიდად გამზადებულ პროდუქციასთან დაკავშირებით (იხ., ფორმა OPS3 ოპერაციათა რესურსებიდან). თქვენ პასუხისმგებელი ხართ კომპანიის მარაგების უსაფრთხო შენახვაზე;
- ნებისმიერი საქონელი, რომელიც პერსონალურად გადაეცემა გაყიდვების აგენტს, აღრიცხული უნდა იქნას გაყიდვების თვიურ ანგარიშსა (იხ. ფორმა SAL2) და გაყიდვების საბოლოო ანგარიშში.

ინდივიდუალური გაყიდვების ანგარიში

- გაყიდვების თითოეულ დღეს, გაყიდვების ყველა აგენტმა უნდა ჩაინიშნოს გაყიდული (ან დაბრუნებული) პროდუქციის რაოდენობა;
- გამოიყენეთ SAL1 და SAL2 ფორმები და ყოველთვიურად სრულად დააჯამეთ გაყიდვები (თუ თქვენ იყენებთ ცხრილებს, ისინი ავტომატურად დააჯამდება);
- გაიარეთ ეს საკითხები ფინანსების, მარკეტინგისა და რეკლამირების განყოფილებებთან.

შემოსავალი და მარაგები

- გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავალი დაუყონებლივ უნდა გადაეცეს ფინანსურ დირექტორს ან უფლებამოსილ პირს, რომელიც აწარმოებს ფინანსურ საქმეებს;
- მარაგების სახით არსებული ნივთების რაოდენობა, რომლებსაც ფლობს გაყიდვების გუნდი, უნდა აღირიცხოს დადგენილი ფორმით (იხილეთ, ფორმა SAL2).

პრემიალური/ბონუსური გადახდების ჩანაწერი (ყოველთვიური)

- აღრიცხეთ გაყიდვების თითოეული აგენტის მიერ განხორციელებული გაყიდვები ფულად ერთეულში და აღნიშნეთ დარიცხული ბონუსები;
- გადაეცით ინფორმაცია ფინანსურ დირექტორს, რომელიც გადაიხდის თანხას და ხელს მოაწერს შესაბამის დოკუმენტს (იხილეთ ფორმა SAL3).

ანგარიშები და მათი ყოველკვირეული/ყოველთვიური განხილვები

- მზად იყავით, რომ ყოველკვირეულ შეხვედრებზე წარადგინოთ ზეპირი ანგარიში გაყიდვების შედეგების შესახებ;
- საბჭოს ყოველთვიური შეხვედრისთვის უნდა მოამზადოთ უფრო დეტალური ანგარიში;
- გაყიდვების გეგმა რეგულარულად უნდა განიხილებოდეს გაყიდვების გუნდთან უკუკავშირის ფონზე;
- აღნიშნეთ თითოეული მომხმარებლის რეაქცია, რაც მნიშვნელოვანია უკუკავშირის დასადგენად მარკეტინგისა და წარმოების დეპარტამენტისთვის.

გაყიდვები და სავაჭრო ღონისძიებები

გზამკვლევი, რომელიც დაგეხმარებათ გაყიდვების უნარების გამომუშავებაში

გაყიდვების დაწყება: გააცანით თქვენი თავი პოტენციურ მომხმარებელს ისე, რომ მოიპოვოთ ნდობა, ურთიერთგაგება და აღძრათ ინტერესი.

მომხმარებელთა საჭიროებების გარკვევა: გამოიყენეთ კითხვის დასმის და მოსმენის

უნარები, რათა განსაზღვროთ, რა არის მნიშვნელოვანი მომხმარებლისთვის (მაგალითად, უფრო სწრაფი, უფრო ხარისხიანი, დაბალი ფასის მქონე, უკეთესი დიზაინის მქონე და ა.შ. პროდუქცია).

თქვენი გადაწყვეტილების შეთავაზება: აჩვენეთ, რა სარგებელს მოუტანს თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება (მაგალითად, გააკეთებს უფრო კარგად, უფრო სწრაფად, უფრო ადვილად, ნაკლები დანახარჯით და ა.შ.). თქვენ არ შეგეძლება დახმარება ყველა სფეროში, მაგრამ რაც უფრო მეტს საკითხს დაუფარავთ, უფრო მეტი პოტენციური კლიენტი იყიდის თქვენგან საქონელს/მომსახურებას.

წინააღმდეგობების დაძლევა: შესაძლებელია, პოტენციურ მომხმარებელს არ მოსწონდეს თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება და ეს ხმამაღლა აღნიშნოს. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ისინი თქვენგან არ იყიდიან საქონელს. მიუდევით მათ პრეტენზიებს გაგებით და შეეცადეთ, რომ აჩვენოთ ის სარგებელი, რომელსაც ფიქრობთ, რომ ჯეროვნად შეაფასებენ და დაეთანხმებიან.

გაყიდვების დამთავრება: გაყიდვების ბოლოს, უნდა შედგეს საუბარი იმ საჭიროებების და მიღებული სარგებლის შესაჯამებლად, რაზეც უკვე იმსჯელებთ. ამის შემდეგ, აუცილებლად შეთანხმდით შემდგომ ნაბიჯებზე (გაყიდვები, თვალყურის დევნება და ა.შ.).

წლის ბოლო

- პროდუქციის გაყიდვა!
- მარკეტინგის დირექტორთან ერთად, შეიმუშავეთ სარეკლამო სტრატეგია, რათა გაყიდვით დარჩენილი მარაგები.

საბოლოო ანგარიში და ლიკვიდაცია

- შეადგინეთ ანგარიში გაყიდვების/მარკეტინგის დირექტორის საქმიანობის შესახებ და წარუდგინეთ იგი დირექტორთა საბჭოს;
- გაეცანით კომპანიის სახელმძღვანელო დოკუმენტს ლიკვიდაციის პროცესის დეტალების დაზუსტების მიზნით;
- ბოლომდე გამოიყენეთ თქვენი უნარები.

თქვენ უნდა მოამზადოთ სხვადასხვა დოკუმენტი. შემდეგი მასალები დაგეხმარებათ საქმიანობის წარმართვაში, იხილეთ: დანართი 7-1, ოპერაციების აღრიცხვის OPS1, OPS2, OPS3, OPS4 და OPS5 ფორმა, დანართი 7-2, სადაც განთავსებულია გაყიდვების აღრიცხვისა და პროგნოზირების: SAL1, SAL2 და SAL3 ფორმები; დანართი 7-3: მოემზადეთ გაყიდვებისთვის; და დანართი 7-4 არის აქტივობის აღრიცხვის ჟურნალი.



ოპერაციათა ფორმები

დანართი 7-1.

OPS1. აღჭურვილობისა და ხელსაწყოების სია

მინიკომპანიის სახელი: _____

გთხოვთ, ქვემოთ ჩამოწერეთ ყველა აღჭურვილობა და სამუშაო ხელსაწყო, რაც აუცილებელია საწარმოო პროცესისათვის.

N	აღჭურვილობა/ხელსაწყოები	რა არის სწავლების მოთხოვნები
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		

თარიღი: _____

ხელმოწერა - ოპერაციათა დირექტორი: _____

დამოწმება - ხელმძღვანელი: _____

OPS2. ოპერაციების დაგეგმვის ჩანაწერები

მინიკომპანიის სახელი: _____

(უნდა შეივსოს წარმოების დაწყებამდე, ოპერაციების დირექტორის მიერ)

სამუშაოს აღწერა:				
ეტაპის #	ოპერაციების აღწერა	დანადგარები	იარაღები და აღჭურვილობა	მასალები

საქმიანობის სრულად უსაფრთხოებაში დასარწმუნებლად, აუცილებელია, შეაფასოთ და მხედველობაში მიიღოთ შემდეგი ხუთი რისკის ალბათობა, რომელიც შესაძლებელია წარმოიშვას წარმოების პროცესში.

ეტაპი 1	შეისწავლეთ და დაათვალიერეთ საწარმოო ადგილი და აღჭურვილობა, რომელსაც გამოიყენებთ.
ეტაპი 2	გაითვალისწინეთ, ვინ შეიძლება დაშავდეს.
ეტაპი 3	შეაფასეთ რისკები, რომლებიც შეიძლება ახლდეს წარმოების პროცესს. მაგალითად, მოაწყვეთ საწარმოო პროცესი სუფთად და თანმიმდევრულად, დარწმუნდით, რომ ყველა არის მომზადებული აღნიშნულ მოწყობილობასთან სამუშაოდ.
ეტაპი 4	ჩაინიშნეთ თქვენი მიგნებები აქტივობის შესახებ და რისკის აღმოფხვრის გზებზე.
ეტაპი 5	რეგულარულად გადახედეთ რისკებს. გადაამოწმეთ, თუ რამდენად რეგულარულად იცავენ პროცედურებს და ახალი საფრთხეები ხომ არ არის აქტივობებში.

