

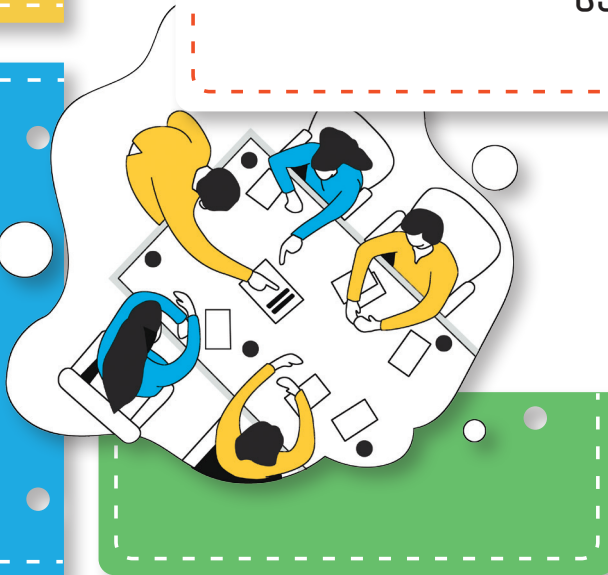


ევროკავშირი
საქართველოსთვის

Brot
für die Welt

სახელმძღვანელო

როგორ დავნერგოთ
სამეწარმეო განათლება,
პარიკარული დაგეგმვა და
პროფესიული ორიენტაცია
სკოლაში



ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირი
Young Pedagogues' Union

2023

როგორ დავწეროთ
სამეწარმეო განათლება,
პარაჩრული დაგეგმვა და
პროფესიული ორიენტაცია
სკოლაში



ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირი
Young Pedagogues' Union



ევროკავშირი
საქართველოსთვის

Brot
für die Welt



სახელმძღვანელოს იდეის ავტორი და კონსულტანტი: **მარინა თოფურიას**

ავტორთა ჯგუფი: **თათია მგელაძე**
ხატია ჭანიშვილი
ნონა სადრაძე

რედაქტორი: **ნათია მენაბდე**

პუბლიკაცია მომზადებულია „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირის“ მიერ პროექტების „უნარების გაძლიერება და დასაქმების ინოვაციური შესაძლებლობები საქართველოს რეგიონული განვითარებისთვის“ და „უკეთესი მომავლისთვის“ ფარგლებში. პროექტის „უნარების გაძლიერება და დასაქმების ინოვაციური შესაძლებლობები საქართველოს რეგიონული განვითარებისთვის“ მიზანია ადგილობრივი ადამიანური კაპიტალის განვითარება და შენარჩუნება გურიის, კახეთისა და ქვემო ქართლის რეგიონებში სოციალური და ეკონომიკური გაძლიერებისთვის. ის ხორციელდება საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის (CSR DG) ლიდერობით, „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირთან“ და საქართველოს სამოქალაქო განვითარების ასოციაციასთან ერთად. პროექტის ფინანსური მხარდაჭერია ევროკავშირის დელეგაცია საქართველოში.

პროექტი „უკეთესი მომავლისთვის“ ხორციელდება „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირის“ მიერ გერმანული ფონდის Brot für die Welt ფინანსური მხარდაჭერით.

პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირისა და გერმანული ფონდის Brot für die Welt მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირი“ და შესაძლოა, რომ იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირის შეხედულებებს.



სარჩევი

შესავალი	5
----------------	---

I ნაწილი აღმოაჩინე შესაძლებლობები!

1-ელი სესია - შესავალი ნაწილი	10
მე-2 სესია - ლიდერობა	12
მე-3 სესია - ჯგუფის შეკვრა	16
მე-4 სესია - გუნდი და მისი პასუხისმგებლობები	20
მე-5 სესია - ემოციური ინტელექტი	22
მე-6 სესია - თვითშეფასება	26
მე-7 სესია - დავალების განხილვა	28
მე-8 სესია - კომუნიკაცია	29
მე-9 სესია - იდეების მიზნებად ქცევა	33
მე-10 სესია - 1-ელი ნაწილის შეჯამება	36

II ნაწილი მანარმოვა მოგების მიზნით

მე-11 სესია - ვინ არის მეწარმე?	42
მე-12 და მე-13 სესიები - ბიზნესიდეების ფორმირება (2 სესია)	46
მე-13 სესია (გაგრძელება)	50
მე-14 სესია - ბიზნესსაწარმოს მოდელირება	51
მე-15 სესია - ბაზრის კვლევა	54
მე-16 სესია - პროდუქტი, მარკეტინგი	57
მე-17 სესია - როგორ მუშაობს ბაზარი?	61
მე-18 სესია - მომხმარებელზე ორიენტირება, რეკლამა	65
მე-19 სესია - რისკი, წარმატება, მარცხი	68
მე-20 სესია - ბიუჯეტის შედგენა	72
21-ე სესია - ბიზნესგეგმა	77
22-ე სესია - პროექტების წერა	80

III ნაწილი

მენარმოება სოციალური მიზნებით

85

23-ე სესია - სამეწარმეო საქმიანობა დემოკრატიულ სახელმწიფოში	88
24-ე სესია - შრომითი უფლებები	94
25-ე სესია - გენდერული უთანასწორობის საფუძვლები	99
26-ე სესია - სოციალური მეწარმეობა	104
27-ე სესია - CSR – კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა	107
28-ე სესია - მწვანე მეწარმეობა, ინოვაციური მეწარმეობა, ციფრული მეწარმეობა	111
29-ე სესია - კონფერენცია	117
შემაჯამებელი აქტივობა	117

IV ნაწილი

კარიერული დაგეგმვა

119

30-ე სესია - კარიერული დაგეგმვის თეორიები	122
31-ე სესია - ღირებულებების, ინტერესების, უნარებისა და სხვა ფაქტორების გავლენა პროფესიის შერჩევის პროცესზე	129
32-ე სესია - დასაქმებისთვის საჭირო უნარები	139
33-ე სესია - პროფესიის მრავალფეროვანი არჩევანი	144
34-ე სესია - უცნაური და მომავლის პროფესიები	145
35-ე სესია - დასაქმების ფორუმი	148
36-ე სესია - როგორ მოვაგზადოთ CV და სამოტივაციო წერილი	155
37-ე სესია - არაპოპულარული პროფესიები	159
38-ე სესია - პრეზენტაციების განხილვა	162
39-ე სესია - როგორ ჩავატაროთ კვლევა?	163
მე-40 სესია - ბლოგის შეჯამება	174

შესავალი

წინამდებარე სახელმძღვანელო შექმნილია სამეწარმეო განათლების, კარიერული და-გეგმვისა და პროფესიული ორიენტაციის სასკოლო პროცესში დანერგვის პრაქტიკის ხელ-შესაწყობად. მისი მიზანია, მოზარდებს განუვითარდეთ სამეწარმეო და კარიერული დაგეგ-მვის უნარ-ჩვევები, რათა მომავალში შეძლონ დასაქმება სხვადასხვა ფორმით (მათ შორის თვითდასაქმება), საკუთარი ინტერესების შესაბამისად.

სასწავლო კურსი შედგება 4 ნაწილისგან:

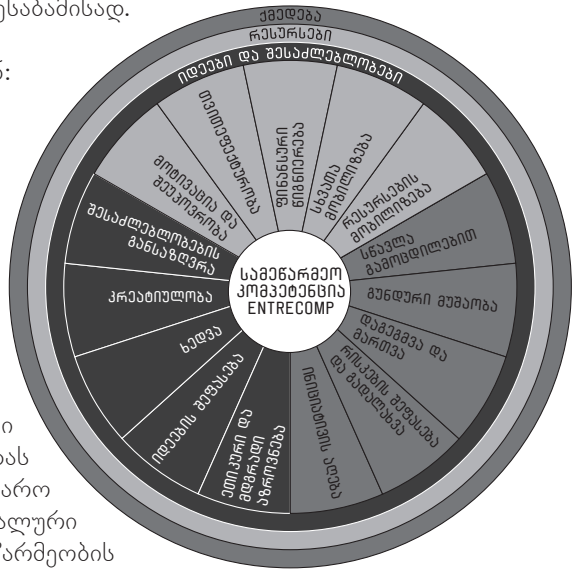
1. აღმოაჩინე შესაძლებლობები!
2. მეწარმეობა მოგების მიზნით
3. მეწარმეობა სოციალური მიზნებით
4. კარიერული დაგეგმვა

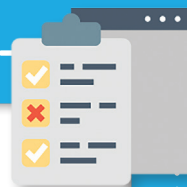
თითოეული ნაწილი მოიცავს ჩასატა-რებელი სესიების მიზნების, საკითხების, რესურსების, შედეგების (ცოდნა და უნა-რები) ჩამონათვალს და მათ საათობრივ განაწილებას.

ეს საგანმანათლებლო რესურსი ორი წლის განმავლობაში გადიოდა პილოტირებას გურიის, ქვემო ქართლისა და კახეთის 28 საჯარო სკოლის ბაზაზე დაფუძნებული არაფორმალური განათლების ცენტრების „იდებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიების“ ყოველკვირეული სასესიო შეხვედრების ფარგლებში. სასესიო შეხვედრებს წარმატებით უწევდნენ ფასილიტაციას სხვადასხვა საგნის პედაგოგები; შესაბამისად, სახელმძღვანელოს გამოყენება შეუძლიათ ყველა საგნის მასწავლებლებს.

ეროვნული სასწავლო გეგმის (2018-2024 წწ.) ფარგლებში (თავი 14. გამჭოლი უნარები და ღირებულებები) „მეწარმეობა“ განმარტებულია, როგორც იდეის საქმედ ქცევა. ის მო-იცავს როგორც შემოქმედებითი მიდგომის, ინოვაციისა და რისკის, ასევე დაგეგმვისა და პროექტების მართვის უნარ-ჩვევებს, რომლებიც საჭიროა დასახული მიზნის მისაღწევად. გარდა ამისა, თითოეული ნაწილი შეიცავს სამეწარმეო კომპეტენციის ევროპულ ჩარჩოში შემავალ 15 დესკრიპტორს. სასწავლო კურსის სრულად გავლის შედეგად მოზარდები გა-ნივითარებენ ხელშეკრულებით დასაქმებისა და თვითდასაქმებისთვის საჭირო პერსონა-ლურ საბაზისო უნარ-ჩვევებს.

წინამდებარე სახელმძღვანელო დაეხმარება ფორმალური და არაფორმალური განათ-ლების წარმომადგენლებს, მასწავლებლებს, დამრიგებლებს, ტრენერებს, გაამრავალფე-როვნონ სწავლების პროცესი და საკუთარ პრაქტიკაში დანერგონ სამეწარმეო განათლება, კარიერული დაგეგმვა და პროფესიული ორიენტაცია, როგორც სასწავლო დისციპლინა.





I ნაწილი

ადმოქმედება
შესაძლებლობები!



ბლოკის სათაური/ საათობრივი განაწილება	განსახილველი საკითხები	მიზნები	შედეგები (ცოდნა, უნარ-ჩვევები)
აღმოჩინე შესაძლებლობები! ლიდერობა 11 საათი	• გაცნობა – პროგრამის წარდგენა • ლიდერობა, როგორც უნარი • ჯგუფის შედგენა/შეკვრა • აქტივობა – გუნდი და პასუხისმგებლობები • ემოციური ინტელექტი • თვითშეფასება • აქტივობა – თვითშეფასების თემატიკაზე შექმნილი ვიდეო რგოლების განხილვა • მოლაპარაკების ხელოვნება – ეფექტური კომუნიკაცია • მიზნის დასახვა • შემაჯამებელი აქტივობა	• მოზარდებში ლიდერობის უნარის გამოვლენა; ჯგუფში ლიდერების იდენტიფიცირება; • ჯგუფური მუშაობის უნარ-ჩვევების განვითარება; ჯგუფის ფორმირების, მართვის, პასუხისმგებლობის დელეგირების, ორგანიზების, ეფექტიანი თანამშრომლობის მახასიათებლების გაანალიზება; • საკუთარი და სხვისი ემოციის ამოცნობისა და მართვის მნიშვნელობის გააზრება; • თვითშეფასების არსის გააზრება და პოზიტიური თვითშეფასების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა; • კომუნიკაციის ბარიერების განხილვა; მოლაპარაკების მნიშვნელობის გაანალიზება; დაგეგმვის უნარ-ჩვევების განვითარება • იდეების მიზნებად ფორმირებაში ხელშეწყობა სხვადასხვა სტრატეგიის შეთავაზებით	სამეწარმეო კომპეტენციები: • ეთიკური და მდგრადი აზროვნება • თვითშეგნება და თვითშეფასება • მოტივაცია და შეუპოვრობა • რესურსების მობილიზება • სხვების მობილიზება • ინიციატივის აღება • დაგეგმვა და მართვა • ბუნდოვანი სიტუაციის მოგვარება და გაურკვევლობის საფრთხის თავიდან აცილება • სხვებთან ერთად მუშაობა • სწავლა გამოცდილების მიღებით • კრიტიკული აზროვნება • იდეების შეფასება ესგ-ის გამჭოლი უნარ-ჩვევები: • შემოქმედებითი აზროვნება • კრიტიკული აზროვნება • თანამშრომლობა • კომუნიკაცია • ეთიკა • დროსა და სივრცეში ორიენტირება • დამოუკიდებლად მოქმედება • პასუხისმგებლობა • წიგნიერება • დასაქმებისთვის საჭირო პერსონალური უნარ-ჩვევების განვითარება

1-ელი სესია – შესავალი ნაწილი

საკითხები	• „ვექმნით იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიას!“
მიზანი	• ჯგუფის წევრების გაცნობა, გუნდის შეკვრა
მეთოდები	• ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 40 წთ ფლიპჩარტი, სხვადასხვა ფერის მარკერები, წებო, მაკრატელი, ფერადი ქაღალდი, წებოვანი ლენტი („სკოჩი“), ჭიკარტები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. „იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიის“ პრეზენტაცია (5 წთ)

ფასილიტატორი წარადგენს საკუთარ თავს და ესაუბრება მონაწილეებს „იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიის“ კონცეფციის შესახებ.

ინფორმაცია „იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიის“ შესახებ:

„ლაბორატორიის“ შექმნის იდეა ეკუთვნის არასამთავრობო ორგანიზაცია „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირს“ (www.apk.ge), რომელიც, 25 წელზე მეტია, ახალგაზრდების განვითარებისა და განათლების მიმართულებით არაერთ მნიშვნელოვან პროგრამას ახორციელებს. „იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიის“ ფინანსური მხარდამჭერია ევროკავშირი პროექტის „უნარების განვითარება და დასაქმების ინოვაციური შესაძლებლობები რეგიონული განვითარებისთვის“ და გერმანული ფონდი Brot für die Welt პროექტის „უკეთესი მომავლისთვის“ ფარგლებში.

ლაბორატორიის ფუნქციონირება დაეფუძნება ძალიან საინტერესო და მნიშვნელოვან კონცეფციას, რომელიც მოიცავს სამ ეტაპს: ინფორმაციის მიწოდება, ინფორმაციის გავრცელება, პრობლემების ადვოკატირება. მოზარდებს ეძლევათ შესაძლებლობა, განივითარონ კომპეტენციათა ფართო სპექტრი, რის საშუალებითაც უკეთ გააანალიზებენ საკუთარ როლს საზოგადოებაში.

კლუბების შექმნის მიზანია, მოზარდებს განუვითარდეთ მეწარმეობისა და კარიერული დაგეგმვის უნარ-ჩვევები. ლაბორატორიის პროგრამის ფარგლებში შემუშავებულია ძა-

ლიან საინტერესო სილაბუსი, რომელიც მოიცავს ოთხ ძირითად თემას: 1. აღმოაჩინე შესაძლებლობები; 2. მეწარმეობა მოგების მიზნით; 3. მეწარმეობა სოციალური მიზნებით; 4. კარიერული დაგეგმვა.

„იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიები“ უზრუნველყოფს მოზარდების შესაძლებლობების განვითარებას ევროპული სამეწარმეო კომპეტენციების ჩარჩოსა და ეროვნული სასწავლო გეგმით (2018-2024 წწ.) განსაზღვრული გამჭოლი უნარ-ჩვევების და ღირებულებების შესაბამისად.

ინფორმაციის მიწოდების შემდეგ გაიმართება მცირე დისკუსია – ფასილიტატორი უპასუხებს მოზარდების კითხვებს.

აქტივობა 2.

2.1. გაცნობის სავარჯიშო (35 წთ)

(დისტანციური რეჟიმის შემთხვევაში)

ფასილიტატორი მიმართავს ჯგუფს: თითოეულმა წარმოიდგინეთ, რომ მოხვდით ისეთი ადამიანების გარემოცვაში, სადაც არავინ გიცნობთ. რას მოუყვებოდით მათ საკუთარი თავის შესახებ? რა თვისებები/უნარები წარმოგაჩინებდათ დადებითად? მთავარია, ისაუბროთ საკუთარ ღირსებებზე.

აღნიშნულ პირობას ასრულებს ჯგუფის თითოეული მონაწილე.

ფასილიტატორი აჯამებს პროცესს და ყურადღებას ამახვილებს ჯგუფის მრავალფეროვნებაზე, ასევე, დასახელებული თვისებების, უნარ-ჩვევების მნიშვნელობაზე ჯგუფის წარმატებისთვის. ის ესაუბრება მონაწილეებს „იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიაში“ აქტივობების/პროექტების ჯგუფის წევრების ჩართულობით განხორციელების პროცესზე.

2.2. გაცნობის სავარჯიშო „სავიზიტო ბარათი“ (35 წთ)

(პირისპირ შეხვედრის შემთხვევაში)

თითოეული მონაწილე ამზადებს ე.წ. „საკუთარ სარეკლამო სტენდს“, რომელსაც ორი მხარე აქვს. ფურცლის წინა მხარე „გვიყვება“ პიროვნულ მახასიათებლებზე, თვისებებზე, დამსახურებებზე; უკანა მხარეზე მონაწილეები ასახავენ იმას, რის შესახებაც ოცნებობენ, რის მიღწევაც სურთ.

თავად კოლაჟი შეიძლება შედგებოდეს ტექსტების, ნახატების, ფოტოსურათებისგან, ხელით დახატული ნახატებისა და სხვადასხვა წარწერისაგან.

როდესაც სავიზიტო ბარათის შექმნაზე მუშაობა დასრულდება, ყველა ნამუშევარი გაიკვერება კედლებზე და მოეწყობა გამოფენა. მონაწილეები დადიან ოთახში, ეცნობიან ერთმანეთის სავიზიტო ბარათებს, ლაპარაკობენ, სვამენ კითხვებს.

შეჯამება: ფასილიტატორი სვამს შეკითხვებს:

- მოახერხეთ თქვენი სავიზიტო ბარათის სრულყოფილად შექმნა?
- როგორ ფიქრობთ, თქვენი ნამუშევრის დახმარებით სხვებმა უკეთ გაიგეს, როგორი ადამიანი ხარ?
- რა იყო ადვილი? ან რთული?
- იპოვეთ თუ არა ისეთი ადამიანი, რომელიც თქვენ გგავთ? ან თქვენგან განსხვავებულია?
- ვისი კოლაჟი დაგამახსოვრდათ ყველაზე მეტად და რატომ?

თუ მოზარდები დაასახელებენ ერთისა და იმავე პიროვნების კოლაჟს, ჯგუფი მსჯელობს იმაზე, თუ რა არის ამის მიზეზი? რა მახასიათებლის გამო შეირჩა ეს პიროვნება? რა განსაკუთრებული თვისებები აქვს? და ა.შ.

ფასილიტატორი ყურადღებას ამახვილებს ჯგუფის მრავალფეროვან შემადგენლობაზე და კიდევ ერთხელ ადგენს დასახელებული პოზიტიური თვისებებისა და უნარ-ჩვევების ჩამონათვალს. მოზარდების მიერ წარმოდგენილ მახასიათებლებზე აქცენტირებით ჯგუფი გამოთქვამს მზაობას, ჩაერთოს მომავალ საქმიანობებში. მას მოტივაციას უძლიერებს მრავალფეროვანი შესაძლებლობები, რომლებსაც სარგებლის მოტანა შეუძლია.

მე-2 სესია - ლიდერობა

საკითხები	• „ლიდერი შენში“
მიზანი	• მოზარდებში ლიდერობის უნარ-ჩვევებისა და მახასიათებლების გამოვლენა; ჯგუფში ლიდერის იდენტიფიცირება
მეთოდები	• ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია
რესურსები	დრო: 70 წთ სამუშაო ფურცლები, პატარა ზომის ყუთი/კალათი, ფერადი ბარათები.

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1.

1.1. საგარჯიშო „სუპერგმირი“ (20 წთ)
(დისტანციური რეჟიმის შემთხვევაში)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს ურიგებს სამუშაო ფურცლებს „სუპერგმირის“ გამოსახულებით (სამუშაო ფურცელი N1). მათი ამოცანაა „სუპერგმირის“ სურათის გარშემო არსებულ ცარიელ უჯრებში იმ კომპეტენციებისა და პასუხისმგებლობების ჩაწერა, რომლებსაც, მათი აზრით, ლიდერი უნდა ფლობდეს.

მოსწავლეებმა ეს დავალება დამოუკიდებლად რომ შეასრულონ, ეძლევათ 10 წუთი.

მას შემდეგ, რაც ისინი დავალებას შეასრულებენ, ოთხ-ოთხი მოსწავლისაგან შემდგარ ჯგუფებში განაწილდებიან და განიხილავენ საკუთარ და თანაგუნდელების მიერ შესრულებულ სამუშაოს. ჯგუფის წევრები უნდა შეთანხმდნენ ყველაზე მართებულ და შესაბამის

მახასიათებლებზე, კომპეტენციებსა და პასუხისმგებლობებზე, რომლებსაც ლიდერი უნდა ფლობდეს.

თითოეული ჯგუფი თავის შედგენილ ჩამონათვალს აკრავს დაფაზე, ან აწებებს ფლიპ-ჩარტზე განთავსებულ „სუპერგმირის“ სურათზე.



მოსწავლეები ერთვებიან დისკუსიაში, რომლის დროსაც განიხილავენ შემოაღნიშნულ საკითხს.

შესაძლოა, მივიღოთ დაახლოებით ასეთი ჩამონათვალი:

თვისებები:

- ძლიერი
- ენერგიული
- კომუნიკაბელური
- თავდაჯერებული
- გადაწყვეტილების სწრაფად მიღების უნარის მქონე
- დარწმუნების უნარის მქონე
- პასუხისმგებლობის გრძნობის მქონე
- სანდო
- დადებითი/პოზიტიური
- კონფლიქტების მოგვარების უნარის მქონე

კომპეტენციები:

- მიზნის დასახვა, დაგეგმვა
- გუნდური მუშაობის ორგანიზება
- გუნდის წევრებში მოტივაციის გაძლიერება
- დროის სწორად განაწილება
- და სხვ.

შეჯამება: ფასილიტატორი შეჯამების პროცესში განიხილავს მოზარდების მოსაზრებებსა და მოლოდინს ლიდერის მიმართ; მიუთითებს იმ მახასიათებლებზე, რომლებზედაც მოზარდებმა ყურადღება გაამახვილეს.

აქტივობა 2. სავარჯიშო „მე შემიძლია...“ (20 წთ)

აქტივობის მიზანია, მოზარდებმა შეაფასონ საკუთარი თავი. ფასილიტატორი წინასწარ ამზადებს დაუსრულებელ წინადადებს. ყუთში/კალათში მოთავსებულია ბარათები ასეთი წინადადებებით. თითოეული მოზარდი ამოიღებს ერთ ფურცელს, კითხულობს წინადადებას და დაასრულებს მას.

დაუსრულებელი წინადადებების ნიმუშები:

1. მე შემიძლია...
2. მე კარგად გამომდის...
3. მე თავი მნიშვნელოვნად მიმაჩნია, როცა...
4. მე მჯერა...
5. ერთი რამ, რაც განსაკუთრებით მომწონს ჩემში, არის...
6. საკუთარ თავში მომწონს...
7. მე მსიამოვნებს, როცა...
8. ჯგუფში ყოფნა მომწონს, რადგან...
9. ყველაზე მეტად ბედნიერი ვარ, როცა...
10. მე ვენდობი...
11. მე ძლიერი ვარ, რადგან...
12. როცა ვინმე არ მეთანხმება, მე...
13. მე მჭირდება...
14. ჩემთვის იოლია...
15. მე მინდა, მივალწიო...
16. მე იმედი მაქვს...
17. ყველაზე კარგი, რაც შეიძლება მოხდეს, არის...
18. ჩემი მომავალი ასე წარმომიდგენია...

აქტივობის შესრულების დროს ფასილიტატორი ინიშნავს თითოეულ წინადადებას და პროცესის დასრულების შემდეგ იწყება მსჯელობა ჯგუფის წევრების ინდივიდუალურ ლიდერულ შესაძლებლობებსა და მახასიათებლებზე. ფასილიტატორი ავლენს პარალელს პირველ სავარჯიშოსთან („სუპერგმირი“) და კიდევ ერთხელ აცხადებს, რომ აქ არიან სუპერგმირის/ლიდერის თვისებების მქონე მოზარდები. იქმნება მკაფიოდ პოზიტიური კონტექსტი, რაც ერთგვარი სტიმული იქნება მონაწილეებისთვის.

აქტივობა 3. დისკუსია (20 წთ)

მომდევნო ეტაპზე გაიმართება დისკუსია ლიდერის მახასიათებლების შესახებ. მოზარდებს დაურიგდებათ სამუშაო ფურცელი „ლიდერის მახასიათებლები“. ჯგუფის წევრებს ეძლევათ დავალება, დაეთანხმონ ან უარყონ შეთავაზებული დებულებები.

სამუშაო ფურცელი N2:

ლიდერის მახასიათებლები

- 1) არის აქტიური და თითქმის ყოველთვის იჩენს ინიციატივას ჯგუფის წინაშე მდგარი ამოცანების გადასაწყვეტად;

ვეთანხმები _____

არ ვეთანხმები _____

- 2) შეუძლია, გავლენა მოახდინოს ჯგუფის სხვა წევრებზე;
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 3) ფლობს ინფორმაციას პრობლემის გადაჭრის გზების, ასევე, ჯგუფის წევრებისა და არსებული ვითარების შესახებ;
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 4) მისი ქცევა შეესაბამება ამ ჯგუფში მიღებულ სოციალურ დამოკიდებულებებს, ღირებულებებსა და ნორმებს;
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 5) იგი ყოველთვის უნდა იყოს სანიმუშო ადამიანი და სამართლიანობის ეტალონი
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 6) უნდა აიღოს პასუხისმგებლობა ჯგუფური საქმიანობის შედეგებზე;
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 7) შეუძლია, პრევენტიაციის საშუალებით კარგად წარმოაჩინოს ჯგუფი;
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 8) ლიდერობა თანდაყოლილი უნარია და მისი შეძენა წარმოუდგენელია;
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
- 9) ლიდერის მოვალეობაა, მოგისმინოს, აგისხნას და მიგიითითოს, თუ როგორ მოიქცე.
 ვეთანხმები _____
 არ ვეთანხმები _____
 მსჯელობა გაიმართება თითოეულ დებულებაზე (მომხრადები რიგრიგობით კითხულობენ დებულებებს და, საწინააღმდეგო პოზიციების არსებობის შემთხვევაში, იმართება კამათი).

შეჯამება: აქტივობის დასასრულს ფასილიტატორი აჯამებს პროცესს და ჯგუფს სთავაზობს ჯიმ რონის (ემანუელ ჯიმს რონი, ამერიკელი ბიზნესის ფილოსოფოსი და მეწარმე, 1930-2009) განმარტებას იმისა, თუ რას ნიშნავს ლიდერობა.

„ლიდერობა გამოწვევაა – უნდა იყო ძლიერი, მაგრამ არა უხეში; კეთილი, მაგრამ არა სუსტი; მამაცი, მაგრამ არა მოძალადე; გიყვარდეს ფიქრი, მაგრამ არ იყო ზანტი; იყო თავმდაბალი, მაგრამ არა გაუბედავი; იყო ამაყი, მაგრამ არა ქედმაღალი; გქონდეს იუმორი, მაგრამ იცოდე, როდის, სად და ვისთან გამოიყენო ის“.

აქტივობა 4. ენერჯაიზერი „მიჰყევი ტაშს!“ (10 წთ)

სესიის ბოლოს შეთავაზებული იქნება ენერჯაიზერი „მიჰყევი ტაშს!“

ენერჯაიზერი ითვალისწინებს ჯგუფთან კომუნიკაციის დამყარებას სხეულის ენის გამოყენებით. აქტივობა მოითხოვს სრულ კონცენტრაციას. თამაშს სჭირდება ლიდერი, რომელიც მართავს პროცესს.

გამოდის მოხალისე მოზარდი (ლიდერი), რომელიც ცენტრში იკავებს ადგილს და ინსტრუქციებს აძლევს ჯგუფს.

- ტაშის ერთხელ შემოკვრა – ადექით ფეხზე!
- ტაშის ორჯერ შემოკვრა – ერთი ნაბიჯი გადადგით უკან!
- ტაშის სამჯერ შემოკვრა – დაუკარიტ თავი!
- ტაშის ოთხჯერ შემოკვრა – შემობრუნდით 360 გრადუსით!
- ტაშის ხუთჯერ შემოკვრა – ჩაიმუხლეთ!