OPS4. მარაგები/გასაყიდად მზა მარაგები

მინიკომპანიის სახელი: _____

თარიღი	პროდუქტი	მარაგი	რაოდენობა	ფასი (ლ)	თანხა (ლ)	სულ მარაგის ღირებულება (A + B + C)	გადამოწმებულის (ხელმოწერა)	დადასტურდა ფინანსური დირექტორის მიერ (ხელმოწერა)
		მარაგებში			A			
		გაყიდვებში			B			
		გადამოწმებულის პროცესში			C			
		მარაგებში			A			
		გაყიდვებში			B			
		გადამოწმებულის პროცესში			C			
		მარაგებში			A			
		გაყიდვებში			B			
		გადამოწმებულის პროცესში			C			
		მარაგებში			A			
		გაყიდვებში			B			
		გადამოწმებულის პროცესში			C			
		მარაგებში			A			
		გაყიდვებში			B			
		გადამოწმებულის პროცესში			C			



OPS5. შესყიდვის შეკვეთა

შეკვეთა განხორციელდა (მინიკომპანიის დასახელება): _____

მისამართი	
შეკვეთა მიიღო: (შეკვეთის განმახორციელებელი ორგანიზაცია)	
შეკვეთის ნომერი	

გთხოვთ, მიიღოთ ეს დოკუმენტი იმისთვის, რომ მოგვაწოდოთ ქვემოთ ჩამოთვლილი საქონელი/მომსახურება:

შეთანხმებული ფასი: _____

(ხელმოწერა) GD/OD: _____ (FD)

თარიღი: _____

თუ შეკვეთა აღემატება 200 ლარს, ეს ფორმა უნდა შეივსოს:

გადასტურებ, რომ კომპანიას აქვს უფლება, განახორციელოს აღნიშნული ღირებულების შეკვეთა: _____

ხელმოწერა: _____ (პედაგოგი)

სახელი და გვარი: _____

თარიღი: _____

D - გენერალური დირექტორი

OD - ოპერაციების/წარმოების დირექტორი

FD - ფინანსების დირექტორი

OPS6. უსაფრთხოებისა და ჯანმრთელობის დაცვის წესები

მინიკომპანიის სახელი: _____

შეავსეთ ეს ფორმა კომპანიის დირექტორთა საბჭოს შეხვედრაზე. ასლი უნდა ინახებოდეს ოპერაციების დირექტორთან და ადამიანური რესურსების მენეჯერთან, ხოლო ორიგინალი - გენერალურ დირექტორთან.

რას გავაკეთებთ?

როგორ შეიძლება დავშავდეთ?

უსაფრთხოების რა ზომები უნდა მივიღოთ ადგილზე?

ვინ იქნება პასუხისმგებელი? დავრწმუნდეთ, რომ შევასრულებთ აღნიშნულ წესებს.

დანართი 7-2.

SAL1. გაყიდვების ფორმები

ყოველთვიური გაყიდვების პროგნოზირება და ფაქტიური გაყიდვების ჩანაწერები

მინიკომპანიის სახელი: _____

თვე	N	პროდუქტი	პროგნოზირებული გაყიდვების რაოდენობა	ფაქტიურად გაყიდული რაოდენობა	პროგნოზირებული გაყიდვები თანხობრივად	ფაქტიურად გაყიდული თანხობრივად	შენიშვნა გადახრების მიზეზები
	1						
	2						
	3						
	1						
	2						
	3						
	1						
	2						
	3						
	1						
	2						
	3						

SAL2. გაყიდვების ჩანაწერები

მინიკომპანიის სახელი: _____

გადმოიტანეთ ინფორმაცია ინდივიდუალური გაყიდვების უწყისიდან SAL1.

თვე: _____

საწარმოდან მიღებული მარაგები (პროდუქციის დასახელება)		მარაგები თვის დასაწყისში	მიმდინარე თვეში მიღებული მარაგები		მთლიანი მარაგები	
1.						
2.						
3.						
გაყიდვების აგენტის სახელი (გაყიდვების დირექტორს აქვს ყველა მარაგი, რომელიც არ არის გაცემული გაყიდვების აგენტზე)	პროდუქტი	მარაგები თვის დასაწყისში	მიმდინარე თვეში მიღებული მარაგები	გაყიდული მარაგები მიმდინარე თვეში	მარაგების ბალანსი	გაყიდვების მოცულობა თანხა
	1.					
	2.					
	3.					
	1.					
	2.					
	3.					
	1.					
	2.					
	3.					
	1.					
	2.					
	3.					
სულ გაყიდული მარაგები:						
სულ დარჩენილი მარაგები:						
გაყიდვების სრული მოცულობა თანხობრივად*						

* ტოლი უნდა იყოს SAL1.

ბიუჯეტი და ბუღალტერია

წარმატების მისაღწევად, აუცილებელ პირობას წარმოადგენს აღრიცხვის მონაცემების ზუსტი ცოდნა.

თუკომპანია გადაწყვეტს ინვესტირებას პროდუქციის, მარკეტინგის ან სხვა მიმართულებით, მნიშვნელოვანია, იცოდეს, აქვს თუ არა ამისთვის ფინანსური შესაძლებლობები. ასევე, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია ფასის კალკულაცია და შეფასება. 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 რეკორდების სიის სათავეში.

ფინანსები, აღრიცხვა და ბუღალტერია

მინი კომპანიების ფუნქციონირების კონცეფცია, რამდენადაც ეს შესაძლებელია, რეალურ საწარმოებთან მის მაქსიმალურად მიახლოებას გულისხმობს.

გათვლილი რისკის საკუთარ თავზე აღება და მაღალი პასუხისმგებლობა მიღებულ გადაწყვეტილებასა და აქტივობებზე, წარმოადგენს პროგრამის მნიშვნელოვან ნაწილს. კომპანიები ორგანიზებული არიან შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების მოდელის მიხედვით, თუმცა, მათ არ მოეთხოვებათ რეგისტრაციის გავლა, როგორც მეწარმე სუბიექტებს, კანონით დადგენილი პროცედურების შესაბამისად. მინიკომპანიები საქმიანობენ ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს მიერ დადგენილი ნორმების ფარგლებში. კომპანია რეგისტრირდება და იგი შეზღუდულია გარანტიით. რეგისტრაციის სერტიფიკატის მისაღებად, საჭიროა “ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს” წარმომადგენელთან დაკავშირება (ტელ.: 558 56 55 99, ელ-ფოსტა: jag@jag.ge).

მინიკომპანია არის “ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქართველოს”

საგანმანათლებლო ფილიალი!

როდესაც საქმე ეხება ბუღალტერიას, იგი კომპანიამ უნდა აწარმოოს აღრიცხვის ნორმალური პროცედურების დაცვით.

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

ფინანსური განათლება მნიშვნელოვანია კომპანიის ყველა წევრისთვის. იგი უზრუნველყოფს სათანადო ცოდნის მიღებას, ბიუჯეტისა და ფინანსური ანგარიშგების დოკუმენტების კვალიფიცირებული წაკითხვისა და განხილვის შესაძლებლობას.

საქმიანობის პერიოდში, ადვილი შესაძლებელია, რომ დაგავიწყდეთ ქვითრების გამოწერა და აღება, ან ის, თუ კონკრეტულად ვინ არის, ანგარიშგების მიზნით, მათზე პასუხისმგებელი. მსგავსი შეცდომები ფინანსური მენეჯმენტს, როგორც წესი, ურთულებს პროცედურებს, უქმნის პრობლემებს პროფესიულ საქმიანობაში.



თუ კომპანია იღებს ინვესტიციებთან, მარკეტინგთან ან სხვა შესაბამის საკითხებთან დაკავშირებით გადაწყვეტილებებს, მნიშვნელოვანია მათთან დაკავშირებული ფინანსური ასპექტების ცოდნა. ფასების გაანგარიშება და მათი შეფასებები, წარმოადგენს მიმდინარე პერიოდის თემებს. მინიკომპანიამ უნდა გააკონტროლოს ეს საკითხები, მაგალითად, არის თუ არა წარმოება უფრო ძვირი, ვიდრე ეს იყო მოსალოდნელი? თუ ასეა, მაშინ საჭირო იქნება ფასის კორექტირება იმ მიზნით, რომ მინიკომპანიამ აღნიშნული პროდუქტიდან შეძლოს შემოსავლის მიღება.

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

ბიზნესის წარმატებისთვის აუცილებელია ანგარიშსწორების სისტემის ქონა, ხოლო შესაბამის მონაცემებზე ინფორმაციის მიწოდება შეიძლება საჭირო გახდეს საბჭოს თითოეული შეხვედრის დროს.

ბუღალტრული გატარებები ეფუძნება სამ ძირითად ცნებას:

- შემოსავლები და ხარჯები;
- აქტივები და ვალდებულებები;
- დებუტები და კრედიტები (ორმაგი ჩაწერა).

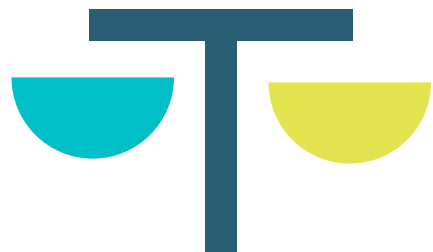
ყოველდღიური ბუღალტრული აღრიცხვა ხშირად ეშლებათ ფინანსური ანგარიშგების მომზადებაში, ვინაიდან, ორივე ეყრდნობა მსგავს პრინციპებს. თუმცა, არსებობს განსხვავება. ბუღალტერია არის რეალურად ფინანსური ანგარიშგება, მონაცემთა ანალიზი და გადასახადთა დეკლარირება. ანგარიშგების მომზადებისას, ბუღალტერი ეყრდნობა აღრიცხვის ყოველდღიურ ჩანაწერებს, რათა ისინი იყოს ზუსტი და შესაბამისი.

ბუღალტრული გატარებები, სხვა მხრივ, არის ბიზნესის ყველა ტრანზაქციისა და ქვითრის ჩანიშვნა, ორგანიზება და მართვა. მათი მთავარი მიზანია ჩანაწერების სიზუსტე. ეს მნიშვნელოვანია, რადგან ბუღალტერია ასახავს, თუ როგორ მუშაობს ბიზნესი და იგი საშუალებას აძლევს ბუღალტერს, შეასრულოს ის ამოცანები, რომლებიც საჭიროა ბიზნესის ეფექტიანად ფუნქციონირებისთვის. ასევე ამბობენ, რომ ბუღალტერია ბიზნესის ენაა.

კარგმა აღმრიცხველმა უნდა აღრიცხოს ყველა საჭირო ტრანზაქცია და მოაწესრიგოს შესაბამისი ჩანაწერები. აღნიშნული იძლევა სრულ ინფორმაციას ბიზნესის შიდა და გარე საქმიანობის, შემოსავლებისა და ხარჯების შესახებ. შემოსავალი არის პროდუქტის ან მომსახურების მიწოდებით მიღებული სარგებელი. იგი აღრიცხება გამოწერილი ინვოისების საფუძველზე. ხარჯები არის ის, რითაც ბიზნესი ახორციელებს შესყიდვებს, გამოიმუშავებს მოგებას. იგი ბუღალტერიაში გატარებულია შესაბამისი ქვითრების ან მიღებული ინვოისების საფუძველზე.

ბიზნესის აქტივები და ვალდებულებები ბუღალტრული გატარებებისათვის წარმოადგენს სხვა მნიშვნელოვან საკითხებს. ფორმულა ასეთია: აქტივები = ვალდებულებებს + აქციონერთა კაპიტალი. იგი გვიჩვენებს ბუღალტრული გატარებების სისწორეს. ნებისმიერი ბიზნესისთვის მნიშვნელოვანია იცოდეს, როგორც ის, თუ რას ფლობს კომპანია, აგრეთვე ისიც, თუ რა დავალიანებები აქვს მას.

საბოლოოდ, ძირითად კონცეფციას წარმოადგენს



ორმაგი საბუღალტრო გატარებები, რომლებიც ეხება ბიზნეს ტრანზაქციების ორმხრივად გატარებას, ერთი - ანგარიშის კრედიტში, მეორე კი - ანგარიშის დებეტში. გატარების ორივე მხარე მნიშვნელოვანია, რადგან ბიზნეს ტრანზაქცია, ჩვეულებრივ, ეხება ორ ანგარიშს. მაგალითად, თუ თქვენ ყიდულობთ ინვენტარს ნაღდი ფულით, გჭირდებათ ორი ანგარიში, „ფული“ და „ინვენტარი“. ჩანაწერი გაკეთდება ინვენტარის ამსახველი ანგარიშის დებეტისა და ფულის ამსახველი ანგარიშის კრედიტის მხარეს.

ფინანსების სახელმძღვანელო

რა არის ფინანსური მენეჯმენტი?

ფული კომპანიაში იგივეა, რაც სისხლი სხეულში. იგი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია კომპანიის გადარჩენისთვის. ასე რომ, ფული უნდა იყოს კომპანიაში და თქვენი მოვალეობაა იცოდეთ, თუ რამდენია და სად არის იგი.

მას შემდეგ, რაც ყველაფერი გეცოდინებათ, შეგიძლიათ უთხრათ საბჭოს წევრებს, რომ შეასრულონ თავიანთი სამუშაო:

- მიიღონ საჭირო ინფორმაცია და მის საფუძველზე გააკეთონ სწორი გადაწყვეტილება;
- უზრუნველყონ ის, რომ კომპანიის საქმიანობა იყოს მომგებიანი;
- უზრუნველყონ საკმარისი სახსრების აკუმულირება გადასახადების გადასახდელად;

თქვენი როლის მნიშვნელობა კომპანიაში

თქვენ ხართ კომპანიის ფულზე „მზრუნველი“ (პასუხისმგებელი) პირი. კომპანია გენდობათ, რომ ყველა ტრანზაქცია ზუსტად არის გატარებული.

თქვენი მოვალეობაა, გაიგოთ და იცოდეთ, თუ რა გავლენას ახდენს კომპანიის საქმიანობები მის ფინანსებზე.

თქვენ მიერ წარდგენილი ფინანსური ინფორმაცია მნიშვნელოვანია შესაბამისი საკითხების დარეგულირების პროცესში, აგრეთვე, კომპანიის მიერ მიღებული მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების დროს.

ნებისმიერ დროს უნდა გქონდეთ შესაძლებლობა, რომ მოამზადოთ ზუსტი ანგარიში კომპანიის ფინანსური მდგომარეობის შესახებ.

უნდა უზრუნველყოთ, რომ პირები, რომელთაც აქვთ კომპანიის ვალი (დებიტორები), დროულად იხდიდნენ თავიანთ გადასახდელებს, ხოლო პირები, რომელთა ვალიც აქვს კომპანიას (კრედიტორები), დაუბრკოლებლად იღებდნენ ამ თანხებს.

1. დაწყება

უნდა მიიღოთ გადაწყვეტილება:

- აპირებს თუ არა თქვენი კომპანია კრედიტის აღებას და ისე იყიდოს საჭირო საქონელი/ მომსახურება?
- აპირებს თუ არა თქვენი კომპანია, რომ კლიენტს მიაწოდოს საქონელი/მომსახურება და ამასთანავე, მას გარკვეული პერიოდით გადაუვადოს თანხის გადახდის ვალდებულება?

1.1. დაგეგმვა

- მჭიდროდ ითანამშრომლეთ კომპანიის ადმინისტრატორთან გასაყიდად გასატან

- აქციებთან დაკავშირებულ საკითხებზე;
- ყველა აქციის გაყიდვიდან მიღებული თანხა დაუყოვნებლივ უნდა იყოს აღნიშნული შენატანების წიგნში;
- შექმენით ხელფასების სისტემა;
- ითანამშრომლეთ ადამიანური რესურსების დირექტორთან ხელფასების, ბონუსებისა და პრემიების გადახდის სისტემის შექმნასთან დაკავშირებით;
- გაეცანით და დაამუშავეთ ციფრები: გაიანგარიშეთ, სავარაუდოდ, რამდენი იქნება კომპანიის მომდევნო თვის ხარჯი (გათვლები გააკეთეთ რაც შეიძლება სწრაფად);
- საბჭოს სხდომაზე, წარადგინეთ პროექტი და, რაც შეიძლება, მალე შეთანხმდით სახელფასო განაკვეთებზე, ჩაინიშნეთ მომავალი თვის სავარაუდო გასაჯვლები თქვენს დოკუმენტებში;
- შექმენით სისტემა, რომლის ფარგლებში, ადამიანური რესურსებისა და წარმოების დირექტორები მოგაწვდიან ინფორმაციას თანამშრომელთა საათობრივი დატვირთვების, აგრეთვე, წარმოების/გაყიდვების შესახებ. აღნიშნულის საფუძველზე, გეცოდინებათ თითოეულ, კონკრეტულ თანამშრომელზე გასაცემი თანხის რაოდენობა. ორივე მონაცემს თავი უნდა მოუყაროს ადამიანური რესურსების მართვის განყოფილებამ.

1.2. ფასდადება

- წარმოების დირექტორთან ერთად, ერთმანეთისგან გამოყავით და მონიშნეთ „მუდმივი და ცვალებადი ხარჯები“;
- დაგეგმეთ შეხვედრები გაყიდვებისა და მარკეტინგის დირექტორებთან თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების სავარაუდო ფასის დასადგენად და შეთანხმდით, თუ რა რაოდენობის მინიმალური პროდუქცია უნდა გაიყიდოს, რომ დაიფაროს ხარჯები და მიიღოს ნულოვანი მოგება;
- შეუთანხმდით ზემოაღნიშნულ პირებს, საბჭოს მიერ რეკომენდირებული ფასის ფარგლებში.