ლიდერი აკეთებს განცხადებას წესებთან დაკავშირებით (ყურადღებას ამახვილებს თანმიმდევრობაზე, ასევე, იმაზე, რომ ინსტრუქციის დარღვევა თამაშის დატოვებას ნიშნავს).

ინსტრუქცია ლიდერისთვის: ლიდერმა თამაშში უნდა დაიწყოს ზუსტად აღნიშნული თანმიმდევრობით, თუმცა ორი ცდის მერე აუცილებლად უნდა აურიოს თანმიმდევრობა და „ეცადოს“, დააბნიოს მოთამაშეები.

თუ მონაწილე არასწორად ასრულებს ინსტრუქციას, ის გადის თამაშიდან. თამაშში გრძელდება იქამდე, სანამ გამარჯვებული არ გამოვლინდება.

აღნიშნული თამაში სასარგებლოა მოზარდებისთვის, რადგან ხელს უწყობს სახალისო კონტექსტში ლიდერთან სწორი კომუნიკაციისთვის საჭირო უნარ-ჩვევების გავარჯიშებას. თამაშის შეჯამების პროცესში ყურადღება გამახვილდება ლიდერის როლზე, მის ურთიერთობაზე ჯგუფთან.

მე-3 სესია – ჯგუფის შეკვრა

საკითხები	• ჯგუფის მოტივირება, ორგანიზება • პასუხისმგებლობის დელეგირება
მიზანი	• მოზარდებს განუვითარდეთ ჯგუფური მუშაობის უნარ-ჩვევები; გააანალიზონ ჯგუფის ფორმირების, მართვის, ორგანიზების, ეფექტიანი თანამშრომლობის მახასიათებლები
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია • მინილექცია
რესურსები	დრო: 60 წთ 3-4 შეკვრა ასანთი, ფლიპჩარტი, მარკერები, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. მისალმება (5 წთ)

წინა სესიის მცირე მიმოხილვა და ძირითადი საკითხის შეჯამება

აქტივობა 2.1. საგარჯიშო „ააშენეთ ყველაზე მაღალი კოშკი!“ (45 წთ)

(პირისპირ სწავლების პირობებში)

დაყავით მონაწილეები 4–5–წევრიან ჯგუფებად. თითოეულ ჯგუფს შეურჩიეთ ერთი დამკვირვებელი. ჯგუფის წევრებს წაუკითხეთ დავალების პირობა. თითოეულ ჯგუფს გადაეცით თითო შეკვრა ასანთი, ხოლო დამკვირვებლებს დაურიგეთ დაკვირვების ფორმა (დანართი 1).

დავალება ჯგუფებს: შეურჩიეთ თქვენს ჯგუფს პირობითი სახელი. თქვენი ამოცანაა, 20 წუთის განმავლობაში ააშენოთ ყველაზე დიდი კოშკი მხოლოდ ასანთის კოლოფებისა და ლერების გამოყენებით. გაითვალისწინეთ, რომ დროის ამოწურვისას თქვენ მიერ აშენებული კოშკი მყარად უნდა იდგეს ზედაპირზე. შეგიძლიათ, შეუდგეთ საქმეს! გისურვებთ წარმატებებს!

დავალება დამკვირვებლებს: გთხოვთ, დაკვირვების პროცესში იხელმძღვანელოთ სპეციალური კითხვარით, მოინიშნოთ კომენტარები თითოეული დებულების შესაბამისად. თქვენ გევალებათ მხოლოდ იმ ჯგუფის საქმიანობის შეფასება, რომელსაც აკვირდებით. გისურვებთ წარმატებებს!

ინსტრუქციის მიცემის შემდეგ ჯგუფებს სამუშაოდ ეძლევათ 20 წუთი. დროის ამოწურვის შემდეგ თითოეული ჯგუფი წარმოადგენს თავის ნამუშევარს. ფასილიტატორი აფასებს, რომელი მათგანის კოშკი იყო ყველაზე მაღალი და გამოავლენს გამარჯვებულ გუნდს. ამის შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს დამკვირვებლებს, მონაწილეებს გაუზიარონ თავიანთი დაკვირვების შედეგები.

პრეზენტაციების შემდეგ გამართეთ დისკუსია შემდეგი კითხვების გამოყენებით (შესაძლებელია კითხვების ჩამოყალიბება პროცესის მიმდინარეობის შესაბამისად):

აღწერეთ, როგორ მიმდინარეობდა დავალების შესრულების პროცესი:

- ✓ როგორ დაიწყეთ კოშკის მშენებლობა?
- ✓ გყავდათ თუ არა გამოკვეთილი ლიდერი/ლიდერები ჯგუფში?
- ✓ ითვალისწინებდით თუ არა ერთმანეთის მოსაზრებებს? ეკითხებოდით თუ არა აზრს ერთმანეთს?
- ✓ რას გაუმკლავდით ყველაზე იოლად? რა გაგიჭირდათ ყველაზე მეტად?
- ✓ ახლა რომ იწყებდეთ თავიდან, რას გააკეთებდით სხვანაირად?
- ✓ როგორ ფიქრობთ, რატომ არის მნიშვნელოვანი, გუნდს ჰქონდეს სახელი?

შეჯამება: დისკუსიის შედეგად კონსულტანტი აფასებს პროცესს და გამოყოფს იმ ასპექტებს, რომლებიც დამახასიათებელია ჯგუფური მუშაობისას: ჯგუფს ჰყავს ლიდერი, რომლის არსებობა მნიშვნელოვანია დროის ეფექტური მართვის, პასუხისმგებლობებისა და სამუშაოს გადანაწილებისთვის. ლიდერი კოორდინირებას უწევს ჯგუფის წევრებს. მნიშვნელოვანია, ლიდერმა მუშაობის პროცესში ჩართოს ჯგუფის ყველა წევრი, მოისმინოს ყველას მოსაზრება; არ მისცეს ჯგუფს დანებების, მარცხთან შეგუების საშუალება. ჯგუფის თითოეული წევრი, თავისი ინდივიდუალური შესაძლებლობებითა და უნარ-ჩვევებით, მხოლოდ აძლიერებს გუნდს. გუნდის შეკვრას ხელს უწყობს საერთო მიზანი, ერთსულოვნებას აძლიერებს ჯგუფის სახელი. ჯგუფში შესაძლებელია, გაერთიანდეს ერთზე მეტი ლიდერი. ნამდვილი ლიდერები ერთმანეთთან თანამშრომლობენ!

2.2. სავარჯიშო „შეარჩიეთ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ნივთები!“ (45 წთ) (დისტანციური სწავლების პირობებში)

გადაანაწილეთ მოზარდები 3 ჯგუფში. გამოყავით დამკვირვებლები თითოეული ჯგუფისთვის. დაურიგეთ სავარჯიშოს აღწერა, რომელიც მოყვანილია ქვემოთ. გააცანით სიტუაცია და აუხსენით დავალება. ხაზი გაუსვით, რომ ჯგუფმა ერთობლივად უნდა იმუშაოს. დავალებისათვის მიეცით 15-20 წუთი. უთხარით, რომ ჯგუფები ერთმანეთს უნდა შეეჯიბრონ და არსებობს სწორი პასუხი. დამკვირვებლებს ურჩიეთ, რომ დააკვირდნენ ჯგუფის წევრების ქცევას. მსვლელობის დროს ამას თავადაც ადევნეთ თვალყური და ჩაინიშნეთ საინტერესო მომენტები. დავალების შესრულების შემდეგ თითოეული ჯგუფი მოაწყობს შედეგების პრეზენტაციას. მოაწყვეთ განხილვა. სწორი პასუხი წარმოადგინეთ სესიის ბოლოს.

დავალება: ჯგუფთან ერთად თვითმფრინავით მგზავრობთ. ამოვარდა საშინელი ქარი. კაპიტანი გატყობინებთ, რომ ნავიგაციის სისტემები აღარ მუშაობს. მან ზუსტად არ იცის, სად იმყოფებით. შესაძლოა, თვითმფრინავმა მარშრუტს 600-800 კილომეტრით გადაუხვია. საავარიო დაშვება აუცილებელი გახდა. გარკვეული დროის შემდეგ კაპიტანი გატყობინებთ, რომ იმყოფებით უდაბნოს თავზე. მას შემდეგ, რაც კაპიტანმა შეძლო დაშვება, თქვენ გამოხვედით თვითმფრინავიდან. სამწუხაროდ, მთელი ეკიპაჟი დაიღუპა, თუმცა თქვენი ჯგუფის ყველა წევრი გადარჩა. ახლა თქვენ წინაშე დგას ამოცანა: უდაბნოში უნდა გადარჩეთ. დააწყვეთ ჩამოთვლილი ნივთები პრიორიტეტების მიხედვით, ე.ი. რანჟირება მოახდინეთ იმის გათვალისწინებით, რომელ ნივთს მიიჩნევთ გადარჩენისათვის პრიორიტეტულად (ყველაზე მნიშვნელოვანი – 1, ყველაზე უმნიშვნელო – 15):

მნიშვნელობა	საგანი
2	ჯიბის ფარანი
12	ჯიბის დანა
10	ადგილმდებარეობის რუკა
7	საწვიმარი
13	კომპასი
9	დაპრესილი ბინტის პაკეტი
3	დატენილი პისტოლეტი
4	პარაშუტი
15	ქილა მარილის 1000 აბით
5	ერთი ლიტრი წყალი თითოეულ ადამიანზე
11	წიგნი „უდაბნოს ცხოველები, რომელთა ხორცის ჭამაც შესაძლებელია“
8	მზის სათვალე თითოეული ადამიანისთვის
14	2 ლიტრი 80-გრადუსიანი არაყი
6	თითო პლედი თითოეულ ადამიანზე
1	ჯიბის სარკე

შესაძლებელია, ჯგუფთან ერთად დავალების გარჩევისათვის გამოიყენოთ შემდეგი კითხვები:

- ✓ რას ფიქრობენ თამაშზე, რა მოეწონათ, რა – არა, და რატომ?
- ✓ რა შეგიძლიათ, თქვით დავალების შესრულების პროცესზე – როგორ მიხვედით კონკრეტულ დასკვნამდე? თავდაპირველად შეთანხმდით სტრატეგიაზე – ჯგუფი ადგილზე რჩება და ელოდება მაშველებს, თუ ცდილობს, თავად გააღწიოს უდაბნოდან?
- ✓ როგორ იქცეოდა ჯგუფის სხვადასხვა წევრი?

3. მინილექცია ჯგუფთან ინტერაქციით (10 წთ)

საგარჯიშოს ხანმოკლე შეჯამების შემდეგ ფასილიტატორი აგრძელებს სესიას მინილექციით, რომელიც ჯგუფში არსებულ როლებს აღწერს.

რა არის ჯგუფი?

- ერთმანეთზე დამოკიდებული ორი ან მეტი ინდივიდი, რომლებიც კონკრეტული მიზნის მისაღწევად ერთიანდებიან.

ჯგუფის ტიპები:

- ფორმალური, არაფორმალური, მმართველი (ძირითადად, მენეჯერები), ამოცანის შესასრულებლად შედგენილი, საერთო ინტერესის მქონე, მეგობრობის ნიშნით გაერთიანებული.

რატომ ერთიანდებიან ადამიანები ჯგუფებად?

- უსაფრთხოებისთვის. ადამიანები უფრო ძლიერები არიან, როცა ჯგუფის წევრები ხდებიან; ძალაუფლებაც მეტი აქვთ („ძალა ერთობაშია“). ჯგუფის წევრებს შეუძლიათ, ერთმანეთს საკუთარი თავის პატივისცემის გრძნობა გაუღვიძონ, რამაც შეიძლება განუმტკიცოს მათ ღირსების გრძნობაც. პასუხისმგებლობებისა და საქმიანობების გადანაწილებით იოლდება მიზნის მიღწევა.

რა კავშირი არსებობს ჯგუფსა და ინდივიდის სტატუსს შორის?

- ისეთ ჯგუფში ჩართვა, რომელსაც სხვები მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ, ხელს უწყობს ჯგუფის წევრების აღიარებასა და მათთვის გარკვეული არაოფიციალური სტატუსის მინიჭებას. ჯგუფის წევრის წინაშე მეტი შესაძლებლობა იშლება, ვიდრე ეს ხდება ინდივიდის შემთხვევაში.

გუნდის წევრთა ძირითადი როლები:

- ✓ დამაკავშირებელი – წარმართავს კოორდინირებისა და ინტეგრირების პროცესს;
- ✓ მრჩეველი – ხელს უწყობს მეტი ინფორმაციის მოძიებას;
- ✓ შემქმნელი – წამოაყენებს შემოქმედებით იდეებს;
- ✓ დამცველი – წარმართავს გარე „ბრძოლებს“; იცავს წამოყენებულ იდეებს;
- ✓ მაკონტროლებელი – ამოწმებს დეტალებს, კანონთან იდეის შესაბამისობას;
- ✓ მწარმოებელი – იძლევა მიმართულებას და ახორციელებს იდეებს;
- ✓ ორგანიზატორი – ქმნის სტრუქტურას;
- ✓ შემფასებელი – გვათავაზობს კონკრეტული მოსაზრების ღრმა ანალიზს.

ფასილიტატორი მონაწილეებს მიმართავს კითხვით:

- თქვენ რომელ როლს ასრულებდით ჯგუფური მუშაობისას?
- გუნდური მუშაობისთვის მნიშვნელოვანია, შეგეძლოთ:

- მოსმენა
- შეკითხვების დასმა
- დაყოლიება/დარწმუნება
- პატივისცემის გამოხატვა
- დახმარება
- გაზიარება
- მონაწილეობა/ჩართულობა

გუნდის ეფექტიანად და წარმატებით მუშაობისთვის საჭიროა:

- ✓ საერთო მიზნების შესრულებაზე ზრუნვა
- ✓ როლებისა და პასუხისმგებლობების განსაზღვრა
- ✓ გადაწყვეტილებების მიღების ეფექტური სისტემის, კომუნიკაციის, სამუშაოს ყველასთვის გასაგები პროცედურების არსებობა
- ✓ ჯანსაღი პირადი ურთიერთობები

შეჯამება: სესიის დასრულების შემდეგ მოზარდები გაიაზრებენ ჯგუფის ფორმირების, მართვის, ორგანიზების, ეფექტიანი თანამშრომლობის მახასიათებლებს. პირველი აქტივობის ფარგლებში ისინი პრაქტიკულად გამოცდიან ჯგუფური მუშაობის სიკეთეს და მიწოდების ინტერაქციურ პროცესში პარალელებს გაავლენ სესიაზე მიღებულ გამოცდილებასთან.

მე-4 სესია – გუნდი და მისი პასუხისმგებლობები

საკითხები	• ჯგუფის მოტივირება, ორგანიზება • პასუხისმგებლობის დელეგირება/გადანაწილება
მიზანი	• მოზარდებს განუვითარდეთ ჯგუფური მუშაობის, პასუხისმგებლობის გადანაწილების უნარ-ჩვევები; გააანალიზონ ჯგუფის ფორმირების, მართვის, ეფექტიანი თანამშრომლობის მახასიათებლები
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია
რესურსები	დრო: 60 წთ ფლიპჩარტი, მარკერები, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. მისალმება, წინა სესიის მოკლე შეჯამება და ძირითადი ასპექტების გამოყოფა (5 წთ)

პასუხი უნდა გაეცეს შემდეგ კითხვებს:

- როგორ ყალიბდება გუნდი?
- რა ეხმარება გუნდს წარმატების მიღწევაში?
- რა როლები არსებობს გუნდში?

აქტივობა 2. გუნდი, მისი მახასიათებლები, პასუხისმგებლობები (40 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ყოფს 3–4-წევრიან ჯგუფებად და შესთავაზებს გუნდის ორ მაგალითს: ესაა ფეხბურთის გუნდი და კაპელა. თითოეული გუნდი განიხილავს მხოლოდ ერთ მათგანს. მოზარდებს დავალებად ეძლევათ, დაახასიათონ არჩეული გუნდი განვლილ სესიაზე მიღებული ცოდნისა და ინფორმაციის გათვალისწინებით.

- მათ უნდა შეარჩიონ ერთი რომელიმე ფეხბურთის გუნდი; გამოყონ, თუ რა როლი/ფუნქცია აკისრიათ მწვრთნელს და გუნდის თითოეულ წევრს (სათადარიგო სკამზე მსხდომი წევრების ჩათვლით) საფეხბურთო მატჩის დროს; გაიხსენონ წარმატებისა და მარცხის მაგალითები – ვის ეკისრება ამ დროს პასუხისმგებლობა? როგორ გავრცელდა ინფორმაცია პრესაში? რა რეაქცია ჰქონდათ/აქვთ ხოლმე გულშემატკივრებს მატჩის წაგების ან მოგების შემთხვევაში?
- კაპელის მაგალითი – როგორია ამ ტიპის გუნდი? როგორ არის გადანაწილებული პასუხისმგებლობა კაპელაში? რა როლი აკისრია თითოეულ ინდივიდს? ლოტბარს? ვის ეკისრება პასუხისმგებლობა კაპელის წარმატებასა თუ წარუმატებლობაზე?

ჯგუფები ფლიპჩარტის ფორმატზე გადაიტანენ ძირითად ინფორმაციას და წარმოადგენენ პრეზენტაციის სახით. პრეზენტაციების დასრულების შემდეგ ჯგუფებს მიეცემათ საშუალება, კითხვები დაუსვან ერთმანეთს.

პრეზენტაციებისა და კითხვა-პასუხის ნაწილის შემდეგ გაიმართება დისკუსია. ფასილიტატორი სვამს კითხვებს:

- რა განსხვავებაა ფეხბურთის გუნდსა და კაპელას შორის?
- როგორია მათი მოტივაცია? მიზანი ერთნაირია ორივე ტიპის გუნდის შემთხვევაში?
- ვის „ეკუთვნის“ ჯილდო წარმატების შემთხვევაში? ვის ეკუთვნის „სასჯელი“ წარუმატებლობის შემთხვევაში?

აქტივობა 3. „გაამხნევე შენი გუნდი!“ (15 წთ)

დავალება იმავე ჯგუფებისთვის: წარმოიდგინეთ, რომ თქვენმა გუნდმა (ფეხბურთის გუნდი, კაპელა) წააგო/წარუმატებელი გამოსვლა ჰქონდა. როგორი სამოტივაციო სიტყვით მიმართავდით მათ? გთხოვთ, დაასახელოთ, რომელი გუნდის წევრი ხართ.

ჯგუფის წარმომადგენლები წაიკითხავენ მათ მიერ მომზადებულ მიმართვას, რის შემდეგაც იმსჯელებენ, რატომ შეადგინეს ამგვარი ტექსტი და რატომ აირჩიეს ესა თუ ის როლი (ვის ადგილას წარმოიდგინეს თავი)?

შეჯამება: სესიის დასრულების შემდეგ მოზარდები გაიაზრებენ ჯგუფის პასუხისმგებლობის, ეფექტიანი თანამშრომლობის, გუნდის როლების მნიშვნელობას. პირველი აქტივობის ფარგლებში ისინი პრაქტიკულად წარმოაჩინენ იმ ცოდნას, რომელიც წინა სესიის დროს შეიძინეს; გაიაზრებენ, თუ რა პასუხისმგებლობა აქვს გუნდის ლიდერს; ამავე დროს, რამდენად სტრესულია გუნდისთვის წაგება/წარუმატებელი გამოსვლა და რა დიდი მნიშვნელობა აქვს მოტივაციას.

მე-5 სესია - ემოციური ინტელექტი

საკითხები	• ემოციური ინტელექტი • როგორ ვმართოთ ემოცია?
მიზანი	• მოზარდებს განუვითარდეთ საკუთარი და სხვისი ემოციის ამოცნობის უნარი; გაიაზრონ, რატომ არის მნიშვნელოვანი ემოციების მართვა
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია • მინილექცია
რესურსები	დრო: 60 წთ ფლიპჩარტი, მარკერები, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. მისალმება (5 წთ)

წინა სესიის მოკლე შეჯამება და ძირითადი საკითხის განხილვა

აქტივობა 2. მოსაზრებების გამოთქმა (5 წთ)

ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს: რატომ აღწევენ წარმატებას ადამიანები, რომელთაც არც დიდი გამოცდილება აქვთ და არც განათლების მაღალი დონე? მოზარდები იწყებენ ვარაუდების გამოთქმას.

აქტივობა 3. მინილექცია (5 წთ)

ფასილიტატორი აჯამებს მოზარდების მოსაზრებებს და მიუთითებს სურათზე/სლაიდზე, რომელზედაც „წარმატების აისბერგი“ არის გამოსახული. როგორც მკვლევრები განმარტავენ, წარმატებას განაპირობებს ინტელექტის კოეფიციენტის 20% და ემოციური ინტელექტის 80%. აღნიშნულ ალოგიკურობას XX საუკუნის 60-იან წლებში მიექცა და სწორედ ამ პერიოდში ჩამოყალიბდა ტერმინი „ემოციური ინტელექტი“ (EQ).

დანიელ გოლმანმა, ამერიკელმა ფსიქოლოგმა (დაიბ. 1946 წ.), კვლევის მონაცემების ანალიზის შედეგად აღმოაჩინა, რომ ტექნიკური და შემეცნებითი უნარები მნიშვნელოვანია ლიდერისთვის, მაგრამ ემოციური ინტელექტი ორჯერ უფრო მნიშვნელოვანია.

1995 წელს გოლმანმა გამოაქვეყნა წიგნი „ემოციური ინტელექტი“, რომელიც New York Times-ის ბესტსელერთა სიაში წელიწად-ნახევრის განმავლობაში იყო. ის 40 ენაზე ითარგმნა. „ემოციურმა ინტელექტმა“ მენეჯმენტის ალტერნატიული რეცეპტი წარმოადგინა.

კონსულტანტი აგრძელებს მინილექციას და ერთმანეთს ადარებს ინტელექტის კოეფიციენტისა და ემოციური ინტელექტის მახასიათებლებს. ის განმარტავს, რომ EQ გან-

სხვაგვარადა ID-სგან და მათ ერთმანეთთან არავითარი საერთო არ აქვთ. EQ ზეგავლენას ახდენს ადამიანის ქცევაზე, გადაწყვეტილებების მიღებასა და მიღწევებზე, ასევე, კრიტიკულ აზროვნებაზე. წარმატებული ლიდერების 90% მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონეა.

შეჯამების ეტაპზე კონსულტანტი განმარტავს, რომ EQ არის უნარი, შეგეძლოს საკუთარი და სხვისი ემოციების ამოცნობა და მართვა.

ემოციური ინტელექტი ხუთი კრიტერიუმით იზომება: თვითშემეცნება, თვითრეგულირება, მოტივაცია, ემპათია (თანაგრძნობა) და ურთიერთობის უნარ-ჩვევები.

- თვითშემეცნება – საკუთარი ემოციების, უნარების, მიზნებისა და ღირებულებების შეცნობის უნარი. ადამიანები, რომლებიც ზემოხსენებულ უნარს ფლობენ, არიან თავდაჯერებულნი, რეალურად აღიქვამენ საკუთარ შესაძლებლობებს, ეძიებენ კონსტრუქციულ კრიტიკას და არ ეშინიათ, იხუმრონ საკუთარ თავზე.
- თვითრეგულირება – არასასიამოვნო ემოციებისა და იმპულსების კონტროლისა და გადამისამართების უნარი. ადამიანები, რომლებიც აკონტროლებენ საკუთარ თავს, თანამედროვე ბიზნესგარემოში კონკურენტუნარიანები არიან – მათ არ ეშინიათ ცვლილებების, ღირსებით უდგებიან ყოველდღიურ საქმიანობას, რის შედეგადაც მათთვის ადვილია ადამიანების ნდობის მოპოვება.
- მოტივაცია, ემოციური ინტელექტის ერთ-ერთი განზომილება, განმარტებულია, როგორც სწრაფვა წარმატებისკენ, რაც განპირობებულია შინაგანი მოთხოვნილებით და არა გარემო ფაქტორებით. მოტივირებულ ადამიანებს უყვართ თავიანთი საქმიანობა და ახალი გამოწვევები, აქვთ დაუშვრეტელი ენერგია, რომელიც მიმართულია პროგრესისკენ. ისინი წარუმატებლობის შემთხვევაშიც ოპტიმისტურად აღიქვამენ მოვლენებს.
- ემპათია (თანაგრძნობა) სხვა ადამიანების ემოციური მდგომარეობის გაცნობიერებისა და გადაწყვეტილების მიღების დროს მათი გათვალისწინების უნარია. ადამიანებს, რომლებსაც აქვთ თანაგრძნობის უნარი, უადვილდებათ სხვების ნიჭის აღმოჩენა და მათი კიდევ უფრო განვითარება. ისინი ახერხებენ სხვადასხვა კულტურის აღქმასა და კონტექსტის გააზრებას.
- ურთიერთობის დამყარება სოციალური უნარია, რომელიც ეხმარება ლიდერებს ურთიერთობების მართვაში, რათა შესაძლებელი იყოს ჯგუფის სწორი მიმართულებით განვითარება. ადამიანებს, რომლებიც ასეთი უნარით ხასიათდებიან, ეიოლებათ ცვლილებებთან შეგუება, აქვთ დიდი სოციალური ქსელი, ოსტატურად ადგენენ საჭირო სამუშაო და არაფორმალურ ჯგუფებს, აქვთ დარწმუნების უნარი.

აქტივობა 4. რა არის ემოცია? (20 წთ)

კონსულტანტი მოზარდებს მიმართავს კითხვით: „როგორ ფიქრობთ, რა არის ემოცია?“ ის აჯამებს მოზარდების მიერ გამოთქმულ ვარაუდებს და მინილექციის ფარგლებში (საპრეზენტაციო ფაილის დახმარებით) განმარტავს, რომ ემოცია – ეს არის „პასუხი სიტუაციაზე, რომელსაც პირადად მე მნიშვნელოვნად აღვიქვამ“. ის ხაზგასმით აზუსტებს, რომ ერთი და იგივე მოვლენა შეიძლება ამა თუ იმ ინდივიდმა განსხვავებული ინტენსივობით აღვიქვათ და შევაფასოთ. ჩვენთვის მნიშვნელოვანი მოვლენა შეიძლება სხვისთვის უმნიშვნელო აღმოჩნდეს და პირიქით.

მინილექციის ფარგლებში წარმოდგენილი მომდევნო სლაიდი ეძღვნება 4 ძირითად ემოციას. ესენია: შიში, ბრაზი, სიხარული, სევდა. ფასილიტატორი აღნიშნავს, რომ, სხვადასხვა მეცნიერის მოსაზრებათა მიხედვით, ძირითადი ემოციების ჩამონათვალი განსხვავებულია. ის მოზარდებს მიმართავს კითხვით: ხომ არ გახსენდებათ იმგვარი ემოცია, რომელიც ჩამოთვლილი ოთხი ძირითადი ემოციისგან განსხვავებულია? მაგალითად, ზიზღი, წყენა და ა.შ.? შემდეგ დასძენს, რომ ემოციას, ძირითადად, აქვს

დაცვითი ფუნქცია. მაგალითად, შიში არის ორგანიზმის სიგნალი მოსალოდნელი საფრთხის შესახებ.

- შიში – დამახასიათებელია საფრთხის შემცველი ვითარებისთვის და მისი ფუნქციაა თვითგადარჩენა.
- ბრაზი – მძაფრი უარყოფითი ემოციური მდგომარეობაა, როდესაც ადამიანი გრძნობს იმედგაცრუებას ვინმეს ან რაიმეს მიმართ, ასევე, უარყოფას ან მტრულ განწყობას სხვების მხრიდან.
- სიხარული – ესაა აქტიური დადებითი ემოცია, გამოხატული კარგი განწყობით და სიამოვნების განცდით.
- ძვირფასი ადამიანის დაკარგვა იწვევს სევდას, მწუხარებას, რაც გამოხატავს მარტოობას. ეს არის ერთგვარი სიგნალი გარშემო მყოფებისადმი – მოუწოდებს მათ გაერთიანებისაკენ, თანადგომისაკენ.
- ნდობა, გულთაძობა ახასიათებს სიტუაციას, რომელშიც ვხვდებით ჩვენი ჯგუფის წევრს, „ჩვენთან“ და მივისწრაფვით მასთან უფრო ახლო კავშირის დამყარებისაკენ.
- თუ ვხვდებით ჩვენთვის უსიამოვნო, საძულველ ობიექტს, ბუნებრივი იქნება უარყოფის რეაქცია და ზიზღის ემოცია. ამ პროცესის მიზანია, რომ უარვყოთ ის, რაც პოტენციურად ზიანის მომტანია ჩვენთვის.
- მოლოდინი (ინტერესი) – დამახასიათებელია ისეთი ვითარებისთვის, როდესაც ვხვდებით რაღაც ახალს, უცნობს, გაურკვეველს. ჩვენ გვამოძრავებს ინტერესი და ახლის შეცნობის სურვილი; შესაბამისად, ჩვენი ქცევაც მიმართულია კვლევისა და შესწავლისაკენ.
- გაკვირვება – არის საპასუხო რეაქცია უცნობ, მოულოდნელ ობიექტზე, კითხვაზე: „რა არის ეს?“ ასეთ ვითარებაში ჩვენი ძირითადი მოტივაციაა, განვსაზღვროთ, თუ რა ურთიერთმიმართება გვაქვს ამ ობიექტთან; დავადგინოთ, არის თუ არა იგი ჩვენთვის საფრთხის შემცველი და შეგვიძლია, მშვიდად ვიყოთ თუ არა.