1.3. ბიუჯეტი

- ითანამშრომლეთ მარკეტინგის დირექტორთან, რათა დაადგინოთ გაყიდვების შესაბამისი დონე (ინფორმაციის მოწოდებაზე პასუხისმგებლები არიან წარმოებისა და გაყიდვების დეპარტამენტის თანამშრომლები);
- შეავსეთ დაგეგმილი მოგება-ზარალის უწყისი;
- შეავსეთ ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისი.

2. ამუშავება

- დაუყოვნებლივ შეინახეთ ფული სალაროში და ჩაინიშნეთ მონაცემები ფულადი შემოსავლების ცხრილში. ამისთვის, შეგიძლიათ გამოიყენოთ საზინადარის ან ფინანსური მენეჯერის - მოსწავლის საბანკო ანგარიში, მათი მშობლების თანხმობით;
- ფულადი თანხის მიღება აღნიშნეთ ფულადი შემოსავლების ცხრილში;
- ფულადი გადახდები, მათ შორის ბანკში გადახდილი თანხები, ჩაინიშნეთ გადახდების ცხრილში;
- ნაყიდი საქონელი, რომელიც არ არის შეძენილი ნაღდი ფულით (ნაყიდა აღებული კრედიტით), შეიტანეთ კრედიტორთა ცხრილში. როდესაც გადაიხდით თანხას, ჩაწერეთ იგი გადახდის თარიღის აღნიშვნით, კრედიტორთა ცხრილში და ავტომატურად დაამატეთ ის გადახდების ცხრილში;
- მსგავსად შესყიდვისა რაიმეს გაყიდვა (კრედიტით გაყიდვა) უნდა დაფიქსირდეს

დებიტორთა ცხრილში. როდესაც დებიტორები გადაიხდიან საჭირო თანხას, შესაბამისი ინფორმაცია ავტომატურად გადაიტანეთ შემოსავლების ცხრილში;

- ძირითადი გარიგებების ყოველთვიური ბალანსი ნაჩვენები იქნება საბანკო ამონაწერში;
- ძირითადი გარიგებების საფუძველზე, ყოველთვიურად შემოსული თანხა ხელზე გექნებათ საბანკო ამონაწერთან ერთად;
- რეგულარულად ამოწმეთ, რომ თქვენ მიერ ჩაწერილი ორივე გატარება – გადახდები და შემოსავლები იყოს სწორი;
- რეგულარულად ამოწმეთ, რომ მუდმივად ხდებოდეს კრედიტორთა და დებიტორთა ცხრილის (თუ იყენებთ მას) განახლება (ბოლო დღემდე შევსებული).

2.1. ყოველთვიური ამოცანები

- სასურველია, მოამზადოთ ყოველთვიური ანგარიშები (გავრცობილი საცდელი ბალანსი, საბალანსო უწყისი, მოგება-ზარალის უწყისი);
- როგორც ფინანსური დირექტორის, თქვენი ფუნქციაა, რომ მისცეთ საბჭოს ფინანსური რჩევები, რაც რთულია განახორციელოთ ახალი, ყოველთვიური ანგარიშების გარეშე. ფულადი სახსრების დეფიციტის შემთხვევაში, უნდა შეისწავლოთ პრობლემები ახსნათ ისინი და შესთავაზოთ მათი გადაჭრის სავარაუდო გზები. ამავე დროს, არ უნდა იყოთ ზედმეტად ფრთხილი შეფასებებში.

3. წლის ბოლო - მზადება ლიკვიდაციისთვის

- საბჭომ უნდა გადაწყვიტოს ვაჭრობის შეწყვეტის კონკრეტული თარიღი, აგრეთვე მისი სხდომის შეხვედრის ადგილი და დრო;
- უზრუნველყავით, რომ ჩანაწერები გაკეთდეს საჭირო პერიოდის ბოლო დღემდე და შექმენით ახალი, ყოველთვიური ანგარიშები;
- დაბეჭდეთ წლიური შენატანების ანგარიშის საბოლოო ფორმა;
- მიაწოდეთ საბჭოს მოგების გადანაწილების სხვადასხვა სავარაუდო ვარიანტი;
- მოემზადეთ იმისთვის, რომ აუხსნათ საბჭოს მოგების გადანაწილების გზები:
 - ბონუსები მოსწავლეებს (რომელიც ამცირებს წმინდა მოგებას, ხელფასების გაზრდის გამო)
 - დივიდენდების გაცემა აქციონერებზე
 - თანხების გადანაწილება ქველმოქმედებაში.

მინიკომპანიისთვის დაუშვებელია ნამეტი თანხების შემდეგი წლის ანგარიშზე გადატანა.

3.1. საბოლოო ანგარიში

- მოამზადეთ „საბოლოო წლიური ანგარიში“ ;
- მოამზადეთ თქვენი ფინანსური მოხსენება, აქციონერთათვის წარსადგენი სალიკვიდაციო ანგარიშის ჩათვლით;
- დადგენილი წესით, უზრუნველყავით საბოლოო საბალანსო უწყისის, საგადასახადო ვალდებულებების უწყისისა და ლიკვიდაციის ანგარიშის (ხელმოწერილი წესით) მომზადება.

3.2. ლიკვიდაცია

- მჭიდროდ ითანამშრომლეთ კომპანიის ადმინისტრატორთან სააქციო კაპიტალის გადახდის და აქციონერთათვის დივიდენდების გაცემის საკითხებზე;
- გადაიხადეთ ბონუსები და საქველმოქმედო შენატანები;

- ჩაინიშნეთ კომპანიის ნებისმიერი აქციის ან ადჰურვილობის გაყიდვები და განაგრძეთ მათი და სხვა ტრანზაქციების ჩაინიშნა;
- კომპანიის ანგარიშებს თან დაურთეთ ლიკვიდაციის ანგარიში;
- დახურეთ ანგარიში, როცა ყველა ქვითარი იქნება განაღდებული.

თქვენ უნდა მოამზადოთ სხვადასხვა ფინანსური დოკუმენტი. შემდეგი შაბლონები დაგეხმარებათ საქმიანობის წარმართვაში, კერძოდ, იხილეთ: დანართი 7-5, ანგარიშების ფორმები: ქვითრების რეესტრი, გადახდების რეესტრი, ნაღდი ფულის ნაშთი, გაგზავნილი ინვოისების რეესტრი, ფინანსური ბალანსი; დანართი 7-6 სალაროს შემოსავლის ქვითარი; და დანართი 7-7 სალაროს გასავლის ქვითარი. გენერალურ დირექტორს, ასევე გამოადგება წინა თავეში მომზადებული ბიუჯეტის ფორმები.

დანართი 7-3.

გაყიდვებისთვის მზადება

სამიზნე ჯგუფი

ჩვენს მომხმარებელთა უმრავლესობას წარმოადგენენ

ამიტომ მათთან მისაღწევად საუკეთესო გზას წარმოადგენს

პრეზენტაცია

პროდუქტის/მომსახურების ორი ყველაზე მნიშვნელოვანი მახასიათებელი

ა) _____

ბ) _____

ორი შეკითხვა, რომელიც შეგვიძლია დავსვათ ჩვენი პროდუქტის ირგვლივ ინტერნის გასაღვივებლად

ა) _____

ბ) _____

ჩამოწერეთ სამი პასუხი, რომელსაც მოვლით მომხმარებლისგან და დაწერეთ პოტენციური პასუხები თითოეულ მათგანზე.

N	რეაქცია/მომხმარებელთა პასუხი	ჩემი პასუხი	ჩემი პირადი მიზანია, გავეიდო ___ რაოდენობის პროდუქცია
1.			
2.			
3.			

დანართი 7-4.

აქტივობების ჟურნალი

თარიღი:

შეხვედრა:

შეხვედრის მონაწილეები:

განაწილებული:

-
-

არ ესწრება:

პროექტი/აქტივობა/ამოცანა:

-
-

მიზანი	რას ვაპირებთ, რომ გავაკეთოთ	პასუხისმგებელი	როდის შესრულდება აქტივობა (ამოცანა)	
			დაგეგმილი	ფაქტობრივი