მინილექციის დასასრულს კონსულტანტი ჯგუფს ყოფს ოთხ ნაწილად; თითოეულს უნაწილებს თითო ძირითად ემოციას და სთხოვს, მოიფიქრონ, რაც შეიძლება, მეტი ზედსართავი სახელი, სინონიმი, ასოციაცია, რომლებიც ზუსტად გადმოსცემს იმ გრძნობას, მათ ჯგუფს რომ ერგო (კონსულტანტი მოუწოდებს ჯგუფის წევრებს, გამოიყენონ წინა სესიაზე შედგენილი ემოციების ჩამონათვალი). მოზარდები Word-ის ფაილში ჩამოწერენ ემოციებს. 10 წუთის შემდეგ თითოეული ჯგუფი აკეთებს თავისი ნამუშევრის პრეზენტაციას.

აქტივობამ რომ სახალისო ელემენტები შეიძინოს, შესაძლებელია, მოზარდებმა ჩამოთვლილ სიტყვებს მიუსადაგონ შესაბამისი, მათ მიერ მოგონილი სმაილი.

შეჯამება: ჰკითხეთ ჯგუფის წევრებს, რა გაუჭირდათ ყველაზე მეტად?

აქტივობის შეჯამების ეტაპზე კონსულტანტი გადადის მომდევნო სლაიდზე და განიხილავს „ემოციური დაცვის ბორბალს“; ასევე წინასწარ მომზადებული რესურსის საფუძველზე ამატებს სხვა ემოციებს და მსჯელობს იმაზე, თუ რა მნიშვნელობა აქვს ადამიანის ემოციური სტაბილურობისთვის, კონფლიქტების თავიდან აცილებისთვის, ეფექტური კომუნიკაციისთვის ადამიანის მიერ კონკრეტული ემოციის იდენტიფიცირებას და მისთვის სახელის დარქმევას.

აქტივობა 5. სტრესის მართვის სტრატეგიის გაცნობა (15 წთ)

მოზარდებმა უნდა გაიხსენონ ბოლო შემთხვევა, როცა გაბრაზებული იყვნენ, და აღწერონ, როგორ გაუმკლავდნენ მას; გადმოსცენ თავიანთი რეაქცია:

- ✓ როგორ გაუმკლავდით მას?
- ✓ ვინ იყო კონფლიქტში დამნაშავე?
- ✓ აღწერეთ თქვენი რეაქცია და ქცევა.

აქტივობის დასრულების შემდეგ კონსულტანტი თანმიმდევრობით ეკითხება მოზარდებს: როცა სტრესულ სიტუაციაზე ფიქრობთ, რას აკეთებთ? რა ხდება თქვენს გონებაში?

საჭიროების შემთხვევაში, ის აზუსტებს: „დეტალურად იხსენებთ სიტუაციას და ცდილობთ კადრების, ხმის, განცდის აღდგენას? ფიქრობთ, რომ ამის ღირსი არ იყავით?

ბოლო კითხვა: რამდენჯერ (რამდენ შემთხვევაში) დაგიდანაშაულებიათ საკუთარი თავი?

ფასილიტატორი მიმართავს ჯგუფს კითხვით: გთხოვთ, ასწიოთ ხელი, ვის შემთხვევაში იყო სხვა ფაქტორები „დამნაშავე“? ვინ მიიჩნია, რომ თავად იყო დამნაშავე? სავარჯიშოს შეჯამებას მოჰყვება „მე-ს უდანაშაულობის“ თეორიის გაცნობა. წამყვანი განმარტავს, რომ ხშირად ადამიანები კონკრეტულ მოვლენაში, ამბავში, ისტორიაში ვერ პოულობენ საკუთარ „დანაშაულს“. ის აცნობს სტრესის მიმართ ორგვარ დამოკიდებულებას: ა) ყველაფერი, რაც ჩემს თავს ხდება, სხვისი ბრალია; ბ) ყველაფერი, რაც ჩემს თავს ხდება, ჩემი ბრალია. ემოციის შეკავება შეუძლებელია, მაგრამ შესაძლებელია ემოციის ინტენსივობის მართვა.

ფასილიტატორი მოზარდებს მიუთითებს, რომ სტრესულ სიტუაციაში მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონე ადამიანი იწყებს ფიქრს იმაზე, თუ რა შეუძლია მას შექმნილ სიტუაციაში; რა შეუძლია, გააკეთოს იმისთვის, რომ შეცვალოს მდგომარეობა უკეთესობისკენ?

ის აძლევს მოსწავლეებს რჩევას: ნუ შეეცდებით, შეცვალოთ სხვა. შეცვალეთ თქვენი თავი უკეთესობისკენ! წუწუნი გამოსავალი არ არის!

შეჯამება: ფასილიტატორი რჩევას აძლევს მოზარდებს: *ასე რომ, თუ გინდათ, რეალურ წარმატებას მიაღწიოთ, მუდმივად მართეთ და სრულყავით თქვენი ემოციური ინტელექტი!!!*

საშინაო დავალება:

სავარჯიშო: „რა ემოციებს მაღავს შენი და შენი ფავორიტის სახელი და გვარი?“

დავალება სრულდება ინდივიდუალურად. მოზარდი ვერტიკალურად ჩამოწერს თავისი სახელისა და გვარის ასო-ბგერებს (ან შესაძლებელია სახელის ასო-ბგერების ჩამოწერა და გვარის შემოკლება) და თითოეულის გასწვრივ მიაწერს ზედსართავ სახელებს, რომლებიც მიუთითებს მის პოზიტიურ მახასიათებლებზე.

დავალების მეორე ეტაპზე მოზარდმა თავისი ნაცნობებიდან უნდა აირჩიოს ერთი მისთვის ყველაზე საყვარელი ან მისაბაძი ადამიანი და იმავე პრინციპით, ვერტიკალურად ჩამოწერილი სახელისა და გვარის ასო-ბგერების გასწვრივ, მიუთითოს პოზიტიურ მახასიათებლებზე, რომლებსაც ამ ადამიანში ხედავს.

განხილული დავალება სასარგებლოა იმისთვის, რომ მოზარდმა დაიწყოს ფიქრი საკუთარი და სხვისი პოზიტიური მახასიათებლების ამოსაცნობად.

მე-ნ სესია – თვითშეფასება

საკითხები	• თვითშეფასება და მისი სახეები • თვითშეფასება და შესაძლებლობები
მიზანი	• მოსწავლეების მიერ თვითშეფასების არსის გააზრება და მათში პოზიტიური თვითშეფასების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია • კონტექსტური მაგალითების განხილვა
რესურსები	დრო: 65 წთ დაფა, ყუთი, მარკერები, თაბახის ფურცლები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი (დანართი 1)

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სავარჯიშო „როგორ ვაფასებ ჩემს თავს?“ (10 წთ)

ფასილიტატორი დაფაზე წერს შემდეგ წინადადებებს:

- 3 სიტყვა, რომლებითაც დავახასიათებდი საკუთარ თავს...
- ერთი რამ, რის გამოც განსაკუთრებული ვარ, არის...
- უმთავრესი მიღწევა, რომელიც გამომარჩევს, არის...
- 3 რამ, რასაც გავაუმჯობესებდი საკუთარ თავში...

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, 5 წუთის განმავლობაში დაასრულონ ჩამოწერილი წინადადებები და შემდეგი 5 წუთის განმავლობაში გააკეთონ პრეზენტაცია (ვისაც ამის სურვილი ექნება).

აქტივობა 2. ბრეინშტორმინგი (5 წთ)

ფასილიტატორი დაფაზე წერს სიტყვას „თვითშეფასება“ და ბრეინშტორმინგის მეთოდის გამოყენებით სთხოვს მოსწავლეებს, დაასახელონ ყველა მოსაზრება იმის შესახებ, თუ როგორ ესმით ამ ცნების მნიშვნელობა. შემდეგ კი თავად განმარტავს, რომ თვითშეფასება – ესაა ზოგადი დამოკიდებულება საკუთარი თავის მიმართ.

აქტივობა 3. ვიდეორგოლის ჩვენება და განხილვა (15 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს აჩვენებს ვიდეორგოლს. https://www.youtube.com/watch?v=kO1kgI0p-Hw&ab_channel=ComplexRealities

ვიდეორგოლის აღწერა – ვიდეორგოლში ორი მოცემულობაა განხილული. 1-ელ შემთხვევაში ნაჩვენებია გოგონა, რომელმაც ბურთი კალათში უნდა ჩააგდოს, მას კი ამის გამოცდილება არ აქვს. მაყურებლები ამხნევენ. გოგონა თავდაპირველად ვერ

ახერხებს ბურთის კალათში ჩაგდებას, მაგრამ მაყურებლები განაგრძობენ მის გამხ-
ნევენას. გოგონა საბოლოოდ 10 ცდიდან 4-ჯერ ჩააგდებს ბურთს კალათში. ის ძალიან
გახარებულია და ხალხიც ულოცავს წარმატებას. მე-2 შემთხვევაში ვხედავთ ბიჭს, რო-
მელიც თითქმის ყოველთვის ახერხებს ბურთის კალათში ჩაგდებას, მაგრამ წამყვანი
სთხოვს მას, თვალები აიხვიოს და ისე ჩააგდოს ბურთი; ამავე დროს, წამყვანი ეკითხება
ხალხს, მოახერხებს თუ არა ბიჭი ამ დავალების შესრულებას. მაყურებლები კი უპასუ-
ხებენ, რომ ის ამას ვერ შეძლებს. თვალებახვეული ბიჭი მართლაც ვერ ჩააგდებს ბურთს
კალათში. ხალხი იმედგაცრუებულია. წამყვანი სთხოვს ბიჭს, მოიხსნას თვალებიდან
სახვევი და ჩვეულებრივად ისროლოს ბურთი. პირველ ჯერზე ბიჭი ახერხებს ბურთის
კალათში ჩაგდებას, თუმცა ხალხისგან აპლოდისმენტები არ ისმის; ისინი კვლავ იმედ-
გაცრუებული არიან, რადგან ბიჭმა წინა დავალება ვერ შეასრულა. ამის შემდეგ კი ბიჭი,
რომელიც მანამდე 10 ცდიდან 10-ჯერვე აგდებდა ბურთს კალათში, ვეღარ ახერხებს
ვერც ამ დავალების შესრულებას.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: თვითშეფასება ყალიბდება სოციალიზაციის პრო-
ცესში, სხვადასხვა სახის ინტერაქციისას. მასზე გავლენას ახდენს, ძირითადად, ორი რამ:
როგორ აღვიქვამ მე ჩემს თავს და როგორ აღმიქვამენ სხვები მე. შესაბამისად, ყალიბდება
მაღალი ან დაბალი თვითშეფასება.

აქტივობა 4. დისკუსია (5 წთ)

ფასილიტატორი სვამს სადისკუსიო კითხვებს:

1. როგორ ყალიბდება თვითშეფასება? გთხოვთ, მოიყვანოთ მაგალითები.
2. რა ფაქტორები ახდენს გავლენას ადამიანის თვითშეფასების ჩამოყალიბების პრო-
ცესზე?
3. როგორი შეიძლება იყოს თვითშეფასება?

აქტივობა 5. სავარჯიშო „თვითშეფასების სკალა“ (15 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს უჩვენებს თვითშეფასების სკალას, რომელზედაც 1 ნიშ-
ნავს ძალიან დაბალ თვითშეფასებას, ხოლო 10 – ძალიან მაღალს. ფასილიტატორი აღ-
ნიშნავს, რომ ნიკოს ამ სკალაზე შეფასება აქვს 2, ხოლო ანის – 10. ფასილიტატორი მოს-
წავლეებს ყოფს ორ ჯგუფად. 1-ელი ჯგუფის წევრებს სთხოვს, რომ დახატონ ნიკო და და-
ახასიათონ, როგორია იგი, გამოყონ მისი ძლიერი და სუსტი მხარეები; ხოლო მე-2 ჯგუფს
სთხოვს, იგივე აქტივობა შეასრულოს ანისთან მიმართებით. საბოლოოდ, ჯგუფები აკეთე-
ბენ პრეზენტაციას.

შეჯამება: ფასილიტატორი აღნიშნავს, რომ ადამიანებს ექმნებათ განსხვავებული
თვითშეფასება, თუმცა ყოველთვის მნიშვნელოვანია იმის გააზრება, თუ რა ძლიერი
და სუსტი მხარეები გვაქვს, რათა საკუთარ შესაძლებლობებზე ადეკვატური წარ-
მოდგენა გვქონდეს. შემდეგ ფასილიტატორი მოსწავლეებს სთავაზობს ერთ მარტივ
სტრატეგიას:

- o მას შემდეგ, რაც განახორციელებთ რაიმე აქტივობას (შეასრულებთ დავალებას, შექმ-
ნით პროექტს...), შეაქეთ საკუთარი თავი და ჩამოწერეთ/გაიზრეთ, რა გააკეთეთ კარ-
გად, რის გამოც საკუთარ თავს ეტყვი: „ყოჩაღ!“
- o შექების შემდეგ კი დაფიქრდით, რა შეგეძლოთ, უკეთ გაგეკეთებინათ თქვენ მიერ გან-
ხორციელებულ აქტივობაში? განიხილეთ სხვადასხვა ვერსია.

აქტივობა 6. დისკუსია (15 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, **5 წუთის** განმავლობაში გაიხსენონ ერთი ფაქტი, რომელმაც, მათი აზრით, ისინი ყველაზე მეტად გააძლიერა. შემდეგ კი **10 წუთის** განმავლობაში სვამს სადისკუსიო კითხვებს:

- **აღნიშნული/თქვენ მიერ გახსენებული ფაქტი ეხება კრიზისის/პრობლემის დაძლევის თუ წარმატებას, რომელსაც მიაღწიეთ?**
- **როგორ ფიქრობთ, რა მიმართულებით გაგაძლიერათ ამ ფაქტმა? რა შეგმატათ?**

შეჯამების სახით, ფასილიტატორი აღნიშნავს, რომ ხშირად ადამიანებს სწორედ კრიზისი და წარუმატებლობა აძლიერებს და უმაღლეს თვითშეფასებას, რაც იმას გულისხმობს, რომ შეგვიძლია, ნებისმიერი გამოწვევა ჩვენივე განვითარების, გაძლიერების წყაროდ ვაქციოთ.

საშინაო დავალება:

ფასილიტატორი მოსწავლეებს სთხოვს, წინასწარ მომზადებული ყუთიდან, რომელშიც ჩაყრილი იქნება 25 დაკეცილი ფურცელი წარწერებით: „გადაჭარბებული თვითშეფასება“, „დაბალი თვითშეფასება“, „ადეკვატური თვითშეფასება“, ამოიღონ თითო ფურცელი და არ გაამხილონ, რა წერია მასზე. შემდეგი შეხვედრისთვის კი მოსწავლეებმა უნდა მოიფიქრონ სცენარი და ჩაწერონ ვიდეორგოლი, რომელშიც ნაჩვენები იქნება გადაჭარბებული თვითშეფასება, დაბალი თვითშეფასება ან ადეკვატური თვითშეფასება (იმის მიხედვით, რომელი წარწერა იქნება ყუთიდან თითოეული მათგანის მიერ ამოღებულ ფურცელზე). მომდევნო შეხვედრა სწორედ ამ ვიდეორგოლების განხილვას დაეთმობა.

შეჯამება: მოსწავლეებს შეუძლიათ საკუთარი შესაძლებლობების დანახვა და შეფასება. ისინი ასევე საუბრობენ დაბალი და გადაჭარბებული თვითშეფასების საფრთხეებზე და მოჰყავთ შესაბამისი მაგალითები.

მე-7 სესია – დავალების განხილვა

საკითხები	• თვითშეფასება და მისი სახეები
მიზანი	• მოსწავლეებში თვითშეფასების მიმართ სწორი დამოკიდებულების ხელშეწყობა
მეთოდები	• კონტექსტური მაგალითების განხილვა
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. საშინაო დავალების პრეზენტაცია (50 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, თითოეულმა წარადგინოს საკუთარი ვიდეორგოლი. დანარჩენები უყურებენ და ცდილობენ, გამოიცნონ, როგორი თვითშეფასება აქვს ვიდეორგოლის გმირს. მათ უნდა აღნიშნონ, რატომ ფიქრობენ ასე. თითოეული ვიდეორგოლის განხილვის შემდეგ ფასილიტატორი სვამს კითხვებს:

- რა პრობლემას ამჩნევთ ვიდეორგოლის სიუჟეტში?
- როგორ ფიქრობთ, რამ შეიძლება გამოიწვიოს თქვენ მიერ დასახელებული პრობლემა/პრობლემები?
- რა რჩევას მისცემდით ვიდეორგოლის გმირს?

მე-8 სესია - კომუნიკაცია

საკითხები	• მოლაპარაკების ხელოვნება • ეფექტური კომუნიკაცია
მიზანი	• მოზარდებში ეფექტური კომუნიკაციის უნარის განვითარება; კომუნიკაციის ბარიერების განხილვა; მოლაპარაკების მნიშვნელობის გაანალიზება; თანამშრომლობის უნარ-ჩვევების განვითარება; დაგეგმვის უნარ-ჩვევების განვითარება
მეთოდები	• ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა • დებატები
რესურსები	დრო: 70 წთ სამუშაო ფურცლები, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. „ასოციაციობანა“ (15 წთ)

სესიის დასაწყისში ფასილიტატორი ჯგუფის წევრებს სთხოვს, იყვნენ ყურადღებით და ასახელებს სიტყვებს. სავალდებულო არაა, ამ სიტყვებს შორის ლოგიკური კავშირი არსებობდეს. საჭიროა, სულ მცირე, 15 სიტყვა მაინც დასახელდეს: საუბარი, მზე, კედელი, მასწავლებელი და ა.შ. ჩამონათვალის დასრულების შემდეგ ფასილიტატორი დაახლოებით 1 წუთს მაინც საუბრობს სხვა საკითხზე და ლაპარაკის დასრულების შემდეგ მონაწილეებს სთხოვს, თითოეულმა დაწეროს ფურცელზე იმდენი სიტყვა, რამდენიც დაამახსოვრდა (ზოგადად, საკმაოდ რთულია „შემთხვევითი“ სიტყვების ჩამონათვალის დაამახსოვრება, განსაკუთრებით მაშინ, თუ ამის შემდეგ მოლაპარაკე სულ სხვა საკითხზე გადავიდა).

შემდეგ განიხილება სწორი კომუნიკაციის მნიშვნელობა.

- ✓ რა გაუგებრობები და პრობლემები შეიძლება გამოიწვიოს არასწორმა კომუნიკაციამ?
- ✓ რა შეიძლება იყოს გამოსავალი პრობლემური სიტუაციიდან?

ეს შეიძლება იყოს მოლაპარაკება!

შესაბამისად, ფასილიტატორი ყურადღებას ამახვილებს სწორედ ამ საკითხზე.

აქტივობა 2. დისკუსია (15 წთ)

ფასილიტატორი მონაწილეებს უსვამს შემდეგ კითხვებს:

რა არის მოლაპარაკება?

- მოლაპარაკება არის გადაწყვეტილების მიღების პროცესი, როცა მოცემული სიტუაციით უკმაყოფილონი ვართ. მოლაპარაკების მიზანი იმ შემთხვევაში შეიძლება ჩაითვალოს მიღწეულად, როდესაც ორივე მხარე რაიმე სარგებელს მიიღებს. მოლაპარაკებას სჭირდება უნარი, რომელიც მოიცავს საკუთარი თავის წარმოდგენას სხვა ადამიანის ადგილას და მისი თვალთახედვის გაგებას. მოლაპარაკების უპირატესობა არის ის, რომ:
- როდესაც თქვენ პატივს სცემთ სხვა ადამიანის შეხედულებებს, ეს თავისთავად ამცირებს კონფლიქტის წარმოშობის ან წყენის გაჩენის ალბათობას.
- თუ თქვენ აღიარებთ სხვა ადამიანის თვალთახედვასა და შეხედულებას, ეს უბიძგებს მას, აღიაროს თქვენი მოსაზრებაც.

რა არის კომპრომისი?

- კომპრომისის დროს ორივე მხარე ცოტაოდენ დათმობაზე მიდის. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, არც ერთი მხარე არ იკმაყოფილებს ყველა სურვილს, მაგრამ ორივე რჩება მოგებული. კონფლიქტის დროს არის „მოგება-წაგების სიტუაცია“, ხოლო მოლაპარაკების დროს ორივე მხარე იმარჯვებს და არის „მოგება-მოგების“ სიტუაცია.

მოდი, განვიხილოთ მოლაპარაკების საფეხურები:

საფეხური № 1

პრობლემის გარკვევა

ჰკითხეთ თქვენს თავს: „რა არის პრობლემა?“ თქვით, რას გრძნობთ.

- * დაუსვით მოზარდებს შეკითხვები: იძაბებით? კამათს იწვებთ? ხომ არ გრძნობთ, რომ მას/მათ არ ესმით თქვენი პოზიცია საკითხთან დაკავშირებით? განსხვავებული შეხედულებები გაქვთ?

საფეხური № 2

მოსმენა

სთხოვეთ მოწინააღმდეგეს, გაგიზიაროთ საკუთარი მოსაზრებები პრობლემის შესახებ. გულდასმით მოუსმინეთ, რომ გაიგოთ, რა სჭირდება მას, ან რა სურს. დაფიქრდით, რატომ შეიძლება ადამიანი ამგვარად გრძნობდეს თავს?

სთხოვეთ მოზარდებს, ჩამოაყალიბონ თავიანთი პოზიცია, ასევე, საკუთარი ხედვა სხვისი პოზიციის შესახებ.

საფეხური № 3 რეფლექსია

უთხარით სხვა ადამიანს, რა გაიგეთ, რათა დააზუსტოთ, სწორად გაიგეთ თუ არა.

საფეხური № 4 ერთობლივი მსჯელობა

ერთად ეცადეთ, მოიფიქროთ პრობლემის გადაჭრის იმდენი გზა, რამდენსაც შეძლებთ. მოუსმინეთ მეორე ადამიანის შენიშვნებს.

საფეხური № 5 შეთანხმება

შეთანხმდით გამოსავალზე.

* გახსოვდეთ, რომ ხანდახან აუცილებელია კომპრომისზე წასვლა.

საფეხური № 6 ხელახალი ცდა

სცადეთ. იმ შემთხვევაში, თუ ვერ შეთანხმდით, დაიწყეთ თავიდან!

* აუხსენით მოზარდებს, რომ იქამდე არ დასთანხმდნენ გადაწყვეტილებას, სანამ არ დარწმუნდებიან, რომ შეთავაზებული კომპრომისი ითვალისწინებს ორივე მხარის მოსაზრებებსა და განცდებს.

შეჯამება: ფასილიტატორი კვლავ სვამს კითხვებს:

- o რა ისწავლეთ მოლაპარაკების საფეხურების გამოყენებით?
- o როგორ დაგეხმარათ მოლაპარაკება კონფლიქტის გარეშე იმის მიღებაში, რაც გსურდათ?
- o როგორ ფიქრობთ, რამდენად რთულია მოლაპარაკების უნარის გამოყენება?
- o თქვენი ცხოვრების რომელ სფეროში გამოგადგებათ ეს უნარი ყველაზე მეტად?

სთხოვეთ ჯგუფის წევრებს, გადაიტანონ მოლაპარაკების საფეხურები სავარჯიშოში, რომლის შესრულება დაეხმარებათ მოლაპარაკების უნარის დახვეწაში, ასევე, დააფიქრებს მათ ვერბალური კომუნიკაციის ბარიერებზე.

აქტივობა 3. სავარჯიშო „ფორთოხალი“ (30 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ანაწილებს 2 ჯგუფად და ურიგებს სამუშაო ფურცლებს სხვადასხვა ინსტრუქციით (გასათვალისწინებელია, რომ იგი არ კითხულობს ინსტრუქციას ხმამაღლა).

პირველი ჯგუფი:

„თქვენ ხართ ექიმები. თქვენი კლინიკა ფლობს კოვიდის განკურნების პრეპარატის რეცეპტს, რომელიც უნიკალური და ერთადერთია მსოფლიოში. ეს პრეპარატი რომ დაამზადოთ, გჭირდებათ ფორთოხლის ქერქი. წარმოიდგინეთ, რომ წელს ფორთოხლის მოსავალი მთლიანად გაფუჭდა. გადარჩა მხოლოდ ერთი ყუთი ფორთოხალი. თქვენი ამოცანაა ამ ერთი ყუთი ფორთოხლის მოპოვება. გაითვალისწინეთ, რომ უნდა მოიპოვოთ ერთი მთლიანი ყუთი და არა ნახევარი“.

მეორე ჯგუფი:

„თქვენ ხართ ექიმები. თქვენი კლინიკა ფლობს ლეიკემიის განკურნების პრეპარატის რეცეპტს, რომელიც უნიკალურია და ერთადერთია მსოფლიოში. ეს პრეპარატი რომ დაამზადოთ, გჭირდებათ ფორთოხლის წვენი. წარმოიდგინეთ, რომ წელს ფორთოხლის მოსავალი მთლიანად გაფუჭდა. გადარჩა მხოლოდ ერთი ყუთი ფორთოხალი. თქვენი ამოცანაა ამ ერთი ყუთი ფორთოხლის მოპოვება. გაითვალისწინეთ, რომ უნდა მოიპოვოთ ერთი მთლიანი ყუთი და არა ნახევარი“.

ინსტრუქციის გაცნობის შემდეგ მიმდინარეობს მსჯელობა ჯგუფებში, რომლებშიც უნდა იყვნენ თანაბარი რაოდენობის წევრები. თითოეულ წევრს მოუწევს საკუთარი არგუმენტების დაცვა. მონაწილეები გამოდიან თანმიმდევრობით და იწყება მოლაპარაკება.

ფასილიტატორი მართავს პროცესს, მაგრამ არ ერევა მის მიმდინარეობაში. ის ხელს უწყობს მომხსენებლების მიერ რიგითობის პრინციპის დაცვას და აკონტროლებს დროს. ჯგუფის წევრებმა უნდა გამოიყენონ მოლაპარაკების საფეხურები.

შემაჯამებელი შეკითხვები:

- შედგა მოლაპარაკება?
- რის მიღება გასურდათ თქვენ?
- რის მიღება სურდა თქვენს კონკურენტს?
- რამ შეგიშალათ ხელი მოლაპარაკების დროს?
- რა დაგეხმარათ მოლაპარაკებაში?
- რა ისწავლეთ ამ სავარჯიშოს შესრულებით?

შეჯამება: ფასილიტატორი ყურადღებას გაამახვილებს მოლაპარაკების პროცესის პოზიტიურ შედეგებზე, ასევე, კომუნიკაციის ბარიერებზე.

აქტივობა 4. სავარჯიშო „გადაეცი ფრაზა!“ (5 წთ)

ფასილიტატორი მოკლე ფრაზას უჩურობს მსხდომი მოზარდებიდან პირველ მონაწილეს, რომელიც ასევე ჩურობს გადსაცემს ფრაზას გვერდით მჯდომს და ასე გაგრძელდება იქამდე, სანამ პროცესში მონაწილეობას არ მიიღებს ჯგუფის თითოეული წევრი.

წინადადების გამეორება არ შეიძლება, ის მხოლოდ ერთხელ უნდა უთხრა გვერდით მჯდომს. მიუხედავად იმისა, რომ მონაწილეები დაკავებული არიან ფრაზის გადაცემით, თქვენ ან ხმამაღლა საუბრობთ სხვა თემაზე, ან, თუ არის ამის შესაძლებლობა, ჩართული გაქვთ მუსიკა. უნდა შექმნათ ე.წ. „თეთრი“ ხმაური. ეს გარკვეულწილად გაართულებს სიტუაციას და ყურადღებას გაუფანტავს მონაწილეებს.

როდესაც დარწმუნდებით, რომ ფრაზამ ბოლო მონაწილეებზე მიაღწია, განიხილეთ პროცესი.

იმსჯელეთ, რა ფორმით მივიდა ფრაზა ბოლო მონაწილესთან და როგორი იყო მისი პირვანდელი სახე. სად დამახინჯდა ინფორმაცია?

აქტივობა 5. სავარჯიშო „გაუფანტე ყურადღება!“ (5 წთ)

დააწყვილეთ ჯგუფის წევრები, ან, იმ შემთხვევაში, თუ დიდი ჯგუფია, შეარჩიეთ მოხალისეები და ჯგუფის დანარჩენ წევრებს სთხოვეთ, იყვნენ დამკვირვებლები.

სავარჯიშოს მიზანია მოზარდებში მოსმენის უნარ-ჩვევების გამომუშავება და მათ შორის სწორი კომუნიკაციის წარმართვა. წყვილს ეძლევა სხვადასხვა დავალება, რომლებიც წერია ბარათებზე. ერთ-ერთი ჰყვება რაიმე საინტერესო და მისთვის მნიშვნელოვან ისტორიას.

ინსტრუქცია მეწყვილისთვის: 30 წამის მერე შეწყვიტოს მოსმენა და ხელი მოჰკიდოს სხვა საქმეს, მაგალითად, მიატოვოს მეწყვილე და დაიწყოს ჩანთაში რაიმეს ძებნა, ან ტელეფონზე დარეკოს, სხვას გამოელაპარაკოს და ა.შ.

ფასილიტატორი ითხოვს, გაგარძელდეს პროცესი, სანამ მოსაუბრე ამას არ გააპროტესტებს და თავად არ შეწყვეტს ამბის თხრობას. თუ მეწყვილე არ შეჩერდება, მოსაუბრემ დაასრულოს ისტორია. მერე უნდა დაიწყოს განხილვის პროცესი.

შეჯამება: ფასილიტატორი ხაზს უსვამს მოსმენის მნიშვნელობას – აღნიშნავს, როგორ უნდა გამოიყენონ მონაწილეებმა აქტიური მოსმენის მეთოდი; ასწავლოს, რა მიუთითებს იმაზე, რომ ვინმე ნამდვილად გისმენთ.

გამოყენებული რესურსი:

<https://koreajob.ru/ka/uprazhneniya-na-liderstvo-dlya-detei-treningovoe-zanyatie-na-razvitiie-liderskih/>

მე-9 სესია – იდეების მიზნებად ქცევა

საკითხები	• იდეები და მიზნები • მიზნის მიღწევის გზები
მიზანი	• მოსწავლეებში კრეატიული აზროვნების განვითარება და მათი იდეების მიზნებად ფორმირებაში ხელშეწყობა სხვადასხვა სტრატეგიის შეთავაზებით
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია • კონტექსტური მაგალითების განხილვა
რესურსები	დრო: 50 წთ ამობეჭდილი „მომავლის იდეების ბორბალი“ თითოეული მოსწავლისთვის, დაფა, მარკერი, კომპიუტერი, პროექტორი, დანართი 2

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სავარჯიშო „მომავლის იდეების ბორბალი“ (10 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს ურიგებს ფურცლებზე გამოსახულ „მომავლის იდეების ბორბალს“ და სთხოვს მათ, შეავსონ ბორბლის სექტორები სურვილებით; ჩამოწერონ, თუ რის მიღწევა სურთ 10 წლის შემდეგ. აღნიშნულის შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, დაასახელონ ჩამოწერილი სურვილებიდან ერთი – ყველაზე მთავარი, შემდეგ კი მიუთითებს მათ, ჩამონათვალში გადასაზონ ის სურვილები, რომელთა მიღწევაც იქნებ შეუძლებელიც კი იყოს.

აქტივობა 2. ვიდეორგოლის ჩვენება და განხილვა (20 წთ)

ფასილიტატორი აჩვენებს მოსწავლეებს ვიდეორგოლს „ყველაფერი შესაძლებელია“ (5 წთ). https://www.youtube.com/watch?v=Mlkuh19N1ac&ab_channel=ACMI

ვიდეორგოლის აღწერა: ვიდეომასალაში ნაჩვენებია, ერთი შეხედვით, ძალიან მარტივი მოქმედებები. ჩანს მხოლოდ ადამიანთა ხელები და გამხმარი ფოთლები. თითქოს რა უნდა ხდებოდეს ამ სიუჟეტში ისეთი, რომ ვიფიქროთ: „ყველაფერი შესაძლებელია“... საოცარი სწორედ ისაა, რომ ხელებითა და გამხმარი ფოთლებით იქმნება 20-ზე მეტი „ნახატი“. აღსანიშნავია, რომ ვიდეოპროდუქცია შექმნილია სტუდენტების მიერ, რომლებსაც სურდათ, გამოეხატათ, რომ შესაძლებლობები უსაზღვროა, თუკი არსებობს ადამიანი, მისი კრეატიული ხედვა და ხელი, რომლის საშუალებითაც იდეა იქცევა საქმედ.

ფასილიტატორი 15 წუთის განმავლობაში სვამს სადისკუსიო კითხვებს:

- როგორ ფიქრობთ, რატომ ჰქვია ამ ვიდეორგოლს „ყველაფერი შესაძლებელია“?
- რატომ არის მნიშვნელოვანი იმის გააზრება, რომ „ყველაფერი შესაძლებელია“?
- როგორ ფიქრობთ, რის თქმა სურდათ ვიდეორგოლის ავტორებს?

აქტივობა 3. მინილექცია (15 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს აცნობს სტრატეგიას, თუ როგორ შეიძლება ვაქციოთ იდეები მიზნებად.

• დაიწყეთ ოცნებით!

მთავარი იდეები სწორედ ოცნებისას იბადება. ამ ეტაპზე მნიშვნელოვანია, არ იფიქროთ რაიმე სახის შეზღუდვაზე, იმაზე, თუ რამდენად რეალისტური იქნება თქვენი სურვილები. ოცნების პროცესში აუცილებელიც კი არის, განიხილოთ ყველა შესაძლებლობა ისე, თითქოს არც არსებობს რაიმე შეზღუდვა. ამ პროცესში დაგეხმარებათ თქვენი ოცნებების ფურცელზე გადმოტანა. ნუ შეშინდებით, თუ ოცნება საკმაოდ ამბიციურად ან მიუღწევლად მოგეჩვენებათ.

• დაფიქრდით შესაძლებლობებზე!

თვალი გადაავლეთ თქვენს ოცნებებს და დაფიქრდით, რა შესაძლებლობები გაქვთ; რის განვითარება გჭირდებათ, რომ ეს ოცნებები რეალობად იქცეს. ამის იოლად შესრულებისთვის შეგიძლიათ, აირჩიოთ სხვადასხვა გზა:

- **ბრენშტორმინგი** – ჩამოწერეთ ყველა შესაძლებლობა, რაც თავში მოგივთ, და შემდეგ დააჯგუფეთ ისინი ძლიერი და სუსტი მხარეების კატეგორიებში.
- **სიის შედგენა** – ფოკუსირება მოახდინეთ ერთ მთავარ იდეაზე; შექმენით მონახაზი/გეგმა, თუ როგორ მოახერხებთ მის განხორციელებას. შეიძლება განიხილოთ დანარჩენი იდეებიც, ისევე, როგორც მათი ხორცშესხმის გზები.
- **იდეების რუკა** – დაიწყეთ ერთი იდეით, შექმენით ნახაზი, რომლითაც ერთმანეთს დაუკავშირებთ მომიჯნავე იდეებს, რათა საბოლოოდ ჩამოაყალიბოთ და დაინახოთ თქვენი იდეების რუკა.
- **ჩამოწერეთ საჭიროებები!**

შექმენით კატეგორიები, რომლებშიც შემდგომში გადაანაწილებთ თქვენს იდეებს. ეს დაგეხმარებათ ლოგიკური ჯაჭვის დანახვაში. კატეგორიები ბევრნაირი შეიძლება იყოს:

- პირველადი
- ხანგრძლივი
- სასურველი
- ფინანსური საჭიროებები

შესაძლოა, ერთი და იგივე იდეა სხვადასხვა კატეგორიაში მოხვდეს.

- **შექმენით გეგმა!**

თქვენ მიერ ჩამოწერილი იდეები შეაფასეთ შემდეგი კატეგორიებით:

- კონკრეტული
- გაზომვადი
- მიღწევადი
- რელევანტური
- დროში განსაზღვრული

აღნიშნული კატეგორიების შემოწმების შემდეგ შეიქმნება ერთგვარი გეგმა იმის გათვალისწინებით, თუ რა გამოწვევების წინაშე დგახართ მიზნის მიღწევის გზაზე.

- **ფოკუსირება მოახდინეთ დღევანდელ დღეზე!**

ხვალინდელი წარმატება დღევანდელი ქმედების შედეგია. რაც არ უნდა დიდი იყოს მიზანი, მას სჭირდება ყოველდღიური ძალისხმევა, დღეში ერთი წინ გადადგმული ნაბიჯი. ამ დროს მნიშვნელოვანია პროცესით სიამოვნების მიღება, რადგან წარმატებას ვერ მიაღწევს ის, ვინც მწვერვალამდე მისასვლელ გზას არ აღიქვამს, როგორც ტკბობას.

აქტივობა 4. დისკუსია (10 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, „მომავლის იდეების ბორბლიდან“ აირჩიონ ერთი მათთვის ყველაზე სასურველი იდეა და მიჰყვნენ ზემოთ დასახელებულ 5 საფეხურს. ასევე, საკუთარ თავს დაუსვან შემდეგი კითხვებიც:

- რა უნდა გააკეთო მიზნის მისაღწევად?
- ვინ დაგეხმარება მიზნის მიღწევაში?
- რა გააკეთე დღეს, რომ ამ მიზნისთვის მიგეღწია?
- შენი რომელი თვისებები შეგიწყობს ხელს ამ მიზნის მიღწევაში?

დავალების შესრულების შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, მოაწყონ პრეზენტაცია (ვისაც ამის სურვილი ექნება).

შეჯამება: მოსწავლეებს შეუძლიათ, განასხვავონ ერთმანეთისგან იდეები და მიზნები. გარდა ამისა, მათ აქვთ შესაბამისი ცოდნა, სხვადასხვა სტრატეგიის გამოყენებით ჩამოაყალიბონ იდეები და დასახონ გზები მიზნის მისაღწევად.

გამოყენებული რესურსი:

<https://www.thebalancesmb.com/get-started-with-goal-setting-in-five-steps-2951808>

მე-10 სესია - 1-ლი ნაწილის შეჯამება

საკითხები	• საპროექტო იდეების შეჯერება
მიზანი	• სასკოლო პრობლემებზე კონცენტრირება განვლილი საკითხების შეჯამებით და პოზიტიური ცვლილებების ხელშეწყობა
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა • დისკუსია
რესურსები	დრო: 50 წთ თაბახის ფურცლები, კალმები, ფერადი სტიკერები, დაფა, მარკერი, კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. დისკუსია (15 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს სათითაოდ ურიგებს სამი ფერის სტიკერებს. თითოეული ფერის სტიკერზე უნდა ჩამოწერონ შემდეგ საკითხები:

- რა თემებზე გავამახვილეთ ყურადღება კურსის ფარგლებში?
- რომელი იყო თქვენთვის დასამახსოვრებელი და რატომ?
- რომელიმე უნარის გაძლიერებაში დაგეხმარათ კურსი?

მოსწავლეები 10 წუთის განმავლობაში ავსებენ ბარათებს და შემდეგ სტიკერებს აკრავენ დაფაზე. ფასილიტატორი კი ხმამაღლა კითხულობს თითოეული მოსწავლის სტიკერს და აჯამებს სავარჯიშოს.

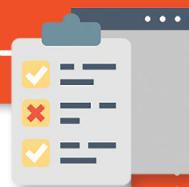
აქტივობა 2. საპროექტო იდეების წარდგენა (35 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს ყოფს 5 ჯგუფად და უკითხავს მათ კონტექსტურ მაგალითს:

ქალაქის ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებმა გამოაცხადეს კონკურსი, რომლის მიზანიც არის სკოლებში არსებული პრობლემების მოგვარება. კონკურსში მონაწილეობთ თქვენც და იმისთვის, რომ გაიმარჯვოთ, უნდა განახორციელოთ შემდეგი საქმიანობები:

- გამოყოთ ერთი ყველაზე მწვავე პრობლემა თქვენს სკოლაში და დაასაბუთოთ, რომ მისი მოგვარება მნიშვნელოვანია/აქტუალურია;
- აღწეროთ, როგორ ხედავთ პრობლემის გადაჭრის გზებს;
- ჩამოთვალოთ, რა ტიპის რესურსები გჭირდებათ ამისთვის;
- აღწეროთ, რა შედეგი დადგება, თუ თქვენ მიერ აღწერილი პრობლემა მოგვარდება.

30 წუთის შემდეგ თითოეული ჯგუფი აკეთებს მათ მიერ შექმნილი მცირე საპროექტო იდეების პრეზენტაციას.



II ნაწილი

მენარჩეობა მოგების მიზნით



ბლოკის სათაური/ საათობრივი განაწილება	განსახილველი საკითხები	მიზნები	შედეგები (ცოდნა, უნარ-ჩვევები)
მეწარმეობა მოგების მიზნით 12 საათი	• მეწარმეობის არსის გაცნობა • მეწარმის მახასიათებლების გააზრება • იდეის ფორმირება ბიზნესის საწყის ეტაპზე • რა არის საწარმო? • საწარმოს მისია, მიზანი და ხედვა • ბაზრის კვლევა • მომხმარებელი • პროდუქტი • მარკეტინგი • ბაზარი: მოთხოვნა-მიწოდება; კონკურენცია; მონოპოლია • ფასწარმოქმნა • რეკლამა • მომხმარებელზე ორიენტირება • რისკების გათვალისწინების ფაქტორები • რისკების მართვის სტრატეგიები; წარმატებისა და მარცხის ისტორიები • ბიუჯეტის დაგეგმვა • გადასახადები და გადასახდელები • სახელმწიფო ბიუჯეტი • ბიზნესგეგმა – CANVAS-მოდელი • პროექტების წერა	• მოზარდებისთვის მეწარმეობის კომპეტენციების გაცნობა • ყოველდღიური ცხოვრებისა და მეწარმეობის დაკავშირება ერთმანეთთან • მოზარდების მიერ იდეის ფორმირების, შეფასების, განხორციელების მნიშვნელობის გააზრება • მოსწავლეების მიერ საწარმოს მოდელის შექმნა საკუთარი იდეების სტრუქტურირებისთვის • მოზარდების მიერ ბაზრის კვლევის არსისა და მნიშვნელობის გაგება • მოზარდების მიერ მომხმარებლის და მისი ინტერესების მნიშვნელობის გააზრება • მოზარდებისთვის პროდუქტის სახეების გაცნობა; მარკეტინგის 4P სტრატეგიის გაცნობა და მისი მნიშვნელობის გაანალიზება • მოზარდებისთვის ბაზრის ძირითადი კანონზომიერებების გაცნობა, პროდუქტის წარმოებასა და ფასზე მოთხოვნა-მიწოდების პროცესის გაგეგმვის, ასევე, „კონკურენციისა“ და „მონოპოლიის“ ცნებების გააზრება • მომხმარებელზე ორიენტირების მნიშვნელობის გაცნობიერება; რეალურ პრაქტიკაში პოზიტიური დამოკიდებულების აღქმა; პროდუქტის რეკლამირების მნიშვნელობის გააზრება • წარმატების მიღწევის პროცესში მარცხის მნიშვნელობის შეფასება • პირადი ფინანსების მართვის უნარ-ჩვევის გაძლიერება; • ბიუჯეტის შაბლონის შედგენა • საწარმოს მოდელირება; • ბიზნესგეგმის შემუშავება • მოზარდების ინფორმირება პროექტის დაგეგმვისა და მართვის ეტაპების შესახებ	სამეწარმეო კომპეტენციები: • ეთიკური და მდგრადი აზროვნება • თვითშეგნება და თვითფექტურობა • მოტივაცია და შეუპოვრობა • რესურსების მობილიზების უნარი • სხვების მობილიზების უნარი • ინიციატივის გამოჩენა • დაგეგმვა და მართვა • ბუნდოვანებისა და გაურკვევლობის რისკის დაძლევა • სხვებთან ერთად მუშაობა • სწავლა გამოცდილების მიღებით • კრიტიკული აზროვნების ჩამოყალიბება • იდეების შეფასება ესგ-ით გათვალისწინებული გამჭოლი უნარ-ჩვევები: • შემოქმედებითი აზროვნება • კრიტიკული აზროვნება • თანამშრომლობა • კომუნიკაცია • ეთიკური ნორმების დაცვა • დროსა და სივრცეში ორიენტირება • დამოუკიდებლად მოქმედება • პასუხისმგებლობა • წიგნიერება • დასაქმებისთვის საჭირო პერსონალური უნარ-ჩვევები

მე-11 სესია – ვინ არის მეწარმე?

საკითხები	• „ვექმნით იდეებისა და მეწარმეობის ლაბორატორიას!“
მიზანი	• ჯგუფის წევრების გაცნობა, გუნდის შეკვრა
მეთოდები	• ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 40 წთ ფლიპჩარტი, სხვადასხვა ფერის მარკერები, წებო, მაკრატელი, ფერადი ქაღალდი, წებოვანი ლენტები („სკოჩი“), ჭიკარტები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. ბრენშტორმინგი (10 წთ)

ფასილიტატორი სესიის დასაწყისში ჯგუფს ესაუბრება მეწარმეობის ნაწილის საკითხებზე; აწვდის მოკლე ინფორმაციას, თუ რა თემების განხილვა იგეგმება:

- ვინ არის მეწარმე? რაზე უწევს ფიქრი? რა მახასიათებლები, რა თვისებები აქვს მეწარმეს?
- ბიზნესიდეების განსაზღვრა და შეფასება; საწარმოების მოდელირება; ხედვა, მისია, მიზნები;
- ბაზრის კვლევა, მომხმარებელი;
- პროდუქტი და ფასები – მოთხოვნა, მიწოდება, კონკურენცია, ხარისხი, მარკეტინგი, რეკლამა;
- ფული, გადასახადები და გადასახდელები – ვინ და რატომ იხდის გადასახადებს? საჯარო სიკეთე, სახელმწიფოს უფლება-მოვალეობანი, სახელმწიფო ბიუჯეტი;
- რისკების გათვალისწინება, წარმატებასა და მარცხზე პასუხისმგებლობის აღება;
- ბიზნესგეგმა.

მიმდინარე სესია დაეთმობა მეწარმის თვისებებისა და მახასიათებლების განხილვას.

ფასილიტატორი სვამს კითხვას ჯგუფური განხილვისთვის: ვინ არის მეწარმე? ის წაახალისებს მოზარდების მონაწილეობას და დამატებითი კითხვებით ცდილობს პასუხების მიღებას, მაგალითად: *თქვენი წარმოდგენით, ვის შეიძლება ეწოდოს მეწარმე? რა ასოციაცია გიჩნდებათ ამ ტერმინის გავონების დროს? და ა.შ.*

მოსაზრებების მოსმენის შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებს სთავაზობს მოკლე განმარტებას:

მეწარმე არის ინიციატორი, ადამიანი, რომელსაც შემოაქვს ინიციატივა, ქმნის რაიმე ახალს – ბიზნესს ან კომპანიას.

მეწარმე ნამდვილად არის ის, ვისაც შეუძლია, იდეა რეალობად აქციოს. მეწარმე არის პასუხისმგებელი პირი, ადამიანი, რომელსაც ლიდერობა, ხელმძღვანელობა უნდა. იგი უბიძგებს და შთაავონებს გუნდს. მეწარმე არის ის, ვინც მძლოლის სავარძელში მის და შეუძლია, შეცვალოს მიმართულება, დააჩქაროს, შეანელოს ან თუნდაც შეაჩეროს საწარმო. მეწარმე ანგარიშვალდებული და პასუხისმგებელია. მეწარმე საბოლოოდ აგებს პასუხს თავისი წამოწყების ბედზე.

მეწარმეობა უფრო მეტია, ვიდრე მხოლოდ ბიზნესი. ეს არის ამროვნებისა და უნარ-ჩვევების სინთეზი.

სამეწარმეო უნარების განვითარება ეხმარება მოზარდებს, საკუთარი თავი მომავალ მეწარმე ლიდერებად დაინახონ, განურჩევლად იმისა, რომელ კარიერულ გზას აირჩევენ ისინი.

აქტივობა 2. სავარჯიშო „ვინ არის მეწარმე?“ (35 წთ)

სესიის მომდევნო ეტაპზე ფასილიტატორი მონაწილეებს ურიგებს ცარიელ თაბახის ფურცლებს და სთავაზობს მათ, დაიყონ 4 ჯგუფად. 10 წუთის განმავლობაში ჯგუფებმა უნდა მოამზადონ/შეადგინონ ჩამონათვალი იმ უნარ-ჩვევების (ცოდნის), საჭიროებებისა თუ დამოკიდებულებებისა, რომლებიც სჭირდება მეწარმეს.

პირველადი ჩამონათვალის მიღების შემდეგ (5 წუთის განმავლობაში) ფასილიტატორის დახმარებით ჯგუფები ერთმანეთში ცვლიან სამუშაო ფურცლებს და ჩამონათვალს ამატებენ საკუთარ ვერსიებს. ეს პროცესი იქამდე გაგრძელდება, სანამ ყველა ჯგუფი ყველა ფურცელს არ მიიღებს.

დავალების მეორე ეტაპზე (10 წუთის განმავლობაში) ჯგუფებს ეძლევათ დავალება, მიღებული ჩამონათვალი დააჯგუფონ პრინციპით „ყველაზე მნიშვნელოვანი“ და შეთანხმდნენ მეწარმის 5 განსაკუთრებულ მახასიათებელზე. დროის ამოწურვის შემდეგ პრეზენტატორები წარმოადგენენ მიღებულ შედეგებს და ისაუბრებენ 5 ყველაზე მნიშვნელოვან მახასიათებელზე, რომლებიც წარმატების მისაღწევად გამოადგებათ.

ფასილიტატორი, საჭიროების შემთხვევაში, შეიძლება ჯგუფებს დაეხმაროს ჩამონათვალის შემუშავებაში, მაგალითად, მიაწოდოს შემდეგი მახასიათებლები: **ინიციატივანი, გაბედული, რისკიანი, ზომიერი, შეუპოვარი, მებრძოლი, ოპტიმისტი, გულწრფელი, პატიოსანი, ერთგული, საიმედო, დაუზარელი, შრომისმოყვარე, თავაზიანი, მეგობრული, ქველმოქმედი, გულმოწყალე, საიდუმლოს შემნახველი, მგრძნობიარე, ალღოიანი, ცნობისმოყვარე, კომერციულ საკითხებში საფუძვლიანად გარკვეული, დინჯი, ტაქტიანი, თავმდაბალი, ღიმილიანი, მგრძნობიარე, არაორდინალური, ორიგინალური; ფლობს ადამიანებთან ურთიერთობის ხელოვნებას და ა.შ.**

* ჯგუფების პრეზენტაციის პროცესის გახალისებისთვის ფასილიტატორი დაფაზე ხატავს ადამიანის სილუეტს და ჩამოთვლილ მახასიათებლებს გადაანაწილებს მონაწილეების სურვილისამებრ.

სავარჯიშოს შეჯამების პროცესში ფასილიტატორი მოზარდებს აჩვენებს „ანტრეკომპის (EntreComp – Entrepreneurship Competence Framework) ყვავილს“; მოზარდების მიერ გამოთქმულ მოსაზრებებსა და სამეწარმეო კომპეტენციის მახასიათებლებს ადარებს ერთმანეთს; მონიშნავს საერთო უნარ-ჩვევებს და შეავსებს დანაკლისს; ასევე ყურადღებას გაამახვილებს იმაზე, რომ სასწავლო სილაბუსის მიზანია, მოზარდებს განუვითარდეთ/გაუძლიერდეთ ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი უნარ-ჩვევა.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის:

- **ლიდერობა და მოტივაცია:** გაქვთ თუ არა უნარი, გაუძღვეთ და მოტივაცია მისცეთ სხვებს, რათა მათ გაიზიარონ და გაავრცელონ თქვენი ესა თუ ის ხედვა და იდეა? შეგიძლიათ სხვებისთვის საქმის განაწილება? წარმატებული მეწარმე დამოკიდებულია სხვა ადამიანებზე იმ მარტივი მიზეზით, რომ იგი დამოუკიდებლად ვერასოდეს შეძლებს მასშტაბური საქმის გაკეთებას.
- **კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები:** ფლობთ თუ არა ყველა სახის კომუნიკაციას? თქვენ უნდა შეგეძლოთ სწორი კომუნიკაციის დამყარება, რათა მიჰყიდოთ თქვენი მომავლის ხედვა ინვესტორებს, პოტენციურ კლიენტებს, გუნდის წევრებს და სხვ.
- **მოსმენა:** ისმენთ, რასაც სხვები გეუბნებიან? თქვენს მოსმენის უნარს შეუძლია, შექმნას ან დაანგრის თქვენი სამეწარმეო კარიერა. დარწმუნდით იმაში, რომ შეგიძლიათ, იყოთ როგორც აქტიური, ასევე პასიური მსმენელი.
- **პირადი ურთიერთობები:** გაქვთ თუ არა **ემოციური ინტელექტი**? რაც უფრო ძლიერია თქვენში ეს უნარი, მით უფრო გაგიადვილდებათ სხვებთან მუშაობა. გაითვალისწინეთ ისიც, რომ ემოციური ინტელექტის გაუმჯობესება, განვითარება შესაძლებელია.
- **მოლაპარაკება:** გაქვთ თუ არა მოლაპარაკების ნიჭი? მასშტაბური საქმეების თაობაზე, მოლაპარაკების გარდა, თქვენ დაგჭირდებათ უნარი, შეძლოთ ადამიანების განსხვავებულობით გამოწვეული პრობლემების პოზიტიური, ორივე მხარისთვის სასარგებლო გზით მოგვარება.
- **ეთიკა:** ამყარებთ ხალხთან ისეთ ურთიერთობას, რომელიც დაფუძნებულია პატივისცემაზე, ურთიერთკავშირზე, სამართლიანობასა და გულწრფელობაზე? შეგიძლიათ, მართვის პროცესში ეთიკურად მოეპყროთ ადამიანებს? გაგიჭირდებათ, შექმნათ საკუთარი საქმით კმაყოფილი, თავდადებული გუნდი, თუ თქვენ არაეთიკურად ურთიერთობთ დაქირავებულ მუშაკებთან, მომხმარებლებთან და მიმწოდებლებთან.

აქტივობა 3. „ასოციაციობანა“ (15 წთ)

შეჯამების პროცესის შემდეგ ფასილიტატორი ეკითხება ჯგუფის წევრებს, იციან თუ არა თამაში „ასოციაციობანა“? უხსნის მათ თამაშის წესებს და საკვანძო სიტყვად წერს დაფაზე: „მეწარმეობა“. 5 წუთის განმავლობაში ჯგუფის წევრები ასახელებენ სიტყვასთან დაკავშირებულ ასოციაციებს, წინადადებებს, ტერმინებს.

თამაშის ბოლოს მოზარდები ისევ გადანაწილდებიან ჯგუფებში. ფასილიტატორი არიგებს სამუშაო ფურცლებს (სამუშაო ფურცელი 1), რომლებზედაც დატანილია „მეწარმეობის კროსვორდი“. მონაწილეებს ეძლევათ დავალება, სესიის დასრულებამდე შეავსონ კროსვორდი და ხმამაღლა არ წამოიძახონ პასუხები.

სამუშაო ფურცელი 1.

მეწარმეობის კროსვორდი

კითხვები:

(ფრჩხილებში მითითებულია პასუხები)

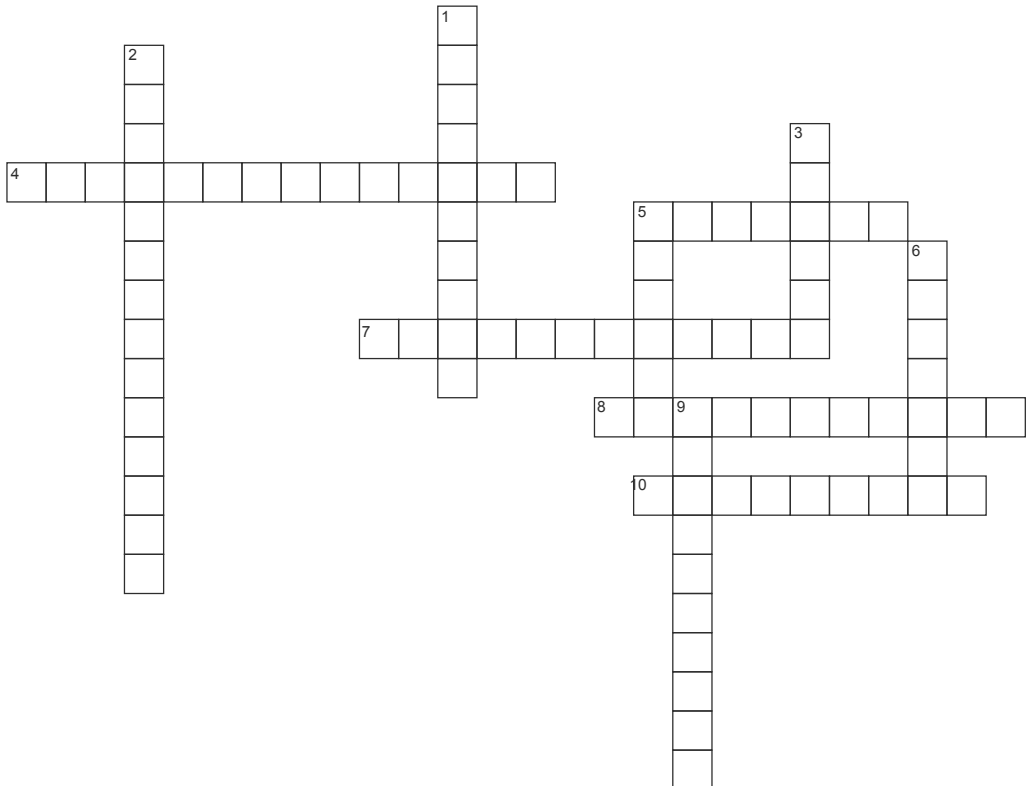
ჰორიზონტალურად:

4. არსებობს გარკვეული ..., რომლებიც სჭირდება მეწარმეს იმისთვის, რომ გახდეს წარმატებული (მახასიათებლები).