მოგება-ზარალის ანგარიშგება

მინიკომპანიის სახელი: _____

პერიოდი: _____ - დან _____ - მდე	დ	შენიშვნები
გაყიდვები/შემოსავლები		გაყიდვები = შემოსავალი საქონლის და მომსახურების რეალიზაციიდან (შედის ის გაყიდვებიც, რომლებზეც ჯერ ფული არ გადაუხდიათ).
ნედლეულის შეყიდვები		ეს ნაწილი მოიცავს ხარჯებს, რომლებიც წარმოიშობა პროდუქტის დამზადების ანდა ყიდვა-გაყიდვისას. შესყიდვები = შეძენილი მასალების ღირებულება. წარმოების პერსონალზე გაცემული ხელფასები. ეს არის ხელფასები, რომელიც გადაუხადეთ წარმოებაში ანდა შეფუთვაში დასაქმებულ მუშაკებს. საბოლოო მარაგები კომპანიაში შეფასებული უნდა იყოს გაწეული დანახარჯების მიხედვით.
წარმოების პერსონალზე გაცემული ხელფასი		
გამოკლებული დარჩენილი მარაგები		
გაყიდვების თვითღირებულება		
მთლიანი მოგება		ზშირად ეძახიან ვაჭრობის მოგებას = გაყიდვებს გამოკლებული გაყიდული მარაგების თვითღირებულება.
ადმინისტრაციული ხარჯები		
ხელფასები, საკომისიოები და ბონუსები		ხარჯები მოიცავს ნებისმიერ რამეს, რომელიც საჭიროა თქვენს ბიზნესს ეფექტიანად ფუნქციონირებისათვის და რომდენიმე კატეგორია არის აქ წარმოდგენილი. თქვენ შეგიძლიათ შეცვალოთ ან დაამატოთ ხაზები თქვენს ბიზნესში არსებული ხარჯების მიხედვით (ყველა ხარჯი უნდა ჩაიწეროს, მიუხედავად იმისა, გადაიხადეთ თუ არა (რომელიც არ არის გადახდილი, ასევე უნდა იყოს აღნიშნული ვალდებულებებში საბალანსო უწყისში).
საკანცელარიო საქონელი		
იჯარა		
მარკეტინგის ხარჯები		
სხვა ხარჯები		
მთლიანი ხარჯები		
ოპერაციული მოგება (ან ზარალი)		ოპერაციული მოგება = მთლიან მოგებას გამოკლებული ადმინისტრაციული ხარჯები. (ან ზარალი თუ ხარჯები > გაყიდვებზე).
მოგების გადასახადი		თუ გაქვთ.
მოგება (ან ზარალი) გადასახადის შემდეგ		ოპერაციული მოგებას - მოგების გადასახადი.
მოგების გადანაწილება		
დივიდენდები		ამ ნაწილში მოცემულია, თუ რა ემართება მოგებას დაბეგვრის შემდეგ. შესაძლებელია გადანაწილდეს აქციონერებზე, დივიდენდის სახით; მცირე ნაწილი გამოყენებულ იქნეს საქველმოქმედო მიზნებისთვის, ან დარჩეს, როგორც გაუნაწილებელი მოგება ორგანიზაციაში განვითარებისთვის.
დონაციები/ქველმოქმედება		
სხვა		
გაუნაწილებელი მოგების ნაშთი		

საბალანსო უწყისი

მინიკომპანის სახელი: _____

პერიოდი: _____ - დან _____ - მდე	დ	დ	შენიშვნები
აქტივები			აქტივები არის, რასაც ფლობს კომპანია, შეიძლება იყოს გრძელვადიანი და მოკლევადიანი.
მიმდინარე აქტივები			მიმდინარე აქტივია, ისეთი აქტივი რომელიც გამოყენება ხდება 1 წლამდე ვადაში.
მარაგები			თქვენი პროდუქტის მარაგები, შეფასებული დანახარაჟებით.
მოთხოვნები / დებიტორები			ეს წარმოიშობა, როცა ინვოისი გამოწერილია, საქონელი მიწოდებულია, მაგრამ მომხმარებელს ჯერ არ გადაუხდია თანხა (ინვოისების უწყისიდან).
ნაღდი ფული ბანკში			ანგარიში მომზადების დროს, ბანკის ანგარიშზე არსებული თანხა.
ნაღდი ფული სალაროში			ანგარიშის მომზადების დროს ხელზე არსებული თანხა.
სულ მიმდინარე აქტივები			მიმდინარე აქტივების ყველა მუხლს აჯამებთ.
გრძელვადიანი აქტივები			გრძელვადიანი აქტივი, თუ მისი გამოყენების ხანგრძლივობა 1 წელზე მეტია.
მანქანა-დანადგარები			კომპანიის მფლობელობაში არსებული დანადგარების და მანქანების ღირებულება.
შენიშვნები			კომპანიის მფლობელობაში არსებული შენობების ღირებულება.
სხვა გრძელვადიანი აქტივები			სხვა გრძელვადიანი აქტივების ღირებულების ჯამი (მაგალითად, ავეჯი).
სულ გრძელვადიანი აქტივები			გრძელვადიანი აქტივების ყველა მუხლს აჯამებთ.
სულ აქტივები			გრძელვადიანი და მოკლევადიანი აქტივებს აჯამებთ.
ვალდებულებები			ვალდებულება არის ის, რაც კომპანიას სხვებისთვის აქვს გადასახდელი.
მიმდინარე ვალდებულებები			მიმდინარე ვალდებულება კომპანიამ უნდა დაფარო 1 წლამდე ვადაში.
სესხები			აღებული სესხები რომელიც უნდა გადაიხადო მიმდინარე წელს.
გადასახდელი ვალდებულებები/კრედიტორები			თანხა - გადასახდელი შესყიდვებზე ან ხარჯებზე, რომელიც ჯერ არ არის გადახდილი.
გადასახდელი კორპორაციული გადასახადი			გადასახადი მოგება-ზარალის ანგარიშში ასახული, თუ ჯერ არ გადაიხდიათ.
სულ მიმდინარე ვალდებულებები			
გრძელვადიანი ვალდებულებები			გრძელვადიანი ვალდებულება, თუ მისი გადახდა ხდება 1 წელზე მეტ დროში.
გრძელვადიანი სესხები			აღებული სესხები = 1 წელზე მეტი ვადით.
სხვა გრძელვადიანი ვალდებულებები			ვალდებულებები, რომელიც არ უნდა გადაიხადო მიმდინარე წელს.
სულ გრძელვადიანი ვალდებულებები			გრძელვადიანი ვალდებულებები ჯამი.
სულ ვალდებულებები			
კაპიტალი			აქტივებს გამოკლებული ვალდებულებები = კაპიტალს.
აქციები			აქციების გაყიდვებიდან მიღებული თანხა.
მოგება-ზარალის ანგარიში			ეს მოგება დაბეგვრის შემდეგაა, ანუ წმინდა მოგებაა და არის მოგება-ზარალის ანგარიშში.
სულ სააქციო კაპიტალი			მთლიანდა აქციები და მოგება - ის, რაც მკუთვნით აქციონერებს, ჯამი არის ბალანსში წარმოდგენილი. იგივე ციფრი უნდა იყოს რაც აქცეების და ვალდებულებების სზგაობა.

დანართი 7-6.

სალაროს შემოსავლის ქვითარი



მინიკომპანია _____	მინიკომპანია _____
სალაროს შემოსავლის ქვითარი # _____	სალაროს შემოსავლის ქვითარი # _____
მიღებულია: _____	მიღებულია: _____
_____ ლარი _____ თეთრი	_____ ლარი _____ თეთრი
საფუძველი: _____	საფუძველი: _____
გადაიხადა: _____	გადაიხადა: _____
მიიღო: _____	მიიღო: _____

დანართი 7-7.

სალაროს გასავლის ქვითარი



მინიკომპანია _____	მინიკომპანია _____
სალაროს გასავლის ქვითარი # _____	სალაროს გასავლის ქვითარი # _____
მიღებულია: _____	მიღებულია: _____
_____ ლარი _____ თეთრი	_____ ლარი _____ თეთრი
საფუძველი: _____	საფუძველი: _____
გადაიხადა: _____	გადაიხადა: _____
ადასტურებს: _____	ადასტურებს: _____
თანდართული დოკუმენტი:	



შეჯამება

რა ვისწავლე?

რა კითხვები მაქვს?

კიდევ რა უნდა ვისწავლო?



თავი VIII. მინიკომპანიის ლიკვიდაცია და მომავლის გეგმები

ნაბიჯი 1. მუშაობა საბოლოო ანგარიშზე

გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ მინიკომპანიის სალიკვიდაციო პროცედურები უფრო დიდხანს გრძელდება, ვიდრე იგი შეიძლება წარმოვიდგინოთ. ნახევარი წლის შემდეგ, იანვარში, საბჭოს შეხვედრაზე უნდა გადაწყდეს ლიკვიდაციის თარიღი.

განსოვდეთ, რომ უნდა განიხილოთ სხვა აქტივობები, როგორებიცაა მაგალითად, გამოცდები, დღესასწაულები, სასკოლო ტურები და ა.შ. სალიკვიდაციო პროცესი უნდა დაიწყოს დაგეგმილ ლიკვიდაციამდე მინიმუმ ექვსი კვირით ადრე.

დაგეგმილ დრომდე:

- გადახედეთ ჭარბ მარაგებს და შეეცადეთ, ამოწუროთ ისინი პროდუქტის ან/და ნედლეულის გაყიდვით;
- შეწყვიტეთ ოპერაციები (წარმოება);
- დაასრულეთ ყველა მიმდინარე შეკვეთა;
- დააბრუნეთ ყველა აღჭურვილობა და ხელსაწყო კარგ მდგომარეობაში, ბუნებრივი ცვეთის გათვალისწინებით;
- დებიტორებისგან ამოიღეთ ყველა მისაღები თანხა;
- გადაიხადეთ მოსწავლეთა ხელფასები;
- გადაიხადეთ/შეასრულეთ აღებული ვალდებულებები;
- მოამზადეთ ფინანსური ანგარიში, მათ შორის, დივიდენდთა გადანაწილების შეთავაზება აქციონერთათვის.