5. პიროვნება, რომელიც აწარმოებს, თავად მართავს საკუთარ ბიზნესს და განსაზღვრავს რისკებს, არის ... (მეწარმე).
7. მეწარმეთა გზაზე ხშირია ... (დაბრკოლებები).
8. ეს ძალიან ეხმარება მეწარმეს იმ შემთხვევაში, თუ მას ჰქონდა ბიზნესი ... (გამოცდილება).
10. ნედლეულის საბოლოო დამუშავების შემდეგ მიიღება ... (პროდუქცია).

ვერტიკალურად:

1. მეწარმეები ეხმარებიან ეკონომიკას ... შემცირებით (უმუშევრობა).
2. კარგ მეწარმეს შეუძლია, განავითაროს ... (შესაძლებლობები).
3. ბიზნესის მეპატრონეებმა თვალყური უნდა ადევნონ საკუთარ თავს და მართონ ... (სტრესი).
5. ბიზნესის წამოწყების მიზანია, მიიღოს ... (მოგება).
6. წარმატებული მეწარმეები თავად სახავენ ..., შემდეგ კი ცდილობენ, მიაღწიონ მათ (მიზნები).
9. ბიზნესს სჭირდება ..., რათა მოიზიდოს მომხმარებელი და გაყიდოს პროდუქცია (მარკეტინგი).



შეჯამება: ფასილიტატორი თანმიმდევრულად შეახსენებს ჯგუფს სესიაზე წარმოდგენილ საკითხებს, რომლებიც გარკვეულწილად კროსვორდის კითხვებშიც არის ასახული. ის განუმარტავს მოზარდებს, რომ ყველა ჩამოთვლილი უნარი თუ მახასიათებელი თანაბრად მნიშვნელოვანია ნებისმიერი ინდივიდისთვის და თითოეული საგრძნობლად ზრდის წარმატებით დასაქმების შესაძლებლობას. ადამიანს სჭირდება საკუთარი თავის რეალიზება და ამას ყველაზე უკეთ სასურველი პროფესიის დაუფლებით ახერხებს.

გამოყენებული რესურსი:

www.mindtools.com

https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file

მე-12 და მე-13 სესიები – ბიზნესიდების ფორმირება (2 სესია)

საკითხები	• იდეის ფორმირება ბიზნესის საწყის ეტაპზე
მიზანი	• მოზარდების მიერ იდეის ფორმირების, შეფასების, განხორციელების მნიშვნელობის გააზრება
მეთოდები	• კონტექსტური მაგალითების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა, პრეზენტაცია/დისკუსია
რესურსები	დრო: 110 წთ (2 სესია) დაფა, მარკერები, თაბახის ფურცლები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი, ამობეჭდილი კონტექსტური მაგალითი (დანართი 2-1)

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სავარჯიშო „დახატე ჯოი!“ (15 წთ)

ფასილიტატორი შემთხვევითობის პრინციპით ჯგუფიდან ირჩევს ორ მოსწავლეს, რომელთაგან ერთი იქნება მთხრობელი, მეორე – მხატვარი.

მთხრობელი 10 წუთის განმავლობაში კითხულობს ტექსტს, ხოლო მხატვარი სინქრონულად დაფაზე ხატავს ტექსტში აღწერილ ამბავთან დაკავშირებულ ილუსტრაციებს (ამ შემთხვევაში ხატვა არ მოითხოვს პროფესიონალი მხატვრის უნარ-ჩვევებს; მთავარია, გადმოიცეს ამბავი მარტივად, რომ მისი აღქმა შესაძლებელი გახდეს).

იყო ერთი გოგონა, რომელსაც ერქვა ჯოი. მას ჰყავდა მეგობარი, სახელად ჯეკი, ასევე ნახევარ- და, დედა, მამა, ბებიი და ძაღლი. ჯოის ბავშვობიდანვე იმეგვარი დეტალების

შემჩნევა შეეძლო, რომლებიც სხვებისთვის ყოველდღიურობის შემადგენელი ნაწილი იყო და, შესაბამისად, შეუმჩნეველი რჩებოდა. ჯოი თავის ოთახში საინტერესო რაღაცებს აკეთებდა. გოგონას მოსწონდა რაღაც ახლის შექმნა. მაგალითად, მან ბავშვობაში გამოიგონა ძაღლის ანტიალერგიული ყელსახვევი, რომელიც იოლად იხსნებოდა და იცავდა ძაღლს დახრჩობისგან, და კიდევ სხვა ბევრი რამ. თუმცა ჯოის მშობლები მალე ერთმანეთს დაშორდნენ და მისი ცხოვრება შეიცვალა. ერთადერთი, ვისაც ჯოის შესაძლებლობების სჯეროდა, იყო ბებია, რომელიც მიხვდა, რომ შვილიშვილს მეტი თავდაჯერებულობა სჭირდებოდა. ერთხელაც უთხრა, რომ, როცა ჯოი გაიზრდებოდა, გახდებოდა ძლიერი ქალი და შექმნიდა ყველა იმ ნივთს, რომელთა გაკეთებაც ჯერ ვერ მოახერხა. და რა დაემართა ამ გოგონას?

ფასილიტატორი ეკითხება მოსწავლეებს: მათი აზრით, როგორ გაგრძელდა ჯოის ცხოვრება? და 5 წუთის განმავლობაში ისმენს მათ მოსაზრებებს.

აქტივობა 2. ფილმის ფრაგმენტის ჩვენება და განხილვა (15 წთ)

შემდეგ ფასილიტატორი აჩვენებს მცირე ფრაგმენტს ფილმიდან ფასილიტატორი „ჯოი“ (Joy) (2015, 34:27 წუთიდან 34:53 წუთამდე). მოსწავლეებს სთხოვს, 10 წუთის განმავლობაში ისაუბრონ შემდეგ საკითხებზე:

- რა ფაქტორმა/ფაქტორებმა შეიძლება იჩინოს თავი ადამიანის ცხოვრებაში, რომლებიც შეიძლება გახდეს ცვლილებების/სიახლის შემოტანის სტიმული (ფასილიტატორისთვის: ხშირად ამგვარი სტიმული ადამიანის ცხოვრებაში ხდება მარცხი, რომელიც, უმეტესად, არ არის ერთჯერადი. მარცხით გამოწვეული სტრესული მდგომარეობა ადამიანებს კიდევ ერთხელ აფხიზლებს და აჩვენებს, რომ რაღაც შესაცვლელია)?
- არის თუ არა შესაძლებელი, ადამიანმა საკუთარი მარცხი აქციოს იდეად, რომელიც მოუტანს მატერიალურ თუ არამატერიალურ სიკეთეს?
- როგორ/რა მეთოდებით შეუძლია ადამიანს ამის გაკეთება?

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: ფილმის მცირე მონაკვეთში ჩანს, რომ ჯოი არის საკმაოდ იმედგაცრუებული, რადგან მან გააცნობიერა, რომ მთელი ცხოვრების განმავლობაში სხვა ადამიანების სურვილებს ასრულებდა და საკუთარი ოცნებები დაივიწყა. ამის გააზრება მისთვის საკმაოდ მტკივნეულიცაა და ერთგვარი მარცხიც, რადგან მან ვერ მოახერხა თავისი ოცნებებისთვის ბრძოლა. მოსწავლეებმა უნდა გააანალიზონ, რომ მნიშვნელოვანია საკუთარი გამოცდილების შეფასება, რათა ცხოვრება წარმართონ ისე, რომ ერთ დღესაც, როცა ამ ყველაფერზე დაფიქრდებიან, არ დარჩნენ ისეთივე იმედგაცრუებული, როგორიც იყო ჯოი ზემოაღნიშნულ ნაწყვეტში.

თუმცა გასათვალისწინებელია ისიც, რომ შესაძლოა, მარცხი, იმედგაცრუება და ნეგატიური ემოციები გახდეს ახალი იდეის, ინიციატივის შთაგონების წყარო, ინსპირაცია, მაგრამ იმისთვის, რომ ჩვენი იდეები იყოს რეალისტური და მიზანი – მიღწევადი, მნიშვნელოვანია გარკვეული სტრატეგიების გაცნობა.

აქტივობა 3. მინილექცია (10 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს 10 წუთის განმავლობაში უზიარებს მეთოდს, როგორ შეიძლება შეიქმნას ბიზნესიდეა.¹

1 <https://www.entrepreneur.com/article/74184>

- **დაიწყეთ ოჯახიდან!**

შეისწავლეთ თქვენი და თქვენი ოჯახის თითოეული წევრის საჭიროებები; ჩამოწერეთ, რა გჭირდებათ/სჭირდებათ მათ, რომ თავი უფრო კომფორტულად იგრძნონ. დააკვირდით ნივთებს, რომლებსაც თქვენ/ისინი იყენებთ/იყენებენ. დასვით კითხვები: რა გახდოდა ამ ნივთებს უფრო კომფორტულს? შეიძლება იდეა სწორედ ასე გაჩნდეს. გახსოვდეთ, რომ ზოგჯერ იდეა რამის შექმნა კი არა, უკვე არსებული გაუმჯობესებაა.

- **მოუსმინეთ თქვენს მეგობრებს!**

თქვენ ყოველდღიურად თქვენს მეგობრებთან სხვადასხვა თემაზე საუბრობთ. შეიძლება ამ საუბრებში ათეულობით იდეა იმალებოდეს. ზოგჯერ მთავარია, სხვებთან საუბრის დროს აღმოაჩინოთ იდეა, რომელსაც შემდეგ ფრთებს თავად შეასხამთ. მაგალითად, რომ არა სტივ ჯობსის მეგობარი სტივ ვოზნიაკი, დღეს Apple არ იქნებოდა.

ამასთან, ძალიან მნიშვნელოვანია ოჯახის წევრების გამოცდილება. გამოიკვლიეთ, რა ძლიერი და სუსტი მხარეები აქვთ მათ. კონკრეტულად რა სფეროებში შეუძლიათ დახმარება?

- **აღმოაჩინეთ თქვენი ინტერესები!**

მილიონობით ადამიანმა საკუთარი ჰობი ბიზნესად გადააქცია. ამის კარგი მაგალითია ტიმ და ნინა ზაგატების წყვილი. ისინი საადვოკატო პრაქტიკით იყვნენ დაკავებული, თუმცა ერთხელაც გასართობად შექმნეს კითხვარი, რომელიც ეხებოდა რესტორნებს და მათ შეფასებას სხვადასხვა მიმართულებით. კითხვარები მეგობრებს შეავსებინეს, შემდეგ ეს ინფორმაცია გაიზარდა, გახდა პოპულარული და ახლა მათი წიგნები მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში იყიდება.

- **ფართოდ გაახილეთ თვალები!**

როდესაც ხედავთ ისეთ რამეს, რაც თქვენს ინტერესს იწვევს, ჰკითხეთ საკუთარ თავს: რა არის ამ სიტუაციაში განსაკუთრებული? შემდეგ კი დაავიწროეთ ფოკუსი, რათა იპოვოთ თქვენი პირველადი იდეა, რომელმაც დაგაინტერესათ. ამაში კი შეიძლება დაგეხმაროთ მოგზაურობა, სხვადასხვა კულტურის გაცნობა და სხვ.

- **იყავით online-რეჟიმში!**

აღმოაჩინეთ თქვენი ინტერესების შესაბამისი სოციალური ქსელები, გვერდები, საიდანაც მიიღებთ სხვადასხვა სახის ინფორმაციას, გაიღრმავებთ ცოდნას. შესაძლოა, სწორედ ეს გახდეს ახალი იდეის ინსპირაცია.

აქტივობა 4. SWOT-ანალიზი (30 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს აჩვენებს მეორე ფრაგმენტს ფილმიდან „ჯოი“ (Joy) (2015, 57:50 წუთიდან 59:38 წუთამდე).

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: ამ მონაკვეთის ჩვენების მიზანია, მოზარდებმა გაიზარდონ, რომ ჩვენს იდეებს ყოველთვის გამოუჩნდებათ მოწინააღმდეგეები, რომლებიც, შესაძლოა, მართლებიც იყვნენ. ამიტომ მნიშვნელოვანია, კარგად დავასაბუთოთ ჩვენი იდეების უპირატესობები.

ხანმოკლე განხილვის შემდეგ ფასილიტატორი მოსწავლეებს ყოფს 4-5-კაციან ჯგუფებად და სთხოვს მათ, 25 წუთის განმავლობაში მოიფიქრონ თითო ბიზნესიდეა, რომელსაც ჯოისთან ერთად შესთავაზებდნენ „იდეების კრეატიულ დირექტორს“. იდეის აღწერას თან უნდა ერთვოდეს შევსებული ე.წ. SWOT (ინგლისური აბრევიატურა: strengths, weaknesses, opportunities, and threats – ძლიერი მხარეები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები) (ცხრილი 1).

(სესიის პირველი ნაწილის დასასრული)

(ცხრილი 1)²

ძლიერი მხარეები: • თქვენი შეთავაზების/პროექტის/წინადადების უპირატესობები, რომლებსაც უკვე ფლობთ • შესაძლებლობები, რომლებიც თქვენ და თქვენი გუნდის წევრებს გაქვთ/ფლობთ • გამოცდილება, ცოდნა, მონაცემები, რომლებსაც ფლობთ • არის თუ არა თქვენი ძლიერი მხარე თქვენი პროდუქტის ფასი, ღირებულება, ხარისხი? რა ფაქტორები განაპირობებს ამას? • არის თუ არა მიმზიდველი და დამატებითი სარგებლის მომტანი გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა? • თქვენი ზოგადი ღირებულებითი დამოკიდებულებები	სუსტი მხარეები: • თქვენი შეთავაზების/პროექტის/წინადადების უარყოფითი მხარეები • შესაძლებლობები, რომლებიც თქვენ და თქვენი გუნდის წევრებს არ გაქვთ/არ ფლობთ, თუმცა გჭირდებათ • თქვენი საწარმოს/ბიზნესის დაბალი კონკურენტუნარიანობა • ხარჯები, რომლებსაც ვერ ფარავთ • პროცედურული პრობლემები (მომარაგება, რეალიზაცია და ა.შ.)
შესაძლებლობები: • ბაზრის ხელმისაწვდომობა • კონკურენტების სისუსტეები • ტექნოლოგია და ინოვაციები • თქვენი ნიშა ბაზარზე • გეოგრაფიული არეალის გაფართოება	რისკები: • საკანონმდებლო ვალდებულებები • რისკის შეფასების სისტემის ხარვეზები/მონიტორინგი • ტექნოლოგიური ინოვაციებისა და თქვენი შესაძლებლობების აცდენა • კონკურენციის გაზრდა ბაზარზე • ფინანსური საფრთხეები • სეზონურობა, ამინდის გავლენა

შეჯამება: სესიის შემდეგ მოსწავლეები უნდა დაფიქრდნენ, რომ ნებისმიერი გამოცდილება მათ ცხოვრებაში არის მნიშვნელოვანი, რადგან თითოეულ მათგანში შეიძლება დაფარული იყოს სიახლე, ინიციატივა, იდეა და სხვ. ამასთან, მათ უნდა გაიაზრონ, რომ ნებისმიერ იდეას ახლავს გამოწვევები, რისკები, რომელთა დაძლევის გზებს უნდა ეძიებდნენ ახალგაზრდები.

2 <https://pdst.ie/sites/default/files/Student%20enterprise%20manual.pdf>

მე-13 სესია (გაგრძელება)

სესიის აღწერა:

აქტივობა 5. SWOT-ანალიზის პრეზენტაცია (25 წთ)

სესიის დასაწყისში თითოეული ჯგუფი წარადგენს პირველ სესიაზე მომზადებული საკუთარი ბიზნესიდეის პრეზენტაციას, რომლის პროცესში იყენებს შევსებულ SWOT-ს (თითოეული პრეზენტაციისთვის და ჯგუფის სხვა წევრებისთვის კითხვების დასასმელად გუნდს ეძლევა 7 წუთი).

აქტივობა 6. დისკუსია (15 წთ)

პრეზენტაციის შემდეგ ფასილიტატორი მოსწავლეებს აჩვენებს მომდევნო მონაკვეთს ფილმიდან „ჯოი“ (Joy) (2015, 60:00 წუთიდან 61:13 წუთამდე), შემდეგ კი 15 წუთის განმავლობაში შემაჯამებლად იყენებს კითხვებს:

- საფეხურებიდან, რომლებიც განვიხილეთ („როგორ შეიძლება შეიქმნას ბიზნეს-იდეა“), გამოიყენა თუ არა რომელიმე, თქვენი აზრით, ჯოიმ საბოლოო პროდუქტის შემუშავებამდე? რომელი? (ფასილიტატორისთვის: მართალია, ფილმში არ ჩანს, მაგრამ ჯოი, სავარაუდოდ, აკვირდებოდა თავის ყოველდღიურ ცხოვრებას; აკვირდებოდა ოჯახის წევრებს, რა მოსწონდათ და რა – არა; რის გაუმჯობესება იყო საჭირო თუნდაც საოჯახო საქმიანობაში. სთხოვეთ მოსწავლეებს, თავიდან ბოლომდე უყურონ ფილმს და თავადაც აღმოაჩინონ ის დეტალები, რომლებიც დაეხმარა ჯოის იდეის ჩამოყალიბებასა და განხორციელებაში).
- არის თუ არა მნიშვნელოვანი და/ან აუცილებელი, იფიქროთ მხოლოდ დიდებულ/მასშტაბურ იდეებზე? რატომ ფიქრობთ ასე? (ფასილიტატორისთვის: მოგჯერა-ლიან მარტივი იდეები ხდება ადამიანის წარმატების საწინდარი. კარგია, როცა ადამიანს შეუძლია, მსოფლიოს დიდებული იდეები შესთავაზოს, რომლებიც უკეთესობისკენ შეცვლის ჩვენს ცხოვრებას, მაგრამ ყოველდღიური დეტალები, მცირეც კი, შეიძლება იქცეს შთაგონების წყაროდ, რომ გაგვიჩინდეს იდეა – შეიძლება ის ვინმესთვის სასაცილო იყოს, მაგრამ ვიღაცისთვის – საჭირო, დამხმარე და პრაქტიკული).

შეჯამება: მნიშვნელოვანია იმის გააზრება, რომ ნებისმიერ იდეას აქვს არსებობის შესაძლებლობა. მთავარია, ადამიანებმა სხვებს დაანახონ, რაოდენ მნიშვნელოვანია ეს იდეა, რისთვისაც აუცილებელია განსხვავებული სტრატეგიების, მეთოდების გაცნობა.

მე-14 სესია - ბიზნესსაწარმოს მოდელირება

საკითხები	- რა არის საწარმო? - როგორ ჩამოვაცალიბოთ საწარმოს მისია, მიზანი და ხედვა?
მიზანი	მოსწავლეების მიერ საწარმოს მოდელის შექმნა საკუთარი იდეების სტრუქტურირებისთვის
მეთოდები	ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 60 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, თაბახის ფურცლები, ამობეჭდილი მასალა – საწარმოს მოდელირება (დანართი 2-2)

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. ბრენშტორმინგი (10 წთ)

ფასილიტატორი დაფაზე წერს სიტყვას „საწარმო“ და სთხოვს მოსწავლეებს, 5 წუთის განმავლობაში ისაუბრონ, თუ რა არის საწარმო, როგორი ტიპის საწარმოები არსებობს და ა.შ. შემდეგ ის მოსწავლეებს 5 წუთის განმავლობაში აწვდის მცირე ინფორმაციას საწარმოების შესახებ.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: საწარმო არის ეკონომიკური ერთეული, რომელიც ქმნის საქონელს ან ეწევა მომსახურებას და დამოუკიდებლად იღებს ეკონომიკურ გადაწყვეტილებებს საკუთარი რესურსების გაანალიზებისა და განაწილების შესახებ. საწარმო შეიძლება ახორციელებდეს ერთ ან რამდენიმე საქმეს, ერთი ან მეტი ადგილმდებარეობის მიხედვით.

საქართველოს საგადასახადო კოდექსის მიხედვით, „ეკონომიკურ საქმიანობად ითვლება ნებისმიერი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების, შემოსავლის ან კომპენსაციის მისაღებად. ეკონომიკურ საქმიანობას არ განეკუთვნება საქველმოქმედო, რელიგიური, სახელმწიფო ხელისუფლებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების საქმიანობა, რომელიც უშუალოდ არის დაკავშირებული მათთვის კანონმდებლობით მიკუთვნებული ფუნქციების შესრულებასთან“.

საკუთრების ფორმის მიხედვით, საწარმო შეიძლება იყოს სახელმწიფო, კერძო და შერეული. მასშტაბის მიხედვით, საწარმოები შეიძლება იყოს მცირე, საშუალო და მსხვილი. საქართველოში მცირედ ითვლება საწარმო, რომელშიც 20 კაცამდეა დასაქმებული და მისი წლიური ბრუნვა 500 000 ლარამდეა; საშუალოა საწარმო, რომელშიც – 20-დან 100 კაცამდეა დასაქმებული და 1,5 მლნ ლარამდე

წლიური ბრუნვა აქვს, ხოლო მსხვილ საწარმოდ – როცა მასში 100-ზე მეტი კაცია დასაქმებული და მისი წლიური ბრუნვა 1,5 მლნ ლარზე მეტია.³

აქტივობა 2. საწარმოს მოდელირება – საწარმოს მისიის, ხედვისა და მიზნების ჩამოყალიბება (50 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, გადანაწილდნენ და იმუშაონ იმავე ჯგუფებში, რომლებშიც იყვნენ ისინი წინა ორი სესიის განმავლობაში. ფასილიტატორი მოსწავლეებს სთხოვს, რომ გაიხსენონ თავიანთი ბიზნესიდეები და ჯგუფებში ჩამოაყალიბონ თავიანთი საწარმოს მისია და ხედვა, შემდეგ კი – მიზნები. ამ დავალების შესასრულებლად ფასილიტატორი ჯგუფებს ურიგებს წინასწარ ამოებედილ მასალას სახელწოდებით „საწარმოს მოდელირება“ და ნაბიჯ-ნაბიჯ აძლევს ინსტრუქციას მოსწავლეებს, თუ როგორ ჩამოაყალიბონ თავიანთი საწარმოების ხედვა, მისია და მიზნები. თითოეული პუნქტის მოსამზადებლად ჯგუფებს აქვთ 10 წუთი.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: ორგანიზაციის/საწარმოს ხედვა არის ლაკონური წინადადება, გადმოცემული მტკიცებითი ფორმით. მასში აღწერილია შედეგები, რომლებიც, სასურველია, საწარმოს მუშაობით მიღწეულ იქნეს მომავალში. ხედვა უნდა იყოს ამბიციური, თუმცა, ამავე დროს, რეალისტური და მოტივაციური. მაგალითად: Microsoft: A computer on every desk and in every home (კომპიუტერი ყველა მაგიდასა და ყველა სახლში!)! Facebook: Connect with friends and the world around you on Facebook (დაუკავშირდი მეგობრებს და მთელ მსოფლიოს Facebook-ზე!)!

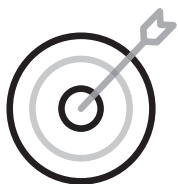
მისია განმარტავს საწარმოს არსებობის მიზეზსა და მის დანიშნულებას. მისიის შემუშავებისას უნდა იხელმძღვანელოთ შემდეგი კითხვებით: ვინ ხართ? რას აკეთებთ? ვისთვის/რისთვის აკეთებთ? მისია, ხედვის მსგავსად, უნდა იყოს მოკლე, მტკიცებითი წინადადება, რომელიც კარგად გამოხატავს საწარმოს მთავარ ღირებულებებს და ასახავს მისი საქმიანობის ძირითად დანიშნულებას. Tesla: To accelerate the world's transition to sustainable energy (დავაჩქაროთ მსოფლიოს გადასვლა განახლებად ენერგიაზე!)! TED: Spread ideas (გავავრცელოთ იდეები!)!

საწარმოს **მიზნების** ჩამოყალიბების დროს იხელმძღვანელოთ უკვე შემუშავებული მისიითა და ხედვით და მიზნები განიხილოთ, როგორც ამ ორი განაცხადის მიღწევის გზა. გაითვალისწინეთ, რომ სწორედ მართებულად ჩამოყალიბებულმა მიზნებმა უნდა აქციოს თქვენი მისია და ხედვა რეალობად. მას შემდეგ კი, რაც შეიმუშავებთ მიზნებს, შეამოწმეთ ისინი შემდეგი კრიტერიუმებით:

- რამდენად რეალისტურია თქვენი მიზნები?
- მიგიყვანთ თუ არა მიზნის მიღწევა თქვენს მისიამდე/ხედვამდე?
- არის თუ არა თქვენი მიზნები დროში განსაზღვრული?

აღნიშნული სამუშაოს შესრულების შემდეგ ფასილიტატორი მოსწავლეებს სთხოვს, 5 წუთის განმავლობაში მოიფიქრონ თავიანთი საწარმოს სახელწოდება, რის შემდეგაც თითოეული ჯგუფი მართავს საკუთარი ნამუშევრის პრეზენტაციას. პრეზენტაციისთვის და კითხვების დასასმელად თითოეულ ჯგუფს აქვს 5 წუთი. **ნახევრად შევსებული ფურცელი (საწარმოს მოდელირება) რჩება ფასილიტატორთან, რათა სესიების განმავლობაში თანდათანობით მთლიანად შეივსოს).**

3 https://old.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/10%20kvira.pdf



საწარმოს სახელწოდება:



საწარმოს შექმნის მიზანი

ხედვა

მისია

ინფორმაცია პროდუქტის შესახებ

მომხმარებლები

რისკები

შეჯამება: ნებისმიერი იდეის განხორციელებამდე მნიშვნელოვანია, ზუსტად იცოს გააზრებული, რა ღირებულებებს, ფასეულობებსა და მიზნებს ემსახურება იგი, და ეს ალიწეროს დეტალურად, ლაკონურად, სხარტად და, ამავე დროს, გულწრფელად. ამ ყველაფერს ასევე აქვს ის დატვირთვა, რომ პოტენციურ მომხმარებელს წარმოდგენა შეუქმნას არა მხოლოდ კონკრეტულ პროდუქტზე, არამედ იმ ადამიანებზედაც, რომლებიც ამ პროდუქტს ქმნიან.

მე-15 სესია – ბაზრის კვლევა

საკითხები	- რა არის ბაზრის კვლევა და რაში გვცხმარება იგი? - ვინ არის ჩვენი მომხმარებელი?
მიზანი	- მოზარდების მიერ ბაზრის კვლევის არსისა და მნიშვნელობის გაგება; - მოზარდების მიერ მომხმარებლისა და მისი ინტერესების მნიშვნელობის გააზრება
მეთოდები	ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 70 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, თაბახის ფურცლები, ამობეჭდილი მასალა (ვიდეორგოლი „ბაზრის კვლევა“)

აქტივობა 1. „ლეოსა და ელენას ამბავი“ (20 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს ყოფს 4-5 ჯგუფად და სთხოვს მათ, 5 წუთის განმავლობაში წაიკითხონ ტექსტი.

მეგობრებმა, ელენამ და ლეომ, რომლებიც დასაქმებული იყვნენ სხვადასხვა კომპანიაში, გადაწყვიტეს, წამოეწყით საკუთარი ბიზნესი. ისინი ბავშვობიდან პატარა ქალაქში ცხოვრობდნენ და მეზობლები იყვნენ. ახლა ქალაქის მოსახლეობა 15 ათასს შეადგენს. ამ ქალაქში მცხოვრები ახალგაზრდების რაოდენობა (18-დან 40 წლამდე) მთელი მოსახლეობის 32%-ია, არასრულწლოვნების კი – 18%. ქალაქში განვითარებულია მომსახურების სფერო, თუმცა მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა და ცხოვრების დონე არცთუ ისე მაღალია. ქალაქი საკმაოდ მშვიდი, მყუდრო და ლამაზია. მის ცენტრალურ ნაწილში არის ცნობილი ქუჩა, სადაც ბევრ კაფე-ბარს ნახავთ, თუმცა ბევრი ხალხი აქ თითქმის არასდროს უნახავთ. რუკაზე ქალაქის სხვადასხვა ღირსშესანიშნაობას წააწყდებით, რომლებიც მივიწყებულია ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ და ისინი არც ჩამოსულ სტუმრებს აინტერესებთ. საერთოდ, ამ ქალაქს ტურისტები არცთუ ისე ხშირად სტუმრობენ, თუმცა ქალაქში მთავარი სარკინიგზო ხაზი გადის, თანაც ქალაქის ცენტრთან ახლოს ევროპაში ყველაზე მაღალი კოშკი მდებარეობს. ამიტომაც ტურისტებს ეს კოშკი ძალიან იზიდავს.

ელენასა და ლეოს ბავშვობიდან სურდათ, ამ ქალაქში გაეხსნათ კინოთეატრი, რომ იქ მცხოვრებლებს შეძლებოდათ როგორც ძველი, ასევე თანამედროვე ფილმების ნახვა. ბავშვობაში ელენა და ლეო ტელევიზორის ყურებისას ამბობდნენ, რომ ისინი ერთ დღესაც ქალაქში გახსნიდნენ კინოთეატრს და გაუშვებდნენ ყველა დროის საუკეთესო ფილმებს; ამით თანამოქალაქეთა ყოველდღიურ ცხოვრებასაც გაამრავალფეროვნებდნენ და მატერიალურ კეთილდღეობასაც გაიუმჯობესებდნენ.

ელენამ და ლეომ ოცნება აისრულეს და ერთობლივი დანაშოვითა და ბანკის სესხის დახმარებით ქალაქში, გარეუბანში, ტყესთან ახლოს, საკმაოდ ლამაზ გარემოში, პატარა, მაგრამ თანამედროვე კინოთეატრი გახსნეს.

ტექსტის გაცნობის შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, რამდენიმე სიტყვით აღწერონ, მათი აზრით, როგორ განვითარდა ლეოსა და ელენას ბიზნესი. რამდენად წარ-

მატებული იქნებოდა მათი ეს გადაწყვეტილება, გაეხსნათ კინოთეატრი ქალაქში? 5 წუთის განმავლობაში თითოეული ჯგუფი გამოთქვამს საკუთარ ვარაუდს. ფასილიტატორი აგრძელებს, რომ **ორი თვის შემდეგ ელენასა და ლეოს ფინანსური პრობლემები შეექმნათ, მათი ბიზნესი გაკოტრების პირას იყო...** ფასილიტატორი მოსწავლეებს ეკითხება: თქვენი აზრით, რამ გამოიწვია მოვლენების ამგვარი განვითარება? შემდეგ მოსწავლეთა ვარაუდებს წერს დაფაზე.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: იმ შემთხვევაში, თუ მოსწავლეების მსჯელობაში არ დასახელებდა ელენასა და ლეოს შეცდომა (მათ წინასწარ არ შეისწავლეს ბაზარი, არ გამოიკვლიეს ადგილობრივი მცხოვრებლების მოსაზრებები, სურდათ თუ არა კინოთეატრის გახსნა), შეეცადეთ, დაუსვათ მიზნობრივი კითხვები, კერძოდ:

1. კინოთეატრის გახსნამდე რა საკითხების შესახებ უნდა შეეგროვებინათ ინფორმაცია ელენასა და ლეოს (მომხმარებლის მოთხოვნის, ბაზრის საჭიროებების, ქალაქის მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის, მათი ინტერესების შესახებ)?
2. როგორ შეიძლება მათ მიეღოთ ეს ინფორმაცია (ჩაეტარებინათ კვლევა, გამოეკითხათ მოსახლეობა, ტურისტები...)?
3. რა ფაქტორები შეიძლება გამხდარიყო ბარიერი მომხმარებლისთვის, ხშირად წასულიყვნენ კინოთეატრში (ადგილმდებარეობა, ფასი, თავად ფილმების ჟანრი, რომლებიც შეიძლება არ ემთხვეოდა მოსახლეობის ინტერესებს)?

აქტივობა 2. დისკუსია (15 წთ)

მას შემდეგ, რაც მოსწავლეები უპასუხებენ ზემოთ ჩამოთვლილ კითხვებს, ფასილიტატორი აღნიშნავს, რომ ბიზნესის დაწყებამდე მნიშვნელოვანია სხვადასხვა სახის ინფორმაციის მოპოვება და შეგროვება. ეს კი შესაძლებელი ხდება ბაზრის კვლევის ჩატარებით. ფასილიტატორი განმარტავს, რომ ბაზრის კვლევა გულისხმობს ინფორმაციის შეგროვებას, რათა გადაწყვიტოთ, თუ როგორ განაგრძოთ ბიზნესი, განავითაროთ თქვენი პროდუქტი, ფასები და გაყიდვის სფერო, რომ საბოლოოდ გახდეთ მომგებიანი საწარმო.⁴

აქტივობა 3. საინფორმაციო ვიდეორგოლის ჩვენება და მცირე განხილვა (15 წთ)

ფასილიტატორი მომზადებული ვიდეორგოლის საშუალებით მოსწავლეებს აწვდის ინფორმაციას ბაზრის კვლევის შესახებ და განიხილავს მას 10 წუთის განმავლობაში.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: ბაზრის კვლევის დაგეგმვისა და ჩატარების დროს მნიშვნელოვანია რამდენიმე საკითხის გათვალისწინება:

- სასურველია, წინასწარ განისაზღვროს შედეგები, რის მიღწევა გსურთ კვლევის ჩატარებით. ჩამოაყალიბეთ თქვენი პროექტის მიზანი;
- განსაზღვრეთ კვლევის სფერო, საკითხები – მნიშვნელოვანია, თავდაპირველად სწორად დასვათ კითხვები, რაზე გსურთ ინფორმაციის შეგროვება, კონკრეტულად რა საკითხები გაინტერესებთ? დასვით ეს კითხვები სამუშაო ჯგუფში და განსაზღვრეთ კვლევის პრიორიტეტული მიმართულებები.
- იმისთვის, რომ გქონდეთ მეტი ინფორმაცია (რაც, თავის მხრივ, კვლევის ეფექტურად დაგეგმვაში ძალიან დაგეხმარებათ), შეისწავლეთ მსგავსი საწარმოები, მათი მუშაობის სპეციფიკა, მომხმარებლები. ეს უკანასკნელი ძალიან მნიშვნელოვანია, რადგან სამიზნე ჯგუფის სწორად შერჩევა თქვენი წარმატების საწინდარი გახდება.

4 https://pdst.ie/sites/default/files/Student%20enterprise%20manual.pdf?fbclid=IwAR0TxRQIY2aploBUc-Za-prwwYOEKXn_qwoOFbNBrHJzkEoYpTgViq7-UqMs

- აირჩიეთ მონაცემთა შეგროვების მეთოდი: თვისებრივ კვლევას გამოიყენებთ თუ რაოდენობრივს (საკითხავი მასალა – დანართი 1)? კითხვარი დაგჭირდებათ თუ გაიდღაინინი? მეთოდის შერჩევის შემდეგ ჯგუფთან ერთად უნდა შედეგს კვლევის ინსტრუმენტი, რომლითაც იხელმძღვანელებთ.
- დაგეგმეთ/ორგანიზება გაუწიეთ და ჩაატარეთ გამოკითხვა, შეხვედრები, რომელთა საშუალებითაც მონაწილეებისგან მიიღებთ თქვენთვის საინტერესო ინფორმაციას. შეაგროვეთ ისინი, გააანალიზეთ მონაცემები და აღწერეთ, რა შედეგები მიიღეთ კვლევის შემდეგ.
- გადახედეთ კვლევის შედეგებს, შეამოწმეთ, რამდენად იყო მიღწეული თქვენი მიზანი, მიიღეთ თუ არა სასურველი შედეგი. შემდეგ კი მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე განსაზღვრეთ თქვენი სამოქმედო გეგმა; გადაწყვიტეთ, რას გააკეთებთ ახლა.

აქტივობა 4. „წერილი მწარმოებელს“ (20 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, შეარჩიონ თავიანთი საყვარელი ერთი ნივთი/პროდუქტი, რომელიც მათ ცხოვრებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს (ეს შეიძლება იყოს ნებისმიერი რამ: ტელეფონი, კომპიუტერი, ტელევიზორი, ჯინსი, ჰიგიენური საშუალებები და სხვ.); ამის შემდეგ კი მისწერონ წერილი (ამისთვის აქვთ 10 წუთი) შერჩეული პროდუქტის მწარმოებელს, რომელშიც აღწერენ:

- რა მოსწონთ ამ პროდუქტში? რით დაიმსახურა ამ პროდუქტმა მოწონება? კონკრეტულად რა დეტალები ხდის ამ პროდუქტს მიმზიდველს/კომფორტულს?
- რა არის ისეთი, რაც მოსწავლეს ამ პროდუქტში არ მოსწონს და რატომ?
- რის შეცვლას ისურვებდა წერილის ავტორი მის მიერ შერჩეულ პროდუქტში და რატომ?

დავალების შესრულების შემდეგ მოსწავლეები წერილებს გააკრავენ წინასწარ მომზადებულ დაფაზე/ფლიპჩარტზე და, თუ სურვილი ექნებათ, წაიკითხავენ.

ფასილიტატორი დისკუსიისთვის შეარჩევს ორ წერილს და მის ავტორებს. ერთი წერილის წაკითხვის შემდეგ ის ამბობს, რომ მწარმოებელმა წერილის ავტორს დაუბრუნა პასუხი. მწარმოებელი სწერდა, რომ კომპანიისთვის ეს ინფორმაცია იყო ძალიან მნიშვნელოვანი, და მადლობას უხდოდა ავტორს ამგვარი უკუკავშირისთვის; აღნიშნავდა, რომ კომპანიაში ეცდებიან, რეკომენდაციებიც გაითვალისწინონ. გარკვეული პერიოდის შემდეგ კი მწარმოებელი წერილის ავტორს უგზავნის პროდუქტს, რომელიც წერილის ავტორის რეკომენდაციების ნაწილობრივ გათვალისწინებით არის დამზადებული. მეორე შემთხვევაში კი ფასილიტატორი აღნიშნავს, რომ მწარმოებელს არავითარი პასუხი არ მოუწერია წერილის ავტორისთვის და არც მისი რეკომენდაცია გაუთვალისწინებია.

ფასილიტატორი სთხოვს ორივე მონაწილეს, ისაუბრონ თავიანთ განცდებზე. რა შეიცვალა მათ დამოკიდებულებებში მწარმოებლის ამგვარი ქცევის შემდეგ? რა შეგრძნებები დაეუფლათ? გააგრძელებენ თუ არა ამ პროდუქტის მოხმარებას?

შეჯამება: ფასილიტატორი აღნიშნავს, რომ ადამიანს ყოველდღიურად ძალიან ბევრი იდეა მოსდის თავში, თუმცა, სანამ რომელიმე იდეის განხორციელებას გადაწყვეტს, კარგად უნდა დაფიქრდეს; პირველ რიგში, გამოკვეთოს ძლიერი და სუსტი მხარეები, მერე კი გაიგოს, რას ფიქრობენ სხვები მისი იდეის შესახებ, შეაფასოს სხვათა მოსაზრებები და გაითვალისწინოს ისინი, რადგან პროდუქტი (როგორიც არ უნდა იყოს ის), თუ მომხმარებლის დაინტერესებას ვერ გამოიწვევს, არსებობის შესაძლებლობას კარგავს.

მე-16 სესია – პროდუქტი, მარკეტინგი

საკითხები	• პროდუქტი • მარკეტინგი
მიზანი	• მოზარდებისთვის პროდუქტის სახეების გაცნობა; მარკეტინგის 4P სტრატეგიის გაცნობა და მისი მნიშვნელობის გაანალიზება
მეთოდები	• ჯგუფური სამუშაო, დისკუსია, მინილექცია
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, სამუშაო ფურცელი, კალამი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. ვარაუდების გამოთქმა (10 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს მიმართავს კითხვებით და ისმენს მათ ვარაუდებს:

- რას გვთავაზობს ბიზნესი პროდუქტის სახით?
– სადილი რესტორანში, პური, შოკოლადი, ნაყინი, განათლება და ა.შ.
- რა ტიპისაა პროდუქტი?
– ორი ტიპის: **საქონელი** – პური, ტანსაცმელი... და **მომსახურება** – თვითმფრინავით მგზავრობა, სადილი რესტორანში...
- თითოეული ჩვენგანი დაკავშირებული ვართ ბიზნესთან. როგორ?

– **ა. ყველანი მომხმარებლები ვართ**, მაგალითად, ვყიდულობთ პროდუქციას, ვიყენებთ ელექტროენერგიას, ვსარგებლობთ ტრანსპორტით და ა.შ.; **ბ. ზოგიერთი ჩვენგანი თავად ქმნის ბიზნესს, ნაწილი კი საქმდება სხვადასხვა ორგანიზაციაში, კომპანიაში.**

ინტერაქციის დასრულების შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებს აწვდის შემდეგ ინფორმაციას:

ბიზნესის წარმატებისთვის საჭიროა:

- შექმნას პროდუქტი, რომელიც ხალხს **სჭირდება** და იქნება **მომგებიანი**;
- მომხმარებელს საჭირო პროდუქტი მიჰყიდოს ისეთ **ფასად**, რომ მიღებულმა შემოსავალმა გადააჭარბოს ხარჯებს.

შეჯამება: ფასილიტატორი ყურადღებას ამახვილებს ხაზგასმულ სიტყვებზე: საჭიროება, ფასი, მოგება. სწორედ ეს საკვანძო ცნებები თამაშობს მნიშვნელოვან როლს საწარმოს წარმატების პროცესში. მეწარმემ უნდა იფიქროს საჭირო ინოვაციური პროდუქტის შექმნაზე, რომელიც ხალხისთვის იქნება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი,

მდგომარეობის შემამსუბუქებელი და სხვ. ამასთან, ხშირ შემთხვევაში გადამწყვეტ როლს თამაშობს პროდუქტის ფასი, რომელიც იმგვარად უნდა განისაზღვროს, რომ გათვალისწინებულ იქნეს მოგების შესაძლებლობაც.

აქტივობა 2. ბებია თამარის ისტორიის განხილვა (20 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ყოფს 3-4 ჯგუფად, ურიგებს სამუშაო ფურცლებს და აძლევს მითითებას:

10 წუთის განმავლობაში ყურადღებით გაეცანით დათოს ბებიის ბიზნესის ისტორიას; მომდევნო 10 წუთის განმავლობაში წარმოიდგინეთ თავი დათოს ადგილას და გაეცით პასუხი შესაბამის კითხვებს:

- რა საკითხებზე დაფიქრებას ურჩევდით კონდიტერს?
- როგორ რჩევებს მისცემდით ბებია თამარს?

სამუშაო ფურცელი 1.

„თამარა ბებოს საკონდიტრო“

დათოს ბებია, თამარი, კარგ კონდიტერად ითვლებოდა. ახლობლებში განსაკუთრებით დიდ მოწონებას იმსახურებდა მისი ნამცხვრები და ტორტები. ხშირად ახლობლები ქალბატონ თამარს სთხოვდნენ დაბადების დღეებისა და წვეულებისთვის რაიმეს გამოცხობას, რასაც თამარი ყოველთვის დაუშარებლად აკეთებდა. ნათესავის რჩევით, შემოსავლის მიღების მიზნით თამარმა გადაწყვიტა, ნამცხვრები არა მარტო მეგობრებისთვის, შეკვეთებითაც დაემზადებინა. ბებიისათვის ბიზნესის დაწყება საკმაოდ იოლი იყო: მას არ დასჭირვებია დამატებითი დანადგარის თუ მოწყობილობის შესყიდვა; პირველმა კლიენტებმაც არ დააყოვნეს – ისინი, ძირითადად, მისი ნათესავ-მეგობრების ნაცნობები იყვნენ, რომლებსაც ქალბატონი თამარის ოჯახში სტუმრობისას დავემოვნებული ჰქონდათ მისი ნახელავი. თამარი საზოგადოებისთვის კარგად ცნობილი დასახელების ტორტებსა და ნამცხვრებს აცხობდა. ფასი მარტივი პრინციპით დაადგინა – გაეცნო არსებულ ფასებს და თავის ნახელავს იგივე ფასები დაადო. მან ჩათვალა, რომ თანაბარი ფასის შემთხვევაში, მის პროდუქციას გემოს მხრივ უპირატესობა ექნებოდა და მომხმარებელი მას აირჩევდა. გარდა ამისა, ქალბატონი თამარი თვლიდა, რომ მომხმარებელს „ოჯახური“ ნამცხვრის მიმართ უფრო მეტი ნდობა ჰქონდა. დროთა განმავლობაში ქალბატონი თამარის კლიენტთა წრეც იზრდებოდა და შეკვეთებიც მატულობდა. თამარმა თავის საქმეში დამხმარეებად ორი ნათესავი გოგონაც ჩართო, რა თქმა უნდა, სათანადო ანაზღაურებით. თამარისთვის წამოწყებული საქმე საკმაოდ სარფიანი აღმოჩნდა – შემოსავალი ხარჯებს საგრძნობლად აჭარბებდა. ჩანაწერების რვეულში თამარი თავის შემოსავალსა და ხარჯებს კვირების მიხედვით ასე ალაგებდა:

9-2 მაისი გაიყიდა:	გაწეული ხარჯები	დამხმარეების ხელფასი	სულ ხარჯი	მოგება
10 ტორტი (10×30) = 300 ლარი 15 ლანგარი ნამცხვარი (15×20) = 300 ლარი სულ 600 ლარი	10 ტორტი (10×30) = 300 ლ. 15 ლანგარი ნამცხვარი (15×20) = 300 ლარი სულ 600 ლარი ფქვილი – 15 კგ – 12 ლარი კვერცხი – 300 ცალი – 30 ლარი შაქარი – 15 კგ – 15 ლარი კარაქი – 9 კგ – 27 ლარი შოკოლადი – 500 გ – 5 ლარი ვანილი – 35 ცალი – 3.5 ლარი ნიგოზი – 4 კგ – 40 ლარი მარწყვი – 10 კგ – 15 ლარი ქიშმიში – 1 კგ – 4 ლარი კაკაო – 1 კოლოფი – 2 ლარი თაფლი – 1 კგ – 9 ლარი რძე – 20 ლიტრი – 22 ლარი არაჟანი – 6 ქილა – 7.8 ლარი შედედებული რძე – 30 ქილა – 45 ლარი (50×2) – 100 ლარი – 337.3 ლარი	(50×2) = 100 ლ.	– 337.3 ლ.	– 337.3 ლ.

საკმაოდ დიდხანს ბებია თამარის ბიზნესი შემოსავალს სტაბილურად იძლეოდა. თუმცა დროთა განმავლობაში ის პრობლემებს წააწყდა – გაეზარდა ხარჯები და, შე-საბამისად, იძულებული გახდა, პროდუქტზე ფასებიც მოემატებინა. თუ ადრე მან ფასი ადვილად დაადგინა (ვინაიდან გარშემო ტკბილეულს ყველა დაახლოებით ერთ და იმავე ფასად ყიდდა), ახლა აღმოჩნდა, რომ, როგორც ნამცხვრები, ასევე მათი ფასები საკმაოდ განსხვავებული გახდა. ამ გარემოებამ თამარი საკონტენტოში ჩააგდო – რა ფასი დაედო თავისი პროდუქციისთვის? მან შექმნილ სიტუაციაში ასეთი გამოსავალი ამჯობინა – ფასები ხარჯების ზრდის პროპორციულად გაზარდა. თუმცა, როგორც აღ-მოჩნდა, თამარის მიერ გაყიდული ტორტებისა და ნამცხვრების რაოდენობამ კლება იწყო, რაც თავისთავად იწვევდა შემოსავლის შემცირებას. თამარი საბოლოოდ დაიბ-ნა; მიუხედავად იმისა, რომ მისი ნამცხვრები კვლავაც გემრიელი და მაღალი ხარის-ხის იყო, მისდა გასაკვირად, მომხმარებლის რაოდენობა იკლებდა. როცა თამარის

შვილიშვილმა დაინახა, რომ ბებიას უჭირდა, გადაწყვიტა, გამოეყენებინა ბიზნესის სკოლაში მიღებული ცოდნა და მისი ბიზნესისთვის ეშველა.

მას შემდეგ, რაც მოზარდები წარმოადგენენ საკუთარ ნამუშევრებს, ფასილიტატორი მათ უზიარებს რჩევებს, რომლებიც დათმობს მისცა ბებიას საკონდიტროს ეფექტური ფუნქციონირებისთვის:

შვილიშვილმა ბებიის ბიზნესი გააანალიზა და ურჩია, შემდეგ საკითხებზე დაფიქრებულიყო:

მნიშვნელოვანია, თავდაპირველად განვსაზღვროთ:

- **ვინ იქნება ჩვენი მომხმარებელი?**
- **რომელი ნამცხვრები გამოვაცხოთ?**
- რა ფასი დავადოთ?
- როგორ მივიტანოთ ნამცხვარი მომხმარებელამდე?
- რა გავაკეთოთ, რომ მომხმარებელს ჩვენი ნამცხვრის ყიდვა მოუნდეს?
- როგორ აღვრიცხოთ ხარჯები?
- როგორ განვავითაროთ ბიზნესი?

შენიშვნა: პირველი ორი დებულება გამოყოფილია. შესაძლებელია, ფასილიტატორმა მოზარდებს ამის მიზეზი ჰკითხოვს. ისინი გამორჩეულია იმიტომ, რომ ამ საკითხებზე უკვე იმსჯელეს წინა სესიებზე, ხოლო დანარჩენ საკითხებს მიეძღვნება მიმდინარე და მომდევნო სესიები. ასევე შეიძლება მოზარდებმა მანამდე აღნიშნონ, რომ ბაზრის კვლევა ითვალისწინებს ზემოთ ჩამოთვლილ საკითხებს და განვლილ სესიებზე მიღებული ცოდნა დავალების შესრულების პროცესში სასარგებლო აღმოჩნდა.

ფასილიტატორი აგრძელებს დათოს რჩევების განხილვას. შვილიშვილი ბებიას გამოსავლად მარკეტინგული გეგმის შემუშავებას ურჩევს. ამისთვის თავდაპირველად სთავაზობს განმარტებას:

მარკეტინგის უმნიშვნელოვანესი ამოცანა არის მომხმარებლების მოზიდვა და შენარჩუნება მათთვის საჭირო პროდუქტების შეთავაზებით. ამ მიზნის მისაღწევად უნდა შევისწავლოთ, რა სურს მომხმარებელს, რამდენი უნდა ღირდეს პროდუქტი; ამასთან, აუცილებელია გაყიდვებისა და რეკლამის (სტიმულირების) მეთოდების გამოყენებაც.

როდესაც კომპანია იღებს გადაწყვეტილებას, დააკმაყოფილოს მომხმარებლები, შეიმუშავენ 4P მარკეტინგულ კომპლექსს: პროდუქტი, ფასი, ადგილი/დისტრიბუცია, რეკლამა (Product, Price, Place/Distribution, Promotion).

შეჯამება: მნიშვნელოვანია, სესიის განმავლობაში მოზარდებმა გააანალიზონ წარმატებული სამეწარმეო საქმიანობისთვის საჭირო და გასათვალისწინებელი სტრატეგიები: პროდუქტის სახეობა (მომსახურებაც პროდუქტია, რომლის ხარისხზე ზრუნვაც ასევე მნიშვნელოვანია), ფასის განსაზღვრა, პროდუქტის მომხმარებელამდე მიტანა და რეკლამირება. მოზარდები გაიაზრებენ იმ კომპლექსურ მიდგომას, რომელსაც ითვალისწინებს და გეგმავს მწარმოებელი ბაზარზე პროდუქტის გატანამდე.

მე-17 სესია – როგორ მუშაობს ბაზარი?

საკითხები	• ბაზარი • მოთხოვნა-მიწოდება, კონკურენცია
მიზანი	• მოზარდებისთვის ბაზრის ძირითადი კანონზომიერებების გაცნობა; მოთხოვნა-მიწოდების პროცესის გავლენა პროდუქტის წარმოებასა და ფასზე; კონკურენციისა და მონოპოლიის ცნებების გააზრება
მეთოდები	• კითხვა-პასუხი, ვარაუდების გამოთქმა, მინილექცია, ჯგუფური აქტივობა
რესურსები	დრო: 55 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, თაბახის ფურცლები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. კითხვა-პასუხი (5 წთ)

ფასილიტატორი ჯგუფს მიმართავს კითხვით: **რატომ მიდიან ადამიანები ბაზარში?** და ინიშნავს მოზარდების მოსაზრებებს. ადამიანები ბაზარში დადიან იმისთვის, რომ იყიდონ ან გაყიდონ რამე, ანდა გაიგონ პროდუქტის ფასი.

აქტივობა 2. ანიმაციური ვიდეორგოლის ჩვენება (10 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს აჩვენებს ანიმაციურ ვიდეორგოლს, რომელიც მოთხოვნა-მიწოდების თემატიკას ეხება. ანიმაციაში ბანანების მაგალითზე განხილულია, რა ემართება ფასს, როდესაც მოთხოვნა მეტია, ხოლო მიწოდება – ნაკლები. ფასი იკლებს მაშინ, როცა მიწოდება ჭარბია, ანუ პროდუქტი დიდი რაოდენობით არის ბაზარზე წარმოდგენილი; ხოლო, თუ მოთხოვნა მეტია, მიწოდება კი – ნაკლები, პროდუქტის ფასი იმატებს. როცა ძვირდება პროდუქტი, ასეთ შემთხვევაში მოთხოვნა იკლებს, რადგან მომხმარებელმა შეიძლება უარი თქვას გაზრდილ ფასზე და აღარ შეიძინოს პროდუქტი. იმ შემთხვევაში, როცა მოთხოვნა უტოლდება მიწოდებას, ყალიბდება საბაზრო ფასი.

ანიმაციური ვიდეორგოლის ხანმოკლე განხილვის შემდეგ ფასილიტატორი აჯამებს აქტივობას მომდევნო სლაიდით და განმარტავს თითოეულ ტერმინს:

მოთხოვნა (DEMAND) – ადამიანების ნაწილი მზადაა გარკვეული საქონლისა და მომსახურების შესაძენად;

მიწოდება (SUPPLY) – ადამიანის მზაობა, გაყიდოს განსაზღვრული რაოდენობის საქონელი და მომსახურება სხვადასხვა ფასად;

საბაზრო ფასი (MARKET VALUE) – როცა მიწოდება უტოლდება მოთხოვნას, თუმცა ის მუდმივად იცვლება ადამიანების ინტერესებსა და შესაძლებლობებთან ერთად.

აქტივობა 3. მინიდიკუსია (10 წთ)

ფასილიტატორი ჯგუფს მიმართავს კითხვით: რამდენი უნდა ღირდეს წყალი? მოზარდები გამოთქვამენ ვარაუდებს: რა ხარჯი შეიძლება ჰქონდეს მეწარმეს, რომელიც სასმელ წყალს აწარმოებს, ან კომპანიას, რომელიც მოსახლეობისთვის წყლის მიწოდებას უზრუნველყოფს? შესაძლებელია, ერთმანეთს შეადარონ ფასები. საქართველოში მაგალითად, ბოთლში ჩამოსხმული 0.5 ლ წყალი ღირს 0.80 თეთრი, ხოლო იმავე მოცულობის წყალი ევროპაში – 3.2 ევრო.

შეჯამება: წყლის ფასი, ისევე, როგორც სხვა საქონლისა, უამრავ ფაქტორზეა დამოკიდებული, თუმცა მთავარ როლს მიწოდება და მოთხოვნა ასრულებს.

შესაძლებელია, მოთხოვნა-მიწოდების გავლენის საილუსტრაციოდ ფასილიტატორმა განიხილოს პირბადეების მაგალითი: რა ღირდა ისინი პანდემიის დაწყებამდე, რა დამართა ფასს მაშინ, როცა მოთხოვნა გაიზარდა, და როგორ დარეგულირდა საბაზრო ფასი, როცა მოთხოვნა-მიწოდება ერთმანეთს გაუტოლდა.

აქტივობა 4. მინილექცია (20 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს განუმარტავს ფასწარმოქმნის პროცესში გასათვალისწინებელ საკითხებს: კომპანიის ხელმძღვანელობა უნდა ცდილობდეს, ისეთი ფასი დაადოს პროდუქტს, რომელიც დაფარავს მის წარმოებასთან, განაწილებასა და გაყიდვასთან დაკავშირებულ ხარჯებს და მაქსიმალურ მოგებას მოუტანს კომპანიას.

შესაბამისად, პროდუქტის წარმოება დაკავშირებულია სხვადასხვა დანახარჯთან. საქმიანობიდან გამომდინარე, ხარჯი იცვლება.

წარმოებასა და რეალიზაციაზე დახარჯული ყველა ხარჯი – ეს საერთო დანახარჯია; ხოლო საერთო დანახარჯის შეფარდებას წარმოებული პროდუქციის რაოდენობასთან საშუალო დანახარჯი ეწოდება.

„ფასის განსაზღვრა – ეს ალბათ ყველაზე რთული საქმეა, – ამბობს ჩარლზ ტოფტო, ჯორჯ ვაშინგტონის უნივერსიტეტის მენეჯმენტის მეცნიერებათა ასოცირებული პროფესორი, – ეს ნაწილობრივ ხელოვნებაა და ნაწილობრივ – მეცნიერება“. <https://www.inc.com/guides/price-your-products.html>

	1	2 ფასწარმოქმნა მიზნობრივი მოგების მიხედვით
ფასწარმოქმნის მეთოდები	დანახარჯი+დანამატი	ფასი= მთლიანი დანახ. მიზნობრივი მოგების % X მთლიან დან./მოსალოდნელი გაყიდვები
მაგ.,	გასაყიდი ფასი 75 ლ -დანახარჯი 50ლ= ფასნამატი 25 ლ	1280000+0.20*1280000/8000=19,2 ლ ფასი 20% მოგების შემთხვევაში

ფასწარმოქმნა – მარკეტინგის კუთხით, ერთ-ერთი ყველაზე რთული პროცესია, რომელიც დაკავშირებულია მრავალ ფაქტორთან. იმისთვის, რომ მოზარდებს ამ პროცესის აღქმა გაუადვილდეთ, შეირჩა რამდენიმე ყველაზე მარტივი ხერხი:

1. ფასწარმოქმნის პირველი მეთოდი ყველაზე მარტივი მაგალითია და იანგარიშება დანახარჯისა და დანამატის ჯამით. ფასნამატი გამოიანგარიშება შემდეგნაირად: ვთქვათ, პროდუქტის ფასია 75 ლარი, დანახარჯი – 50 ლარი, ფასნამატი (მათი სხვაობა) 25 ლარი გამოვა;
2. მეორე მეთოდის თანახმად, ფასი მიზნობრივი მოგების მიხედვით იანგარიშება. ვთქვათ, კომპანია გეგმავს 8000 ყურსასმენის გაყიდვას (მოსალოდნელი გაყიდვა), პროდუქტის მთლიანი დანახარჯია 1 280 000 ლარი. ფასწარმოქმნის პროცესში კომპანიამ მოგებად 20% განსაზღვრა. ასეთ შემთხვევაში ერთი ყურსასმენის ფასი შემდეგნაირად დაანგარიშდება:
მთლიან დანახარჯს+ მიზნობრივი მოგების პროცენტი/მთლიანი დანახარჯი =

მოსალოდნელი გაყიდვების ოდენობა
= $1280000 + 0.20 \times 1280000 / 8000 = 19.2$ ლარი

3. ფასის განსაზღვრა ბაზარზე მიღებული ფასების დიაპაზონში – ასეთ შემთხვევაში:
 - ა) ბაზარზე არსებული ფასების მიხედვით ლიდერი კომპანია უკარნახებს ფასს სხვა მწარმოებლებს;
 - ბ) კომპანიებს აღარ უხდებათ დამატებითი რესურსის დახარჯვა იმის გამოსავლენად, თუ რას გადაიხდის მყიდველი.