ნაბიჯი 2. ლიკვიდაცია მინიკომპანიის შეხვედრაზე

- წინასწარ შეათანხმეთ მოხსენების ტექსტი და ანგარიშები;
- გადაჭერით შესასრულებელი საკითხები;
- შეთანხმდით მოგების საბოლოო განაწილებაზე, რომელიც დამტკიცდება წლიურ გენერალურ შეხვედრაზე.

ნაბიჯი 3. მინიკომპანიის საბოლოო მოხსენება და ანგარიში

ყველა მინიკომპანიამ უნდა გამოსცეს მოხსენება წერილობითი სახით და ანგარიში წლიურ გენერალურ შეხვედრის დროს, აქციონერების და მოწვეული სტუმრებისათვის. შესრულების მოხსენების და ანგარიშის მონახაზი/პროექტი წარდგენილი და განხილული უნდა იქნას საბჭოს სალიკვიდაციო შეხვედრაზე. ეს ასევე საჭიროა მინიკომპანიების სხვადასხვა კონკურსში მონაწილეობის მისაღებად.

თუ გსურთ, ასევე შეგიძლიათ, რომ მოამზადოთ შუალედური მოხსენება.

იხილეთ მინიკომპანიის კონკურსის წესები ვებგვერდზე: www.jag.ge

ნაბიჯი 4. წლიური გენერალური შეხვედრა

წლიურ გენერალურ შეხვედრაზე მოწვეული უნდა იყოს ყველა აქციონერი. ასევე, შეგიძლიათ თქვენი მინიკომპანიის შედეგების გასაცნობად, მოიწვიოთ სხვა სტუმრებიც

(მასწავლებლები, რაიონის გამგებელი და სხვ.).

შეგიძლიათ, მოამზადოთ მინიკომპანიის შესრულების მოხსენებაზე დაფუძნებული გუნდური პრეზენტაცია.

უნდა გქონდეთ შესრულების მოხსენების ასლები, რომლებიც შეხვედრაზე ხელმისაწვდომი იქნება აქციონერთათვის.

გახსოვდეთ, გამოიყენოთ შესაძლებლობა და მადლობა გადაუხადოთ ყველას, ვინც დაეხმარა მინი კომპანიას მთელი წლის განმავლობაში.

შეგიძლიათ, მადლობის წერილი გაუგზავნოთ მხარდამჭერ მინიკომპანიებს, მრჩეველებს, მასწავლებლებსა და ყველას, ვინც მონაწილეობა მიიღო თქვენი მინიკომპანიის წარმატებაში.

ნაბიჯი 5. მინიკომპანიის გაფართოებული შეხვედრა საბოლოო ლიკვიდაციასთან დაკავშირებით

მოაწყვეთ საბჭოს ბოლო სხდომა კონსულტანტებთან და მასწავლებლებთან ერთად ყველა საჭირო პროცედურის დასასრულებლად. უზრუნველყავით ყველა აღებული ვალდებულების შესრულება, სალაროს ანგარიშისა და ვებგვერდის დახურვა.

დაასრულეთ/შესაბამის კონდიციამდე მიიყვანეთ VI თავის დანართებში არსებული დოკუმენტაცია და წარადგინეთ მისი ჯამური მაჩვენებლები დირექტორთა საბჭოს სხდომაზე.

გენერალური დირექტორის ანგარიში

გენერალური დირექტორის ანგარიში უნდა მოიცავდეს მთელი წლის განმავლობაში განხორციელებული საქმიანობის მიმოხილვას. ანგარიშს უნდა დაერთოს მმართველობითი და ფინანსური ჩანაწერები და საფინანსო უწყისები.

ყურადღებით გაეცანით ქვემოთ მოცემულ სიტუაციას, შეავსეთ თანდართული ფორმები და შემდეგ, იგივე გაიმეორეთ თქვენი კომპანიის მონაცემების გამოყენებით.





აქტივობა 8.1 ბუღალტრული ანგარიშგების სავარჯიშო მოსწავლეთა კომპანიისთვის

მოსწავლეთა კომპანია PlayBook-მა გადაწყვიტა, რომ მცირეწლოვნებისთვის რბილი ქსოვილებისგან დაამზადოს წიგნები. წიგნი შეიცავს მოტორიკისა და გონების განმავითარებელ ბევრ სასწავლო ელემენტს და ხელს უწყობს ისეთი უნარების განვითარებას, რომლის საფუძველზე ის ადვილად სწავლობს და ახერხებს მიზნულ-შედეგობრივი კავშირების დამყარებას.

მოსწავლეთა კომპანიაში 5 წევრია: დათო არის აღმასრულებელი დირექტორი, ანდრია - გაყიდვების მენეჯერი, ანა - წარმოების მენეჯერი, ელენე - მარკეტინგის მენეჯერი, მარიამი - ფინანსური მენეჯერი.

მათი გადაწყვეტილებით, როგორც მენეჯერები, ისინი ყოველთვიურად მიიღებენ ხელფასს: აღმასრულებელი დირექტორი - 6 ლარს, ხოლო დანარჩენი მენეჯერები - 5 ლარს.

ერთი წიგნის საწარმოებლად საჭირო მასალის ღირებულება შეადგენს 2 ლარს. წარმოების პროცესში ჩართულნი იქნებიან მხოლოდ გოგოები და საერთო შეთანხმებით, 1 წიგნის დამზადებაში მიიღებენ 1,5 ლარს.

ერთი წიგნის გასაყიდი ფასი იქნება 10 ლარი. გაყიდვებში მონაწილეობს კომპანიის ყველა წევრი და თითოეული მათგანი მიიღებს 10%-ს ყოველი გაყიდული წიგნიდან.

ბიუჯეტის შედგენისას, მასალების შესასყიდად საჭირო თანხები შემდგენაირად დაიგეგმა: თებერვალში - 20 ლარი, მარტში - 40 ლარი და აპრილში - 40 ლარი.

სავარაუდო შემოსავლების განსაზღვრისას, მოსწავლეებმა გააკეთეს ოპტიმისტური დაშვება, რომ თითოეულ თვეში შექმნილი მასალა სრულად მოხმარდებოდა იმ თვის პროდუქციის წარმოებას და დამზადებული პროდუქცია იმავე თვეს სრულად გაიყიდებოდა.

მოსწავლეებმა თითოეულ თვეში 10-10 ლარი გამოყვეს გაუთვალისწინებელი ხარჯებისთვის.

მათი შეფასებით, დაგეგმილი საქმის დასაწყებად საჭირო იქნებოდა 150 ლარი. შესაბამისად, თებერვლის თვეში დაიგეგმა აქციების გაყიდვა და ჯამში 150 ლარის შემოსავლის მიღება.

არსებული მონაცემების საფუძველზე შეავსეთ დაგეგმილი მოგება-ზარალის უწყისი (B1), ფულის მოძრაობის უწყისი (B2) და განსაზღვრეთ წაუგებლების ანუ ნულოვანი მოგების წერტილი (B3).

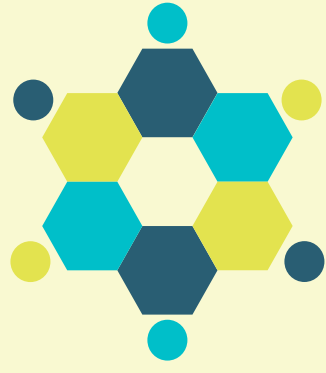
ბიუჯეტის განსაზღვრის შემდეგ, მოსწავლეთა კომპანიამ დაიწყო მოქმედება/საქმიანობა. ქრონოლოგიური თანმიმდევრობით ასახეთ სახსრების შემოსვლა და გასვლა თანხის მოძრაობის რეესტრში (A1). გამოთვალეთ მოგება (ან ზარალი) და შეავსეთ საბალანსო უწყისი მოსწავლეთა კომპანიის ფუნქციონირების პერიოდის ბოლოს (A4).

თებერვალი

საწყისი კაპიტალის მოპოვების მიზნით, პირველ თებერვალს მოსწავლეთა კომპანიამ გაყიდა 150 ლარის აქციები. აქციის ნომინალური ღირებულება განისაზღვრა 10 ლარით. მოსწავლეები თვითონ გახდნენ თავიანთი კომპანიის აქციონერები, თითოეულმა შეიძინა 3 აქცია.

მეორე დღეს, 2 თებერვალს მოსწავლეებმა შეიძინეს 20 ლარის სხვადასხვა სახის ქსოვილი და ფერადი ძაფები წიგნების საწარმოებლად.