ფასილიტატორი ასევე გააცნობს მოზარდებს სპეციალურ ელექტროკალკულატორს, რომლის გამოყენებითაც შეიძლება ხელნაკეთი ნივთების ფასის დაანგარიშება. <https://www.mydesignsinthechaos.com/pricing-calculator/> მნიშვნელოვანია, ყურადღება გამახვილდეს იმაზე, რომ ფასწარმოქმნის ფორმულაში გათვალისწინებულია დახარჯული დროის კოეფიციენტი.

ფასილიტატორი აგრძელებს ინფორმაციის მიწოდებას მარკეტინგის კომპლექსური სტრატეგიის კომპონენტის შესახებ. ამ დრომდე სესიის პირველი ნაწილი მიეძღვნა პროდუქტისა და ფასის რაობის განმარტებას, სესიის მეორე ნახევარი კი ადგილისა და რეკლამის მარტივ განმარტებას ეხება. მნიშვნელოვანია, ფასილიტატორმა თითოეული საკითხის განხილვაში მაქსიმალურად ჩართოს მოზარდები, გახადოს პროცესი ინტერაქტიური.

ადგილი – ცხადია, ნებისმიერი პროდუქტი მწარმოებლიდან მომხმარებელამდე უნდა მივიდეს. გზებს, რომელთა საშუალებითაც ისინი ერთმანეთს უკავშირდება, ეწოდება **დისტრიბუციის (განაწილების) არხები**. მწარმოებლების უმრავლესობა თავის პროდუქტს შუამავლების მეშვეობით ყიდის.

რეკლამა – ერთობლიობა იმ მეთოდებისა, რომლებითაც მეწარმე შეძლებს, დაარწმუნოს მომხმარებელი, შეიძინოს ის, რასაც თავად ყიდის – საქონელი, მომსახურება, იდეა. რეკლამის 3 ძირითადი მიზანია: ინფორმირება, დარწმუნება, შესხენება.

რეკლამა ლათინური სიტყვაა და „წამოყვრებას“ ნიშნავს. ის გამოიყენება მომხმარებელზე ზეგავლენის მოხდენის მიზნით.

ეგვიპტური პაპირუსი განიხილება, როგორც პირველი რეკლამა წერილობითი ფორმით (პირველი ინფორმაცია მონების გაყიდვის შესახებ). იგი ინახება ლონდონის მუზეუმში. <https://www.teachingentrepreneurship.org/category/exercises/>

კონკურენცია – მდგომარეობა, როცა მსგავსი საქონლის მრავალი გამყიდველი ცდილობს მომხმარებლების მიზიდვას და მეტის გამომუშავებას პროდუქტის გაყიდვით.

განმარტების შემდეგ ფასილიტატორი მიმართავს ჯგუფს: როგორ ფიქრობთ, რა სარგებელი აქვს კონკურენციას? მოზარდები გამოთქვამენ საკუთარ მოსაზრებებს. ფასილიტატორი ამ ეტაპზე არ ერთვება დისკუსიაში. ის მხოლოდ ინიშნავს მოსაზრებებს.

ამის შემდეგ ფასილიტატორი განმარტავს **მონოპოლიის** ცნებას – ესაა მდგომარეობა ბაზარზე, როცა განსაზღვრული სერვისის ან საქონლის მხოლოდ ერთი მიმწოდებელია. ამ შემთხვევაშიც ფასილიტატორი სთხოვს მოზარდებს, დაეხმარონ მას მონოპოლიური და კონკურენტუნარიანი ბაზრის შედარებაში. მოზარდები გამოთქვამენ მოსაზრებებს იმის შესახებ, თუ როგორი არჩევანი ექნება მყიდველს (შემზღუდული, მრავალფეროვანი) თითოეული სახის ბაზრის შემთხვევაში; როგორი ფასები იქნება გაბატონებული (მაღალი, მრავალფეროვანი საბაზრო ფასები); როგორი იქნება პროდუქტის ხარისხი (დაბალი, მაღალი) და ა.შ.

აქტივობა 5. საგარჯიშო „ნივთი, რომელიც საჭიროა სოფელში“ (20 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ყოფს 3-4 ჯგუფად. მათ აქვთ 30 ლარი და ამ ფასად უნდა შეიძინონ საჭირო ინვენტარი თავიანთი პროდუქტის შესაქმნელად. პროდუქტი უნდა იყოს საჭირო სოფლის მოსახლეობისთვის. რესურსის შეძენა შესაძლებელია ფასილიტატორისგან: მაგალითად, თაბახის 5 ფურცელი – 10 ლარი, თითო ფერის მარკერი – 3 ლარი, „სკოჩი“ – 3 ლარი და ა.შ. იგი თავად განსაზღვრავს ფასსა და დამატებით რესურსს.

ჯგუფები შეიძენენ ნედლეულს და შეუდგებიან თავიანთი იდეის განხორციელებას (იდეები, შესაძლოა, იყოს შემდეგნაირი: მაგალითად, ინოვაციური, განსაკუთრებული მახასიათებლების მქონე ქუდი, რომელიც მზისა და წვიმისგან იცავს, ჩანთა-მაცივარი, რომელიც საჭმელს მუდმივ ტემპერატურას უნარჩუნებს და ა.შ.). პროდუქტის შექმნის შემდეგ ფასილიტატორი, რომელიც ამჟამად ინვესტორის როლს ირგებს, ისმენს ჯგუფების პრეზენტაციებს – ისინი საკუთარი პროდუქტების უპირატესობებზე საუბრობენ. მნიშვნელოვანი გარემოებაა ის, რომ წარმოებული პროდუქტის მინიმალური გასაყიდი ღირებულება უნდა იყოს 40 ლარი.

შეჯამება: მნიშვნელოვანია, ფასილიტატორმა წაახალისოს მოზარდები, რომ მათ გამოიყენონ განვლილ სესიებზე მიღებული ცოდნა, ან პრეზენტაციისას თავად შეახსენოს საკითხები, რომელთა გათვალისწინებაც მნიშვნელოვანია პროდუქტის წარმოების პროცესში. ასევე შესაძლებელია, ჯგუფებს დაუსვას კითხვები ინფორმაციის დაზუსტების მიზნით: როგორ ფიქრობთ, თქვენ ერთადერთი მწარმოებელი ხართ ბაზარზე, თუ არა? როგორი განცდაა, როცა ხართ ლიდერი გაყიდვების სფეროში? მონოპოლიის შემთხვევაში, დაგეხმარებოდათ თუ არა თქვენი მდგომარეობა განვითარებაში? რატომ?

ბოლო სლაიდზე შეჯამებულია კონკურენტული ბაზრის სარგებელი: გამყიდველებს შორის კონკურენციის გამო, როგორც წესი, ფასები იკლებს, ხოლო პროდუქტისა და მომსახურების ხარისხი იზრდება. კონკურენტული და მრავალფეროვანი ბაზრის პირობებში მხოლოდ მომხმარებელია მოგებული!

გამოყენებული რესურსი:

ვაჩნაძე, რ. და თურქია გ.; 2011; *ბიზნესის საფუძვლები*; თავისუფალი უნივერსიტეტის გამოცემლობა

<https://www.teachingentrepreneurship.org/category/exercises/>

<https://www.inc.com/guides/price-your-products.html>

მე-18 სესია – მომხმარებელზე ორიენტირება, რეკლამა

საკითხები	• მომხმარებელზე ორიენტირება • რეკლამა
მიზანი	• მომხმარებელზე ორიენტირების მნიშვნელობის გააზრება, რეალურ პრაქტიკაში პოზიტიური დამოკიდებულების აღქმა; პროდუქტის რეკლამირების მნიშვნელობის გააზრება
მეთოდები	• კითხვა-პასუხი, დისკუსია, ჯგუფური აქტივობა
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, თაბახის ფურცლები, კალამი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. კითხვა-პასუხი (5 წთ)

ფასილიტატორი ჯგუფს აცნობს გავრცელებულ დებულებას: „მომხმარებელი ყოველთვის მართალია“ და სვამს კითხვას: რატომ?

მოზარდები გამოთქვამენ მოსაზრებებს. შესაძლებელია, მათ მოიყვანონ მაგალითები საკუთარი გამოცდილებიდან. იმ შემთხვევაში, თუ რომელიმე მათგანი არ ეთანხმება ამ დებულებას, მნიშვნელოვანია, ფასილიტატორი ჩაეკითხოს, რატომ ფიქრობს ასე, და შესთავაზოს ვარიანტები; ამით დაარწმუნებს მოსწავლეს, რომ მომხმარებლის კმაყოფილება უმნიშვნელოვანესია გრძელვადიან პერსპექტივაში, რადგან სწორედ ის გაუზიარებს როგორც პოზიტიურ, ისე ნეგატიურ გამოცდილებას სხვა (პოტენციურ) კლიენტებს.

აქტივობა 2. მხატვრული ფილმების ეპიზოდების განხილვა (20 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს უჩვენებს ეპიზოდს ფილმიდან „საუზმე ტიფანისთან“ (1:06:28-დან 1:10:09-მდე), რომელშიც მთავარი მოქმედი გმირები სტუმრობენ ძვირად ღირებულ საიუველირო მაღაზიას. მათ აქვთ ძალიან შეზღუდული ბიუჯეტი – სულ 10 დოლარი. თავაზიანი კონსულტანტი გაიგებს მათ სურვილს და შეეცდება, აღმოუჩინოს დახმარება მწირი ფინანსების პირობებშიც კი.

ეპიზოდის ჩვენების შემდეგ ფასილიტატორი სვამს სადისკუსიო კითხვებს:

- რა მოგეწონათ?
- როგორია კომპანიის სტრატეგია მომხმარებლების მიმართ?
- როგორია გამყიდველის დამოკიდებულება მომხმარებლების მიმართ?

სიუჟეტის ჩვენების მთავარი მიზანია, მოზარდებმა გაიაზრონ, რომ მომხმარებელზე ორიენტირება და მის კმაყოფილებაზე ზრუნვა მნიშვნელოვანი და ეფექტიანი სტრატეგიაა. მიუხედავად მაღალი ღირებულებისა, მნიშვნელოვანია, ბრენდის მწარმოებლებს შემუშავებული ჰქონდეთ სტრატეგია ამგვარი გამონაკლისებისთვის.

მეორე განსახილველი ეპიზოდი ფილმიდან „ლამაზმანი“ (39:32-დან 41:25-მდე) საპირისპირო მაგალითს განასახიერებს. ძვირად ღირებული ტანსაცმლის მაღაზიის გამყიდველს მთავარი მოქმედი გმირის იაფფასიანი ტანსაცმელი თვალში არ მოუვა და საკმაოდ უხეშად სთხოვს მას, დატოვოს მაღაზია. მომხმარებელი იმედგაცრუებულია, თუმცა სავსე ჯიბით ტოვებს მაღაზიას. შედეგად, მაღაზიის მესვეურებმა დაკარგეს მსუყე შემოსავლის მიღების საშუალება.

ფასილიტატორი ამ შემთხვევაშიც სვამს იმავე სადისკუსიო კითხვებს მცირედენი ცვლილებით:

- რა მოგეწონათ?
- როგორია კომპანიის სტრატეგია მომხმარებლების მიმართ?
- როგორია გამყიდველის დამოკიდებულება მომხმარებლების მიმართ?
- რას შეცვლიდით?

სიუჟეტის ჩვენების მიზანია, მოზარდებმა გააანალიზონ, როგორ არ უნდა მოიქცეს გამყიდველი. მნიშვნელოვანია, კომპანიას ამგვარ სიტუაციაშიც ჰქონდეს შემუშავებული გარკვეული სტრატეგია, თუნდაც პოზიტიური უარის შემთხვევაში.

შეჯამება: მომხმარებელზე ორიენტირება, კონკრეტული საქონლის გაყიდვის თუ მომსახურების მხრივ, მნიშვნელოვანწილად ზრდის კომპანიის შემოსავლებს. მეწარმემ ბევრი უნდა იფიქროს, დასახოს მრავალფეროვანი სტრატეგიები, რათა მომხმარებელი კმაყოფილი ჰყავდეს. ცუდი გამოცდილების შემთხვევაში, ის აღარ შეიძენს პროდუქტს, კარგი გამოცდილება კი ზრდის ალბათობას, რომ მყიდველი გახდეს მისი ერთგული მომხმარებელი. ესეც ხომ რეკლამის ნაწილია.

აქტივობა 3. საინტერესო ინფორმაციის მიწოდება (5 წთ)

სესიის მეორე ნაწილი ეძღვნება რეკლამას. ფასილიტატორი მოზარდებს აცნობს განმარტებას: რეკლამა სხვადასხვა ხერხით, ხმით, ფერით მოუწოდებს, ურჩევს, აცნობს, აჩვენებს პოტენციურ მომხმარებელს პროდუქტს, რითაც ზრდის მის მიმართ ინტერესსა და შეძენის სურვილს; სარეკლამო საინფორმაციო საშუალებებია: გაზეთი, ჟურნალი, ტელევიზია, რადიო, ინტერნეტი, ბანერი და ა.შ.

ფასილიტატორი აცნობს მსმენელებს რამდენიმე საინტერესო ფაქტს:

- მსოფლიოში რეკლამირებისთვის წელიწადში 500 მილიარდი დოლარი იხარჯება;
- მრავალი მკვლევრის აზრით, რეკლამა არის დედამიწაზე ყველაზე გავლენიანი ხელოვნების სფერო;
- 1900 წელს აშშ-ში შეიქმნა პირველი ბილბორდები, რომლებიც განთავსდა ქუჩებსა და მაგისტრალებზე;
- რეკლამებში ნაჩვენები საათების გამოსახულების უმრავლესობა აჩვენებს დროს 10:10, რადგან ისრების ასეთი განლაგება ქმნის პოზიტიურ განწყობას (□);
- აშშ-ის ფსიქოლოგთა ასოციაციის (APA) ცნობით, 8 წლამდე ბავშვები კრიტიკულად ვერ იაზრებენ რეკლამას, მათთვის სიუჟეტი ჭეშმარიტებაა. <http://veroling.com/50-incredible-facts-about-advertising>

მომხმარებელზე ზემოქმედებისთვის არსებობს სხვადასხვა მეთოდი:

საინფორმაციო მეთოდი – მომხმარებელი იღებს ინფორმაციას პროდუქტზე ან საქონელზე მიმართვის ან რჩევის სახით, უმეტესად, რაიმე მომსახურების შეთავაზებისას;

ემოციური მეთოდი – ემოციური გემოქმედება დარწმუნების საუკეთესო საშუალებად ითვლება და ის საბოლოოდ მომხმარებლის ქცევას განსაზღვრავს. ასეთი მეთოდი უკავშირდება ადამიანის სასიამოვნო, დადებით ემოციებს, დაკავშირებულს ოჯახთან, სიყვარულთან, გრძნობებთან. ეს მეთოდი იყენებს ასოციაციურ კავშირს გართობასთან, ცხოვრების უზრუნველ მომენტებთან. ასეთ მეთოდებს მიმართავენ პარფიუმერიის, კოსმეტიკის, სამკაულების, ლუდის, უალკოჰოლო სასმელების, საბავშვო საქონლის და სხვა პროდუქტების რეკლამირებისას.

იმორისტული მეთოდი – არცთუ ისე დიდი ხნის წინ უარყოფით მეთოდად ითვლებოდა; თითქმის რაც გაცინებს, მას სერიოზულად არ აღიქვამ და, რაც მთავარია, შიშის გაჩენის ფაქტორივით მასაც სერიოზული დოზირება ესაჭიროება, რადგან, შესაძლოა, მომხმარებელს ყურადღება გაუფანტოს. მნიშვნელოვანია მეორე მომენტიც: მოკლე დროში ასეთი რეკლამის ხშირი გამოვრება მომაბეზრებელი ხდება.

რეკომენდაციის მეთოდი – ამ დროს საქონელს ან მომსახურებას რეკომენდაციას უწევს სპეციალისტი, ექსპერტი, გამოცდილი ან ცნობილი ადამიანი. ასეთ მეთოდს ჩვენში განსაკუთრებით ხშირად იყენებდნენ წამლების („სალხინო“), სააფთიაქო ქსელების („პსპ, თქვენი ოჯახის აფთიაქი“ – ნანი ბრეგვაძის, მედეა ჩახავასა და სხვა ცნობილი ადამიანების ოჯახების მონაწილეობით) რეკლამირებისთვის.

შეუცვლელობა – შევიძლიათ, რეკლამაში ისიც აჩვენოთ, თუ რამდენად საჭიროა თქვენი პროდუქციის ქონა. ასევე იმის ჩვენება შეიძლება, თუ რის დათმობა შეიძლება ამ პროდუქტის გამო. მაგალითად, სარეკლამო სიუჟეტში მომხმარებელი შედის მაღაზიაში რძის საყიდლად, მაგრამ ბოლოს არჩევანს მაინც თქვენს პროდუქტიაზე აკეთებს, რომელიც შეიძლება არ სჭირდებოდა.

სლოგანის ყველაზე გავრცელებული ფორმაა შეძახილი, ბრძანება ან მოწოდება მოქმედებისაკენ: „დალაიეთ Coca-Cola!“; „Dirol – იცხოვრე ღიმილით!“; „ბილაინის“ სარეკლამო სლოგანი: „იცხოვრე ნათელ მხარეზე!“ საქართველოში ეს ტექსტი ადაპტირებული იყო: „გადმოდი ნათელ მხარეზე!“, რადგანაც საჭირო იყო უკვე კარგა ხნის დამკვიდრებული „მაგთის“ და „ჯეოსელის“ აბონენტებისა და პოტენციური მომხმარებლის გადაბირება.

ცნობილი მარკეტოლოგი და კოპირაიტერი (სარეკლამო ტექსტების ავტორი) ჯო ვიტალე აყალიბებს სარეკლამო ტექსტების შედგენის 20-ზე მეტ ძირითად წესს:

- ერთ სტრიქონში ჩამოაყალიბეთ თქვენი უნიკალური ბიზნესწინადადება, რომელიც ხსნის, რით გამოირჩევა (უნიკალურია) თქვენი საქონელი ან მომსახურება კონკურენტებისაგან;
- შექმენით საინტერესო და მომგებიანი სათაური;
- წერეთ სადად, გულწრფელად, თქვენი პოტენციური მომხმარებლის სასაუბრო სტილით;
- გამოიყენეთ ემოციური მიმართვა;
- მიეცით გარანტიები;
- გამოიყენეთ „ჯადოსნური“ სიტყვები;
- გადაეცით პოზიტიური განწყობა;
- არ შესთავაზოთ უაზრობა, არ შეაცდინოთ და არ მოატყუოთ თქვენი პოტენციური კლიენტი;
- შეისწავლეთ საუკეთესო სარეკლამო ტექსტები, რომ იგრძნოთ მათი რიტმი და ა.შ.

აქტივობა 4. შექმენი შენი სატელევიზიო რეკლამის სცენარის იდეა! (20 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოზარდებს, გადანაწილდნენ ჯგუფებში ისე (იმ შემადგენლობით), როგორც იყვნენ საწარმოს მოდელირების პროცესში; ურიგებს მათ ნახევრად შევსებულ ფორმებს; სთხოვს, გაიხსენონ თავიანთი იდეები და 15 წუთის განმავლობაში მოიფიქრონ პროდუქტის შესაბამისი სარეკლამო იდეა განხილული მეთოდების გამოყენებით.

იდეების ჩამოყალიბების შემდეგ თითოეულ ჯგუფს ეძლევა 2-2 წუთი პრეზენტაციისთვის.

შეჯამება: მნიშვნელოვანია, სესიის განმავლობაში მოზარდები დაფიქრდნენ და გააანალიზონ, როგორი ძალისხმევის გაწევაა საჭირო იმისთვის, რომ მეწარმემ პროდუქტი გახადოს ცნობადი, სასურველი და მოთხოვნადი. აუცილებელი კომპონენტია მომხმარებელზე ორიენტირება, რაც გამოიხატება მენეჯმენტის მომზადებაში, რომ გაუმკლავდნენ სხვადასხვა გამოწვევას. მომხმარებელი ყოველთვის მართალია! :)

გამოყენებული რესურსი:

<http://veroling.com/50-incredible-facts-about-advertising>

http://www.tafu.edu.ge/files/pdf/Disertacia/vaja_zubashvili-disertavia.pdf

<https://lemons.ge/ka/blog/49-%E1%83%9E%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98/83-%E1%83%A0%E1%83%90-%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%93%E1%83%90-%E1%83%98%E1%83%AA%E1%83%9D%E1%83%93%E1%83%94%E1%83%97-%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%99%E1%83%9A%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%A1>

მე-19 სესია - რისკი, წარმატება, მარცხი

საკითხები	• რისკების გათვალისწინების ფაქტორები • რისკების მართვის სტრატეგიები • წარმატებისა და მარცხის ისტორიები
მიზანი	• მოზარდებმა გააცნობიერონ მარცხის მნიშვნელობა წარმატების მიღწევის პროცესში
მეთოდები	• ბრეინშტორმინგი • ჯგუფური მუშაობა; დისკუსია • კონტექსტური მაგალითი
რესურსები	დრო: 50 წთ დაფა, სამუშაო ფურცლები, კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. „ასოციაციობანა“ (5 წთ)

ფასილიტატორი საპრეზენტაციო ფაილის პირველი სლაიდით მოზარდებს უჩვენებს წარმატებული ადამიანების ფოტოების კოლაჟს და სვამს კითხვას:

ვინ არიან და რა აქვთ საერთო ამ ადამიანებს?
ბავშვებმა უნდა გამოიცნონ, რომ ყველა წარმატებული ადამიანია და მათ წარმატება აერთიანებთ!

აქტივობა 2. ინტერაქცია (15 წთ)

მცირე შესავალი ნაწილის შემდეგ ფასილიტატორი დაფას ყოფს ორ ტოლ ნაწილად – ერთ მხარეს წერს სიტყვას „წარმატება“, ხოლო მეორე მხარეს – სიტყვას „მარცხი“; მერე კი მონაწილეებს სთავაზობს, გაითვალონ პირველ-მეორეზე. პირველები სიტყვა „წარმატებაზე“ მოიფიქრებენ, რაც შეიძლება, მეტ სიტყვას/ფრაზას, მეორე ჯგუფი კი – მარცხთან დაკავშირებულ სიტყვებს, მაგალითად: ა) „ხედვა“, „გარისკვა“, „იდეა“, „ბიძგი“, „შანსი“ ... ბ) „კრახი“, „მიში“ ... და ა.შ.

აქტივობის შეჯამების დროს საუბარი წარიმართება შემდეგი კითხვების ირგვლივ:

- რას ნიშნავს თქვენთვის წარმატება? რა არის ყველაზე დიდი წარმატება თქვენს ცხოვრებაში დღეს და რა იქნება მომავალში?
- გავგიზიარეთ, როდესაც რაიმეს ვერ მიაღწიეთ, რა მოხდა? როგორ გრძნობდით თავს?

ფასილიტატორი აჯამებს მოზარდების წარუმატებლობისა თუ წარმატების ისტორიებს და განაგრძობს საუბარს მარცხზე, როგორც წარმატების მიღწევის ყველაზე გავრცელებულ წინაპირობაზე. ადამიანი სწორედ ამგვარი გამოცდილებით სწავლობს.

„ხან გაიმარჯვებ, ხან ისწავლი“... – ეს ცნობილი ფრაზა კარგად ასახავს, როგორ უნდა მივუდგეთ წარუმატებლობას. ზოგჯერ მართლაც რთულია პასუხად უარის მიღება, რაც ხშირად რისხვასა და გაღიზიანებას იწვევს როგორც ბავშვებში, ასევე მოზრდილებში. თუმცა, არ სცადო, იგივეა, რაც სცადო და უარი მიიღო. დადებითი პასუხი რომ მიიღო, წარმატებას რომ მიაღწიო, არავითარ შემთხვევაში არ უნდა დანებდე; საკუთარი თავი უნდა დაარწმუნო, რომ კიდევ და კიდევ სცადო. შეიძლება წააგე შეჯიბრება, მიიღე ცუდი შეფასება, ხარ უარყოფილი, მაინც უნდა მოახერხო, შეხედო ყველაფერს მარტივად – გამოიყენე შენი შეცდომები და დაგეგმე ცვლილებები, ყოველდღე აკეთე ის, რასაც შეიძლება უფრო ხოლმე. არ გაჩერდე, სანამ არ მიიღებ იმას, რაც გიყვარს. არ დამალო შეცდომები, იყავი მამაცი და იცხოვრე სრულფასოვანი ცხოვრებით! შესაძლებლობად აქციე მარცხი!

აქტივობა 3. „ტოიოტას“ ისტორია (30 წთ)

სესიის მეორე ნაწილში ფასილიტატორი მოზარდებს გაუზიარებს ინფორმაციას მსოფლიოში ცნობილი ბრენდის, „ტოიოტას“, შესახებ. საპრემენტაციო ფაილზე გამოჩნდება „ტოიოტას“ ლოგო. ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს: *იცით თუ არა, რომელი ბრენდის ლოგოა?* მოსწავლეები ისაუბრებენ, რა გაუგიათ მასზე, რა ინფორმაციას ფლობენ „ტოიოტას“ შესახებ. შემდეგ ფასილიტატორი მათ მოკლე ინფორმაციას მიაწოდებს, კერძოდ:

„ტოიოტას“ ისტორია იწყება XIX საუკუნეში, როდესაც საკიჩი ტოიოტამ გამოიგონა იაპონიაში პირველი ელექტროსართავი დაზგა, რამაც რევოლუცია მოახდინა ქვეყნის საფეიქრო მრეწველობაში. 1918 წლის იანვარში საკიჩიმ შექმნა „ტოიოტას“ სართავი და საქსოვი კომპანია და თავისი ვაჟიშვილის დახმარებით 1924 წელს განახორციელა თავისი ცხოვრების ოცნება – შექმნა ავტომატური სართავი დაზგა, 2 წლის შემდეგ კი – Toyota Automatic Loom Works.

კიჩირო ტოიოტაც, მამის მსგავსად, ნოვატორი იყო და 1920 წელს, ევროპასა და აშშ-ში ვიზიტების დროს, იგი დაინტერესდა ავტომობილების წარმოებით. 100 000 ფუნტი სტერ-

ლინგი, რომელიც კიიჩირომ მიიღო მამისგან მემკვიდრეობით მიღებული ავტომატური სართავი დაზგის პატენტის გაყიდვაში, მან მოახმარა ახალი კომპანიის Toyota Motor Corporation (TMC) შექმნას, რომელიც დაარსდა 1937 წელს. სართავი დაზგებიდან ავტომობილებამდე! – Toyota ავითარებს წარმოების ხაზს საზღვრების გაფართოების გზით.

1997 წელს ინოვაციური „ტოიოტის“ სახით ტოიოტამ მსოფლიოს ჰიბრიდული ტექნოლოგია გააცნო და პირველი ჰიბრიდის წარმოებიდან დღემდე 15 მილიონი ჰიბრიდული ავტომობილი გაყიდა. დღესდღეობით ტოიოტა გახლავთ მსოფლიოში ერთ-ერთი უმსხვილესი ავტომობილების მწარმოებელი. 2019 წელს ხუთივე კონტინენტის მასშტაბით მან გაყიდა 10 მილიონ მოდელზე მეტი. Fortune Global 500-ის ტოპათეულში ტოიოტა იკავებს ადგილს მსოფლიოს წამყვანი კორპორაციების გვერდით და ამაყობს იმით, რომ არის ავტომობილების მწარმოებელი, რომელიც აღფრთოვანებას იმსახურებს. კომპანიის მესვეურებს სწამთ, რომ მიღწეული წარმატება მოპოვებულია მომხმარებლის მიმართ ერთგულებით.

ინფორმაციის გაზიარების შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებს ანაწილებს ჯგუფებად და ურიგებს სამუშაო ფურცელს ტექსტით, რომელშიც მოთხრობილია „ტოიოტას“ მარცხის ისტორია, კერძოდ:

სამუშაო ფურცელი 1:

2009 წელს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში გახშირდა „ტოიოტას“ ძვირად ღირებული ბრენდის, „ლექსუსის“, კონკრეტული მოდელის ავტომობილების ავარიები. ამის გამომწვევი მიზეზი სამუხრუჭე ხუნდის გაუმართაობა იყო. გარკვეული სიჩქარის განვითარების შემდეგ მძღოლები მანქანის დამორჩილებას ვეღარ ახერხებდნენ.