ორი კვირის განმავლობაში, წარმოების პროცესში ჩართულმა მოსწავლეებმა, როგორც დაგეგმილი ჰქონდათ, დაამზადეს 10 წიგნი: ნინომ - 4 წიგნი, ხოლო ელენემ და მარიამმა 3-3.



თებერვალში წარმოებული ყველა წიგნი მოსწავლეებმა გაყიდეს - თითო 10 ლარად: დათომ გაყიდა 3 წიგნი, ანდრიამ - 3, ნინომ - 2, ელენემ - 1, მარიამმა -1.

ყველამ მიიღო ყოველი გაყიდული წიგნიდან გაყიდვების საკომისიო 10%-ის ოდენობით.

28 თებერვალს გაიცა პირველი თვის ხელფასი.

მარტი

2 მარტს დაგეგმილი 40 ლარის ნაცვლად, მოსწავლეებმა შეიძინეს 80 ლარის ღირებულების მასალები, რათა 27 მარტს თბილისი მოლში „ჯუნიორ ეჩივმენტი - საქრთველოს“ მიერ ორგანიზებულ გამოფენა-გაყიდვისთვის დაემზადებინათ საკმარისი რაოდენობის პროდუქცია.

წარმოების დეპარტამენტი შეუდგა მუშაობას და დაამზადა 40 წიგნი: ნინომ - 20 წიგნი, ხოლო ელენემ და მარიამმა 10-10.

მოსწავლეებმა თბილისი მოლის გამოფენა-გაყიდვაზე პროდუქციის უკეთ წარმოსაჩენად, 26 მარტს შეიძინეს დახლის გადასაფარებელი ქსოვილი 10 ლარად.

რადგან გამოფენა-გაყიდვა იმართებოდა თბილისი მოლში, მათ გადაწყვიტეს, გაეზარდათ სარეალიზაციო ფასი 12 ლარამდე. შედეგმა მოლოდინს გადააჭარბა, იმ დღეს მათ გაყიდეს 30 წიგნი და მიიღეს დიდი შემოსავალი.

რადგან გაყიდვები იყო კოლექტიური, მარტის თვის გაყიდვების საკომისიო არ გაცემულა, მაგრამ თვის ბოლოს, კარგი მუშაობისთვის, თითოეულმა წევრმა ხელფასთან ერთად მიიღო დამატებით 5 ლარი, ბონუსის სახით.

აპრილი

3 აპრილს შეიძინეს 10 ლარის საკანცელარიო საქონელი.

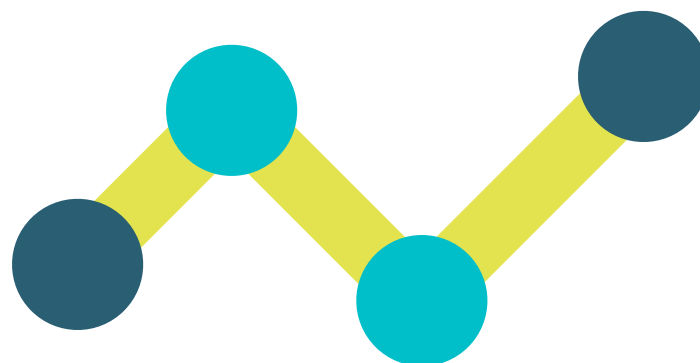
აპრილში დარჩენილი 10 წიგნი 10 ლარად გაყიდა გაყიდვების მენეჯერმა ანდრიამ. აპრილის ბოლოს გაიცა მხოლოდ ადმინისტრაციის ხელფასები, ასევე, ანდრიამ მიიღო გაყიდვების საკომისიო თანხა.

მოსწავლეთა კომპანიამ PlayBook 30 აპრილს დაასრულა თავისი არსებობა/საქმიანობა.

როგორი იყო მოსწავლეთა კომპანიის ფინანსური მდგომარეობა პერიოდის ბოლოს? მოსწავლეებმა მოგება მიიღეს, თუ იზარალებს?

მას შემდეგ, რაც გამოთვალეს მოგება-ზარალი და შეავსეს საბალანსო უწყისი, მოსწავლეებმა გადაწყვიტეს, შეეძინათ 32 ლარის საჩუქრები მზრუნველობას მოკლებული ბავშვებისთვის. დარჩენილი თანხა გადანაწილდა აქციონერთა შორის.

რა დივიდენდი მიიღო თითოეულმა აქციონერმა (A2)?



დანართი 8-1.

B1. დაგეგმილი მოგება-ზარალის ანგარიში

კომპანიის სახელი: PlayBook

თვე	თებერვალი	მარტი	აპრილი	სულ
გაყიდვები (შემოსავალი)				
გაყიდვების თვითღირებულება:				
ნედლეული, მასალები				
წარმოების ხარჯები				
პირდაპირი ხელფასი				
სულ გაყიდვების პირდაპირი ხარჯები ანუ თვითღირებულება:				
მთლიანი მოგება = შემოსავლებს - გაყიდვების ღირებულება				
ადმინისტრაციული/ზედნადები ხარჯები				
ადმინისტრაციის ხელფასი				
გაყიდვების საკომისიო				
იჯარა				
მგზავრობის ხარჯები				
საკანცელარიო ხარჯები				
სარეგისტრაციო მოსაკრებელი				
საბანკო მოსაკრებელი				
სხვა				
სულ ადმინისტრაციული/ზედნადები ხარჯები				
მოგება (ან ზარალი) = მთლიანი მოგება - ადმინისტრაციული ხარჯი				
1 წიგნი		ლარი		
მასალა				
წარმოების ხელფასი				
გასაყიდი ფასი				
გაყიდვების საკომისიო				

B2. დაგეგმილი ნაღდი ფულის მოძრაობის უწყისი

კომპანიის სახელი: PlayBook

თვე	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	სულ
თანხის ნაშთი პერიოდის დასაწყისში					
მიღებული თანხები: აქციებიდან					
მიღებული თანხები: სესხიდან					
მიღებული თანხები: გაყიდვებიდან					
მიღებული თანხები: სხვა შემოსავლებიდან					
სულ მიღებული თანხები:					
გადახდილი თანხები: შესყიდვები					
გადახდილი თანხები: ადმინისტრაციის ხელფასი					
გადახდილი თანხები: პირდაპირი ხელფასი					
გადახდილი თანხები: პრემიები & საკომისიოები					
გადახდილი თანხები: საკანცელარიო საქონელი					
გადახდილი თანხები: იჯარა					
გადახდილი თანხები: სხვადასხვა ხარჯი					
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					
ნაშთი პერიოდის ბოლოს: საწყისი ნაშთი + მიღებული თანხები - გადახდილი თანხები					

B3. ნულოვანი მოგების წერტილის პროგნოზი

კომპანიის სახელი: PlayBook

შენატანების დათვლა	ლარი
სავარაუდო საცალო სარეალიზაციო ფასი	
მთლიანი ცვალებადი ხარჯი ნედლეულის შესყიდვა + საწარმოო ხარჯი + პირდაპირი ხელფასი + გაყიდვის საკომისიო	
A. ზღვრული მოგება ერთეული შენატანი მუდმივი ხარჯის მიმართ (გასაყიდ ფასს გამოკლებული ცვალებადი ხარჯი)	
სავარაუდო მთლიანი მუდმივი/ფიქსირებული ხარჯი პერიოდის განმავლობაში	
ადმ. ხელფასები, პრემიები და ბონუსები	
საკანცელარიო ხარჯი	
იჯარა და ქირა	
სხვადასხვა ხარჯი	
რეგისტრაციის გადასახადი	
B. მთლიანი ფიქსირებული ხარჯი	
ნულოვანი მოგება	ცალი
მთლიანი მუდმივი/ფიქსირებული ხარჯი (B) გაყოფილი ერთეულის ზღვრულ მოგებაზე (A)	

1 წიგნი	ლარი
მასალა	
წარმოების ხელფასი	
გაყიდვების საკომისიო	
სულ	

დანართი 8-2.

A1. თანხის მოძრაობის რეესტრი

მოსწავლეთა კომპანია: PlayBook

ქვითრების რეესტრი				მიღებული სახსრები			
თარიღი	ქვითრის #	აღწერა	სულ (ლარი)	გაყიდული აქციები	შემოსავალი გაყიდვებიდან	მიღებული სესხები	სხვა მიღებული თანხები
		სულ					

გადახდების რეესტრი				გაცემული სახსრები			
თარიღი	ქვითრის #	აღწერა	სულ (ლარი)	შესყიდვები	ხელფასები	სხვა ხარჯები	საკანცელარიო ხარჯები
		სულ					

მიღებული და გაცემული ნაღდი ფულის ნაერთი ანგარიში

მიღებული სახსრები	
გაცემული სახსრები	
ნაღდი ფულის ნაშთი	



A2. აქციონერები და ლიკვიდაცია

აქციონერთა წიგნი				ლიკვიდაციის ანგარიში		
აქციონერის სახელი	აქციის ნომინალური ღირებულება, ლარი	აქციების რაოდენობა	აქციების ღირებულება, ლარი	დივიდენდი	აქციონერისთვის დასაბრუნებელი სრული თანხა	აქციონერის ხელმოწერა
დათო						
ანდრია						
ნინო						
ელენე						
მარიამი						
სულ						

მოგების განაწილება		
მოგება		
დონაცია		
დივიდენდი		
	სულ	

დივიდენდის განაწილება აქციონერთა შორის	
დივიდენდი	
აქციების რაოდენობა	
დივიდენდი თითოეულ აქციაზე	

ნაღდი ფულის ნაშთის განაწილება		
ნაღდი ფულის ნაშთი		
აქციების ღირებულება		
დივიდენდი		
დონაციები		
	სულ	

A3. ანაზღაურების გაანგარიშება

თებერვალი 2024

სახელი	თანამდებობა	ადმინისტრაციის ხელფასი	ბონუსი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდვების საკომისიო	სრული ხელფასი
დათო	დირექტორი					
ანდრია	გაყიდვების მენეჯერი					
ნინო	წარმოების მენეჯერი					
ელენე	მარკეტინგის მენეჯერი					
მარიამი	ფინანსური მენეჯერი					
სულ						

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						
ელენე						
მარიამი						
სულ						

მარტი 2024

სახელი	თანამდებობა	ადმინისტრაციის ხელფასი	ბონუსი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდვების საკომისიო	სრული ხელფასი
დათო	დირექტორი					
ანდრია	გაყიდვების მენეჯერი					
ნინო	წარმოების მენეჯერი					
ელენე	მარკეტინგის მენეჯერი					
მარიამი	ფინანსური მენეჯერი					
	სულ					

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						
ელენე						
მარიამი						
	სულ					

აპრილი 2024

სახელი	თანამდებობა	ადმინისტრაციის ხელფასი	ბონუსი	წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირთა ხელფასი	გაყიდვების საკომისიო	სრული ხელფასი
დათო	დირექტორი					
ანდრია	გაყიდვების მენეჯერი					
ნინო	წარმოების მენეჯერი					
ელენე	მარკეტინგის მენეჯერი					
მარიამი	ფინანსური მენეჯერი					
სულ						

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						
ელენე						
მარიამი						
სულ						

ხელმოწერა:

დირექტორი _____

ფინანსური მენეჯერი _____



A4. მოგება-ზარალი და ბალანსი

მოგება-ზარალის ანგარიშგება

პერიოდი: 2024 წლის 1 თებერვლიდან 30 აპრილამდე	ლ	ლ
გაყიდვები / შემოსავლები		
ნედლეულის შესყიდვები		
წარმოების სფეროში დასაქმებულ პირებზე გაცემული ხელფასი		
გამოკლებული დარჩენილი მარაგები		
გაყიდვების თვითღირებულება		
მთლიანი მოგება		
ადმინისტრაციული ხარჯები		
ხელფასები, საკომისიოები და ბონუსები		
საკანცელარიო ხარჯები		
ქირა და იჯარა		
მარკეტინგის ხარჯები		
სხვა ხარჯი		
სულ ადმინისტრაციული ხარჯი		
ოპერაციული მოგება (ან ზარალი)		
მოგების გადასახადი		
მოგება (ან ზარალი) გადასახადის გადახდის შემდეგ		
მოგების გადანაწილება		
დივიდენდები		
დონაციები		
სხვა		
ნაშთი		

საბალანსო უწყისი

თარიღი: 30 აპრილი, 2024	ლ	ლ
გრძელვადიანი აქტივები		
მოწყობილობები		
ხელსაწყოები		
სულ გრძელვადიანი აქტივები		
მიმდინარე აქტივები		
მარაგები		
დებიტორები		
ნაღდი ფული ბანკში		
ნაღდი ფული სალაროში		
სულ მიმდინარე აქტივები		
სულ აქტივები		
მიმდინარე ვალდებულებები		
სესხები		
კრედიტორები		
მოგების გადასახადი		
სულ მიმდინარე ვალდებულებები		
სხვაობა		
კაპიტალი		
აქციები		
მოგება-ზარალის ანგარიში		
სულ კაპიტალი		

მომავლის გეგმები

თქვენ შეიძლება ვსურდეთ იმავე საქმიანობის გაგრძელება, ამისათვის დაუკავშირდით ჯუნიორ ენივემენტი ალუმნის აქსელერაციის პროგრამას. შესაბამისი პირები კონსულტაციებს გაგიწევენ, თუ როგორ დაარეგისტრირდეთ ბიზნესი საჯარო რეესტრში, გაიაროთ საგადასახადო რეგისტრაცია, ასევე მიიღებთ პასუხებს თქვენთვის საინტერესო სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით.

თქვენ წარმატებით გაიარეთ მინიკომპანიის პროგრამა და შეგიძლიათ ჩაერთოთ საერთაშორისო სერტიფიცირების პროცესში (ESP). თუ გამოცდაზე დააგროვებთ 70%-ზე მეტ ქულას, ეს დაადასტურებს, რომ თქვენ გაქვთ სამეწარმეო უნარები და 1 წლის სამუშაო გამოცდილება. რეგისტრაციისთვის მიმართეთ თქვენს მასწავლებელს, მენტორს ან დაუკავშირდით ჯუნიორ ენივემენტი - საქართველოს წარმომადგენელს.

საკონტაქტო ინფორმაცია იხილეთ: www.jag.ge

გაწევრიანდი კურსდამთავრებულთა მსოფლიო ქსელში: www.gatheralumni.org/

Facebook: @JAGeorgia / Instagram: ja_georgia_

გახდი ჯუნიორის მოხალისე, შეავსე ფორმა ვებგვერდზე: <https://jag.ge/en/alumni/>



სამეწარმეო უნარ-ჩვევების სერტიფიცირება (ESP) არის

საერთაშორისო კვალიფიკაციის დადასტურება იმ 15-19 წლის ასაკის სტუდენტებისთვის, რომლებსაც აქვთ რეალური სამეწარმეო



Entrepreneurial Skills Pass

გამოცდილება, აგრეთვე იმასთან დაკავშირებით, რომ მათ შეიძინეს საჭირო ცოდნა, უნარები და კომპეტენციები ბიზნესის დასაწყებად ან წარმატებით დასაქმების მიზნით. ESP მოითხოვს კომპლექსური სწავლების წარმატებით დასრულებას:

პირველ რიგში, სტუდენტები სასწავლო წლის განმავლობაში ჩართულნი არიან და იღებენ პრაქტიკულ სამეწარმეო გამოცდილებას. ისინი მუშაობენ ჯგუფებში, მასწავლებლისა და ბიზნეს მოხალისეების ხელმძღვანელობით, აქვთ შესაძლებლობა, ჩამოაყალიბონ და მართონ მინიკომპანია.

მეორე მხრივ, მინიკომპანიის საქმიანობაში ჩართვისა და გამოცდილების მიღების პროცესში, მოსწავლეებს წლის განმავლობაში აქვთ საკუთარი თავის, მიღწეული პროგრესის შეფასების, სამეწარმეო კომპეტენციების გამოვლენის შესაძლებლობა.

მოსწავლეებს შეუძლიათ დაასრულონ სწავლება და ჩააბარონ გამოცდა, რის საფუძველზეც დადასტურდება, რომ მათ მიიღეს შესაბამისი განათლება ბიზნესის, ეკონომიკის და ფინანსების სფეროში.

ESP-ის გამოცდის ჩასაბარებლად საჭიროა, რომ სტუდენტს ჰქონდეს მომზადების მაღალი დონე. იგი სტუდენტისგან მოითხოვს ყურადღებას, კრიტიკულ და პროდუქტიულ აზროვნებას. მოსწავლეთა კომპანიის პროგრამაში ჩართვის გარდა, გამოცდისთვის საჭიროა “პირდაპირი” სწავლება ან ინდივიდუალური მომზადება. შესაბამისი დამატებითი მასალები ხელმისაწვდომია როგორც მასწავლებლებისთვის, ისე - მოსწავლეებისთვის.

განაახლე შენი CV, რომელიც პროგრამის დაწყებისას მოამზადე.

მასში არ დაგავიწყდეს 1-წლიანი სამუშაო გამოცდილების, აგრეთვე იმ უნარების შესახებ ინფორმაციის შეტანა, რომლებიც ამ პროგრამაში ჩართვით გამოიმუშავე, ასევე, ESP-ს სერთიფიკატის აღნიშვნა და თუ თქვენმა პედაგოგმა დამატებით აქტივობებში ჩაერთოთ - სოციალური მეწარმეობის და პროექტების მართვის სერტიფიკატი.

ჩემი პორტფოლიო

ჩემი განახლებული CV

სახელი და გვარი

ჩემ შესახებ

საკონტაქტო

☎

✉

განათლება

გამოცდილება

უნარები



თქვენ უკვე მზად ხართ წარმატებული საქმიანობისთვის.

გახსოვდეთ, რომ JA Georgia თქვენი წარმატების მეგზურია!