„ტოიოტას“ იმიჯი მეტალის ფირფიტის გამო ერთ დღეში დაიმსხვრა. ჟურნალისტებმა მასობრივად დაიწყეს კომპანიის კრიტიკა. მოგეხსენებათ, „ტოიოტა“ წარმოადგენს ბრენდს, რომელიც ასოცირდება გამძლეობასთან, იაპონურ ხარისხთან – საქარე მინიდან დაწყებული, უკანასკნელი ტანჯიკიდან დამთავრებული, ყველაფერი უმაღლესი ხარისხისაა და, რაც მთავარია, ესაა უსაფრთხო ტრანსპორტი. თუმცა ასე იყო ადრე. შეღახული რეპუტაციის აღდგენა კი ძალზე რთული საკითხია.

დაგალება: განსაზღვრეთ პირველი ქმედება, რომელსაც კომპანია კრიზისულ სიტუაციაში განახორციელებდა; ასევე, დასახეთ მოკლე გეგმა, რომელიც მიმართული იქნება პრობლემის მოგვარებისკენ (20 წთ).

იმიტირებული ჯგუფის შემადგენლობაშია კომპანიის გაყიდვების მენეჯერი, კომპანიის გენერალური დირექტორი, კომპანიის საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერი და კომპანიის საშუალო რგოლის მენეჯერი. პრეზენტაციისთვის გამოყოფილი იქნება 5 წუთი.

მოზარდების პრეზენტაციის შემდეგ ფასილიტატორი აცნობს ინფორმაციას „ტოიოტას“ მიერ სინამდვილეში განხორციელებული კამპანიის შესახებ.

„ტოიოტამ“ 2009 წელს 8,5 მილიონი მანქანის გაყიდვა პედლების გაუმართაობის გამო მასობრივად შეაჩერა და გამოიწვია მომხმარებლების მიერ შეძენილი „ლექსუსის“ გაყიდული მოდელების დიდი პარტია.

კომპანიამ გამოაცხადა, რომ მის მიერ გაყიდული 22.6 მილიონი ავტომობილის მფლობელებს კომპენსაციას გადაუხდიდა აღმოჩენილი დეფექტების გამო, რომლებიც მანქანის მოულოდნელ აჩქარებას იწვევს. საერთო ჯამში, ეს აქცია იაპონურ კომპანიას 1.63 მილიარდი დოლარი დაუჯდა.

„ტოიოტას“ წუნდებული სატერფულების ისტორია სათავეს 2009 წლიდან იღებს, როდესაც ქალაქ სან-დიეგოში ადგილობრივ პოლიციელს სედან „ლექსუს ES 350“-ის მართვისას საბედისწერო ავარია მოუვიდა. მის გარდა, მანქანაში მისი ოჯახის სამი წევრიც იმყოფებოდა (ყველა დაიღუპა). მაშინ გამოძიებამ დაადგინა, რომ ავარიის მიზეზი გახდა შემდეგი: ყველგანმავალ ავტომობილებში პატარა ხალიჩები არასწორად იყო დაფენილი, ამიტომ ისინი აქსელერატორის პედალს ედებოდა, რაც მანქანის მოულოდნელ აჩქარებას იწვევდა.

სასამართლოს გადაწყვეტილებით, „ტოიოტამ“ დაღუპულთა ოჯახის წევრებს 10 მილიონი დოლარი გადაუხადა, მაგრამ საქმე ამით არ დასრულებულა. აშშ-ის საგზაო მოძრაობის უსაფრთხოების ეროვნულმა ადმინისტრაციამ (NHTSA) ცალკე გამოძიება დაიწყო. დადგინდა, რომ, 2000 წლიდან მოყოლებული, ანალოგიური მიზეზით, სულ მცირე, 89 ადამიანი დაიღუპა და 57 დაშავდა. გაუმართაობების აღმოსაფხვრელად „ტოიოტას“, ჯამში, დაახლოებით 16 მილიონი ავტომობილის გაწვევა მოუხდა.

გარდა ამისა, სასამართლო გარჩევების შემდეგ „ტოიოტამ“ იკისრა ვალდებულება, რომლის შესაბამისადაც, 3.25 მილიონ ავტომობილს პედლების უფასო რემონტს ჩაუტარებდა. იაპონური კომპანია დაახლოებით 250 მილიონ დოლარს გადაუხდიდა თავისი ავტომობილების იმ მყიდველებს, რომლებსაც გახმაურებული დეფექტის გამო თავიანთი ავტომობილის იაფად გაყიდვა მოუხდათ. 200 მილიონს მიიღებდნენ იმ კლიენტების ადვოკატები, რომლებმაც „ტოიოტას“ წინააღმდეგ სასამართლოში სარჩელი შეიტანეს.

გარდა ამისა, „ტოიოტამ“ აიღო ვალდებულება, რომ მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებში თავისი ავტომობილების უსაფრთხო მართვის სასწავლო კამპანიის წარმართვას 14.2 მილიონი დოლარით დააფინანსებდა. 15 მილიონი დოლარი დაიხარჯებოდა უსაფრთხოების ახალი, აქტიური სისტემების შემუშავებაზე.

შეჯამება: ფასილიტატორი სესიის შეჯამების პროცესში ყურადღებას გაამახვილებს რისკების ფაქტორზე. „ტოიოტას“ მაგალითზე შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა, რომ დიდი კომპანიებიც კი შეიძლება აღმოჩნდნენ კონკრეტული საფრთხის, გამოწვევის, წინაშე. ქვემოთ მოყვანილია რისკების კლასიფიცირება:

- რისკები, რომლებიც განპირობებულია ბუნებრივი მოვლენებით – წყალდიდობა, მიწისძვრა, ქარიშხალი, შტორმი, გვალვა, მეწყერი, სეტყვა, მეხის დაცემა და სხვ.
- რისკები, რომლებიც დაკავშირებულია ტექნოლოგიებთან (როგორც საწარმოო, ისე საყოფაცხოვრებო სფეროებში) – ავარია, კატასტროფა, ხანძარი, გარემოს დაბინძურება, უბედური შემთხვევა, ეპიდემია, არადადამაკმაყოფილებელი სანიტარიულ-ჰიგიენური, ეკოლოგიური პირობები და სხვ.
- რისკები, რომლებიც დაკავშირებულია სამეწარმეო და საფინანსო საქმიანობასთან – გაკოტრება, ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შეუსრულებლობა, საბანკო ანაბრების დაკარგვა ანდა მათი საპროცენტო განაკვეთის მიუღებლობა, ინვესტიციებიდან მისაღები (მოსალოდნელი) შემოსავლების დაკარგვა, ზარალი, რომელიც განპირობებულია წარმოების გაუთვალისწინებელი გაჩერებით ან გაყიდვების მოცულობის შემცირებით, დამატებითი ხარჯები და სხვ.
- რისკები, რომლებიც დაკავშირებულია სამოქალაქო პასუხისმგებლობასთან მესამე პირისათვის ზიანის (ზარალის) მიყენების გამო – ავტოსატრანსპორტო საშუალებათა მფლობელების პასუხისმგებლობა, იმ პირთა პასუხისმგებლობა, რომლებიც ფლობენ განსაკუთრებული საფრთხის წყაროებს, პროფესიული პასუხისმგებლობა და სხვ.
- რისკები, რომლებიც განპირობებულია პოლიტიკური გადაწყვეტილებებით – კერძოდ, კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანით, რასაც შეიძლება მოჰყვეს: ნაციონალიზაცია, ქონების კონფისკაცია, შემოსავლებისა და მოგების მკვეთრი დაცემა; ცვლილებების გამო იმ კანონებში, რომლებიც არეგულირებს ინვესტიციებს, წარმოების ხარჯების

ფორმირებას, სავალუტო ოპერაციებს, უცხოელი ინვესტორების მიერ მოგების გატანას, საგადასახადო გარემოს და ა.შ.
 ყოველთვის გახსოვდეთ მარკ ცუკერბერგის სიტყვები: „თუ გარშემო არაფერი იმსხვრევა, ეს ნიშნავს, რომ საკმარისად სწრაფად არ მიდიხართ“.

მე-20 სესია – ბიუჯეტის შედგენა

საკითხები	• ბიუჯეტის დაგეგმვა • გადასახადები • სახელმწიფო ბიუჯეტი
მიზანი	• პირადი ფინანსების მართვის უნარ-ჩვევის გაძლიერება • ბიუჯეტის შაბლონის შედგენა
მეთოდები	• კითხვა-პასუხი, დისკუსია, ჯგუფური აქტივობა
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, თაბახის ფურცლები, კალამი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. ბიუჯეტის შედგენა (30 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ყოფს სამ ჯგუფად, ურიგებს მათ სამუშაო ფურცლებს ბიუჯეტის ცარიელი შაბლონით. თითოეულ ჯგუფს ეძლევა დავალება, შეადგინოს ბიუჯეტი სამი განსხვავებული სიტუაციიდან ერთ-ერთისთვის:

- ადამიანი, რომელიც გახდა სტუდენტი და ცალკე, სხვა ქალაქში გადავიდა საცხოვრებლად;
- ადამიანი, რომელიც გახდა სტუდენტი და ისევ თავის ქალაქში ოჯახთან ერთად ცხოვრობს;
- ადამიანი, რომელიც დაქორწინებულია და ცოტა ხნის წინ ბავშვი შეეძინა.

მოზარდები უნდა დაფიქრდნენ ყველა იმ შემოსავალსა და ხარჯზე, რომლებიც შეიძლება ამ ადამიანს ჰქონდეს (მაგალითად, კომუნალური გადასახადები, ბინის ქირა, სწავლის გადასახადი, ბავშვის კვება). ბავშვებს შეუძლიათ, მხოლოდ შემოსავლის/ხარჯის დასახელება დაწერონ და კონკრეტული ციფრები არ მიაწერონ, ან დაწერონ სავარაუდო ციფრები, რათა შემდეგ ბალანსი იანგარიშონ. მათ ამისთვის აქვთ 10 წუთი.

ამის შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებთან ერთად ფლიპჩარტის ფურცელზე ან დაფაზე ჩამოწერს ყველა შემოსავალსა და ხარჯს ზოგადი ბიუჯეტის შაბლონის მიხედვით. გზადაგზა აუხსნის, რას ნიშნავს ფიქსირებული (ბანკის კრედიტი, ბინის ქირა) და ცვალებადი (კომუნალური) გადასახადები, აუცილებელი და არააუცილებელი ხარჯები.

მნიშვნელოვანია, მოზარდებმა ცალკე გამოყონ პუნქტი დანაზოგისთვის; მიაწერონ სავარაუდო ციფრები, რათა ფასილიტატორმა მოსწავლეებთან ერთად დაიანგარიშოს ნაშთი.

ის უხსნის მოზარდებს, რაში გვებმარება ბიუჯეტი (მაგალითად, ფინანსების ეფექტიან მართვაში); რომ საჭიროა პერიოდულად ბიუჯეტის გადახედვა და მასში ცვლილებების შეტანა. ასევე გასათვალისწინებელია, რომ ცხოვრების სხვადასხვა ეტაპზე (მაგალითად, ცალკე საცხოვრებლად გადასვლისას, ოჯახის შექმნისას და ა.შ.) ჩვენი ხარჯები და შემოსავლები შეიცვლება. ამ შემთხვევაშიც საჭიროა ბიუჯეტის გადახედვა.

სამუშაო ფურცელი 1:

დანართი: ბიუჯეტის შაბლონი

ბიუჯეტი	
დასახელება	თანხა ლ
შემოსავლები	
შემოსავლები მთლიანად	
ხარჯები	
აუცილებელი ხარჯები	
არააუცილებელი ხარჯები	
ხარჯები მთლიანად	
დანაზოგი	
ნაშთი	

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: სასურველია, ბიუჯეტის შედგენისას უპირველესად, გამოყოთ აუცილებელი ხარჯები. ეს ისეთი ხარჯებია, რომლებიც საჭიროებების დაკმაყოფილებას ხმარდება, ანუ ჯანმრთელობისა და კეთილდღეობის შესანარჩუნებლად გჭირდებათ. ასეთია, მაგალითად, კვების, კომუნალური გადასახადების (ელექტროენერგია, წყალი და ა.შ.), ტანსაცმლის, განათლებისა და ტრანსპორტის ხარჯები. ამის შემდეგ გამოყავით არააუცილებელი ხარჯები. ეს თქვენი სურვილების დასაკმაყოფილებლად გაწეული ხარჯებია, ანუ ხარჯები, რომელთა გაწევაც არაა აუცილებელი, მაგრამ სიხარულს განიცხებთ – მაგალითად, კინოს ბილეთის, ტკბილეულის შეძენა. ამის შემდეგ დააჯამეთ ყველა ხარჯი და ნახეთ, რამდენს მიიღებთ.

გამოაკელით შემოსავლების ჯამს ხარჯების ჯამი. ეს არის თქვენი ბიუჯეტის ნაშთი. თუ იგი დადებითია, ე.ი. თქვენ უფრო მეტს გამოიმუშავებთ, ვიდრე ხარჯავთ, რაც კარ-

გია. თუ ნაშთი უარყოფითია, ეს ნიშნავს, რომ თქვენ იმაზე მეტს ხარჯავთ, ვიდრე შესაძლებლობა გაქვთ; ამიტომ ან შემოსავლის გაზრდის გზებზე უნდა იფიქროთ, ან ხარჯები შეამციროთ – მაგალითად, ნაკლები არააუცილებელი ხარჯი გასწიოთ. თუ ნაშთი ზუსტად ნულის ტოლია, ეს ნიშნავს, რომ ზუსტად იმდენს ხარჯავთ, რამდენი ფულიც გაქვთ. გრძელვადიან პერიოდში ეს არც ისე კარგია, რადგან გამოდის, რომ თქვენ არაფერს ზოგავთ სამომავლოდ. ამიტომ სასურველია, თავიდანვე გამოყოთ ბიუჯეტში პუნქტი დანაზოგისთვის. მას შემდეგ, რაც აუცილებელ ხარჯებს გასწევთ, თანხა დანაზოგისთვისაც უნდა გადადოთ სამომავლოდ და მხოლოდ ამის შემდეგ დაიწყოთ არააუცილებელი ხარჯების გაწევა.

აუცილებელი და არააუცილებელი – ეს ხარჯების კატეგორიზების ერთი ფორმაა; ხარჯები შეიძლება შემდეგ ორ კატეგორიადაც დავყოთ:

1. ფიქსირებული ხარჯები – ეს გახლავთ რეგულარული ხარჯები, რომლებიც არ იცვლება გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, მაგალითად, თვიდან თვემდე. ასეთი ხარჯებია: ბინის ქირა, ინტერნეტის გადასახადი, დაზღვევა და ა.შ.;
2. ცვლადი ხარჯები – როგორც სახელწოდება გვეუბნება, ისინი იცვლება გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, მაგალითად, თვიდან თვემდე არის სხვადასხვა. ეს მოიცავს ყველა არარეგულარულ ხარჯს. ესაა: ელექტროენერგიის გადასახადი, კვების, ტანსაცმლის, მანქანის შეკეთების, საჩუქრების ხარჯები და ა.შ.

აქტივობა 2. ინტერაქცია (20 წთ)

სესიის პირველი ნაწილი დაეთმო პირადი ბიუჯეტის შედგენას და იმ ნიუანსებს, რომლებიც უნდა გავითვალისწინოთ ეფექტური ბიუჯეტირებისთვის. სესიის მეორე ნაწილი დაეთმო სახელმწიფო ბიუჯეტის, გადასახადებისა და გადასახდელების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებასა და გაანალიზებას.

ფასილიტატორი მიმართავს ჯგუფს კითხვით: თუ ჩემი ხელფასი 1000 ლარია, როგორ ფიქრობთ, რამდენი პროცენტი ჩაირიცხება ბიუჯეტში და რამდენი – ჩემს პირად ანგარიშზე?

- ბიუჯეტში ჩაირიცხება 20%, ხოლო დანარჩენი აისახება ჩემს პირად ანგარიშზე.
- როგორ ფიქრობთ, საწარმოს რამდენი პროცენტის ჩაირიცხვა მოუწევს ბიუჯეტში?
- არსებობს 6 სახის სახელმწიფო გადასახადი:

საშემოსავლო – 20%, მოგების გადასახადი – 15%, დღგ – 18%, ასევე, ქონების გადასახადი, აქციზისა და იმპორტის გადასახადი. კანონი ითვალისწინებს გადასახდელების გადახდასაც.

რისგან შედგება სახელმწიფო ბიუჯეტი?

- ძირითადად, ფიზიკური და იურიდიული პირების მიერ გადახდილი გადასახადებისგან. შესაბამისად, სახელმწიფო ვალდებულია, უზრუნველყოს იმგვარი გარემო, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყნის მდგრად განვითარებას. ხშირად ისმის სახელმწიფოს, საჯარო სტრუქტურების, პირების ვალდებულების შესახებ. ამის მიზეზი სწორედ ისაა, რომ მოქალაქეები ქმნიან ქვეყნის ბიუჯეტს და, შესაბამისად, ითხოვენ ადეკვატურ სარგებელს.

„სავალდებულოა გადასახადებისა და მოსაკრებლების გადახდა კანონით დადგენილი ოდენობითა და წესით“ (საქართველოს კონსტიტუცია, 67-ე მუხლი).

- რატომაა ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი სამეწარმეო საქმიანობის განვითარება? მოქალაქეთა წარმატებით დასაქმება?

ყველა დასაქმებული მოქალაქე იხდის გადასახადს, გადასახადს იხდიან იურიდიული პირები (კომპანიები, საწარმოები და ა.შ.), თანხა თავს იყრის სახელმწიფო ბიუჯეტში, რო-

მელიც იხარჯება საერთო საჯარო სიკეთის, უკეთესი საცხოვრებელი პირობების შესაქმნელად და ა.შ.

შეჯამება: მოზარდები დახვეწენ ბიუჯეტირების უნარ-ჩვევებს; დაფიქრდებიან იმაზე, თუ რამდენად მიზნობრივად ხარჯავენ თვითონ და მისი ოჯახის წევრი შემოსავლებს. სამყაროში რესურსები შეზღუდულია; შესაბამისად, მნიშვნელოვანია მათი ეფექტიანი მართვა, შემოსავლის დაზოგვა. პირადი შემოსავლების ხარჯვა შესაძლებელია უფრო შედეგიანად და, შესაბამისად, სარგებლის მიღება გრძელვადიან პერსპექტივაში.

მეორე მხრივ, მნიშვნელოვანია „სახელმწიფო ბიუჯეტის“ ცნების გააზრება. მოზარდები გააანალიზებენ, რომ ხელისუფლების მოვალეობაა საბიუჯეტო სახსრების მიზნობრივი ხარჯვა, ხოლო მოქალაქეებს გადასახადების გადახდით მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ქვეყნის განვითარებაში.

დამატებითი ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის საკანონმდებლო სფეროდან:

საქართველოს კონსტიტუცია:

მუხლი 66. სახელმწიფო ბიუჯეტი

1. პარლამენტი სრული შემადგენლობის უმრავლესობით ყოველწლიურად იღებს საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის კანონს.
2. მხოლოდ მთავრობაა უფლებამოსილი, პარლამენტის კომიტეტებთან ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების განხილვის შემდეგ პარლამენტს წარუდგინოს სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტი. მთავრობა მომდევნო საბიუჯეტო წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტს პარლამენტს წარუდგენს საბიუჯეტო წლის დასრულებამდე არაუგვიანეს 3 თვისა. სახელმწიფო ბიუჯეტის პროექტთან ერთად მთავრობა წარადგენს მოხსენებას მიმდინარე წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების მიმდინარეობის შესახებ. სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების ანგარიშს მთავრობა პარლამენტს დასამტკიცებლად წარუდგენს საბიუჯეტო წლის დასრულებიდან არაუგვიანეს 5 თვისა.
3. მთავრობის თანხმობის გარეშე დაუშვებელია სახელმწიფო ბიუჯეტის კანონის პროექტში ცვლილების შეტანა. მთავრობას შეუძლია, მოსთხოვოს პარლამენტს დამატებითი სახელმწიფო ხარჯის გაღება, თუ მიუთითებს მისი დაფარვის წყაროს.
4. კანონი, რომელიც იწვევს მიმდინარე საბიუჯეტო წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯების ზრდას, შემოსავლების შემცირებას ან სახელმწიფოს მიერ ახალი ფინანსური ვალდებულებების აღებას, პარლამენტმა შეიძლება მიიღოს მხოლოდ მთავრობის თანხმობის შემდეგ, ხოლო მომავალ საბიუჯეტო წელთან დაკავშირებული კანონი – მთავრობის თანხმობით ან მთავრობის მიერ პარლამენტისთვის წარდგენილი ქვეყნის ძირითადი მონაცემებისა და მიმართულებების დოკუმენტის ფარგლებში.
5. თუ პარლამენტმა არ მიიღო სახელმწიფო ბიუჯეტი ახალი საბიუჯეტო წლის დაწყებამდე, ხარჯები დაიფარება კანონით დადგენილი წესით, წინა წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის მიხედვით.
6. სახელმწიფო ბიუჯეტში პარლამენტისთვის განკუთვნილი მიმდინარე სახსრების შემცირება წინა წლის საბიუჯეტო სახსრების ოდენობასთან შედარებით შეიძლება მხოლოდ პარლამენტის წინასწარი თანხმობით. პარლამენტი თავად იღებს გადაწყვეტილებას სახელმწიფო ბიუჯეტში პარლამენტისთვის გამოყოფილი სახსრების განაწილების თაობაზე.
7. სახელმწიფო ბიუჯეტის კანონს, კონსტიტუციის 46-ე მუხლით დადგენილი წესით, ხელს აწერს და აქვეყნებს საქართველოს პრეზიდენტი. პარლამენტის მიერ სახელ-

მწიფო ბიუჯეტის კანონზე საქართველოს პრეზიდენტის შენიშვნების გაზიარება და-
საშვებია მხოლოდ მთავრობის თანხმობით.

8. სახელმწიფო ბიუჯეტის შედგენისა და მიღების წესი განისაზღვრება კანონით.

მუხლი 67. გადასახადები და მოსაკრებლები, ეკონომიკური პოლიტიკა

1. სავალდებულოა გადასახადებისა და მოსაკრებლების გადახდა კანონით დადგენილი ოდენობითა და წესით. მხოლოდ კანონით შეიძლება გადასახადებისა და მოსაკრებ-
ლების სტრუქტურისა და შემოღების წესის, მათი განაკვეთების ან განაკვეთების ფარ-
გლების დადგენა. გადასახადისაგან გათავისუფლება დასაშვებია მხოლოდ კანონით.
საგადასახადო კონტროლს ახორციელებენ მხოლოდ კანონით განსაზღვრული საგადა-
სახადო ორგანოები.

საქართველოს კანონი. საგადასახადო კოდექსი:

მუხლი 6. გადასახადის ცნება და სახეები

2. გადასახადის სახეებია საერთო-სახელმწიფოებრივი და ადგილობრივი გადასახა-
დები.
3. საერთო-სახელმწიფოებრივი გადასახადებია ამ კოდექსით დაწესებული გადასახა-
დები, რომელთა გადახდაც სავალდებულოა საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე.
4. ადგილობრივი გადასახადია ამ კოდექსით დაწესებული და მუნიციპალიტეტის წარ-
მომადგენლობითი ორგანოს – საკრებულოს – ნორმატიული აქტით შემოღებული
გადასახადი (ზღვრული განაკვეთების ფარგლებში), რომლის გადახდაც სავალდე-
ბულოა შესაბამისი მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციულ საზღვრებში.
5. საერთო-სახელმწიფოებრივ გადასახადებს მიეკუთვნება:
- ა) საშემოსავლო გადასახადი;
 - ბ) მოგების გადასახადი;
 - გ) დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ);
 - დ) აქციზი;
 - ე) იმპორტის გადასახადი.
6. ადგილობრივ გადასახადს მიეკუთვნება ქონების გადასახადი.

მუხლი 53. საგადასახადო ვალდებულება და მისი შესრულება

1. საგადასახადო ვალდებულებად ითვლება პირის ვალდებულება, გადაიხადოს ამ კო-
დექსით დაწესებული, აგრეთვე ამ კოდექსით დაწესებული და მუნიციპალიტეტის წარ-
მომადგენლობითი ორგანოს მიერ შემოღებული გადასახადი.

გამოყენებული რესურსი:

<https://www.nbg.gov.ge/uploads/publications/efse/0105/pdf.pdf> – ფინანსური და ეკონო-

მიკური წიგნიერება სკოლებში

<https://www.nbg.gov.ge/uploads/publications/efse/0105/savarjishoebi.pdf>

<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1043717?publication=173>

21-ე სესია – ბიზნესგეგმა

საკითხები	• ბიზნესგეგმის CANVAS-მოდელი
მიზანი	• საწარმოს მოდელირება, ბიზნესგეგმის შემუშავება
მეთოდები	• ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 60 წთ დაფა, სამუშაო ფურცლები, კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, მარკერები, სამუშაო ფურცელი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სამუშაო ფურცლის შევსება (10 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს სთხოვს, გადანაწილდნენ ჯგუფებში ისე (იმ შემადგენლობით), როგორც მუშაობდნენ საწარმოს მოდელირებასთან დაკავშირებული სამუშაო ფურცლის შევსების დროს; ურიგებს მათ ნახევრად შევსებულ სამუშაო ფურცლებს და სთხოვს, თავიანთი ბიზნესიდეის მიხედვით შეავსონ დარჩენილი გრაფა – რისკები. მოზარდებს შეუძლიათ, კრიტიკულად გააანალიზონ თავიანთი იდეა და ცვლილებები შეიტანონ მასში.

აქტივობა 2. ბიზნესგეგმის შემუშავება (45 წთ)

მას შემდეგ, რაც საწარმოს მოდელირებისთვის დაწესებული რეგლამენტი დასრულდება, ფასილიტატორი მოზარდებს აწვდის მოკლე ინფორმაციას ბიზნესგეგმის Canvas-მოდელის შესახებ:

Canvas-მოდელის ავტორია შვედი ბიზნესის თეორეტიკოსი, მეწარმე, სპიკერი ალექსანდერ ოსტერვალდერი. ბიზნესგეგმა შედგება 9 ნაწილისგან, რომლებიც საშუალებას იძლევა, ჩაუღრმავდე შენი ბიზნესის ყველა სეგმენტს.

თითოეული სეგმენტის შემუშავებას დაეთმობა, საშუალოდ, 5 წუთი. ამ დროში მოზარდებმა შესაბამისი ინფორმაცია უნდა ასახონ ბიზნესგეგმაში.

1. ღირებულების შეთავაზება (Value Propositions)

ეს არის ალბათ ყველაზე ძნელად გასაგები ელემენტი მოდელში. მისი გაგება ხშირად რთულია, რადგან ამ ნაწილში თქვენ უნდა ჩამოაყალიბოთ, თუ რა მოტივაცია აქვს მომხმარებელს (რაც ხშირად დაფარულია) თქვენი გადაწყვეტის მიმართ; რომელი პრობლემის გადაჭრას სთავაზობთ ან/და რა სურვილებს უკმაყოფილებთ. თქვენი მიზანია, გაიგოთ ის ფაქტორები, რომლებიც უბიძგებს მომხმარებლებს, მიიღონ შესყიდვის გადაწყვეტილება.

2. მომხმარებელთა სეგმენტები (Customer Segments)

თქვენი ამოცანაა, გარკვეოთ, ვინ არიან/იქნებიან თქვენი ბიზნესის მომხმარებლები. ამ ინფორმაციის გარეშე Canvas-მოდელის სხვა ნაწილებს აზრი ეკარგება.

„ორგანიზაციამ უნდა გადაწყვიტოს, მომხმარებლების რომელ სეგმენტებს ემსახურება და რომლებს – არა“. – ალექსანდერ ოსტერვალდერი.

3. მომხმარებლებთან ურთიერთობა (Customer Relationships)

ყველა ბიზნესი ერთნაირად არ ურთიერთობს მომხმარებლებთან. ზოგიერთი ბიზნესი ერთგული მომხმარებლების შეძენას/შენარჩუნებას ცდილობს, სხვები მხოლოდ დროებით (პირისპირ) ურთიერთობას ამყარებენ მომხმარებლებთან.

- მოკლე თუ გრძელვადიანი ურთიერთობა?
- პირდაპირი, პერსონალური თუ ავტომატიზებული ურთიერთობა?
- რაზე ხართ ფოკუსირებული – მომხმარებლების შეძენაზე თუ მათ შენარჩუნებაზე?

4. დისტრიბუციის არხები (Distribution Channels)

მომხმარებლებს პროდუქცია დისტრიბუციის არხების მეშვეობით მიეწოდებათ, რაც ზრდის პროდუქტის თვითღირებულებას. მწარმოებელმა უნდა განსაზღვროს დისტრიბუციის არხების ხარჯთეფექტურობა, ასევე, ისიც, რომელი არხები არის ხელსაყრელი მომხმარებლისთვის. მნიშვნელოვანია, როგორ გამოცდილებას მიიღებს მომხმარებელი მომსახურების მიღებით. ზოგჯერ მომსახურება შეთავაზებული ღირებულების ნაწილიცაა.

5. ძირითადი რესურსები (Key Resources)

რაზეა თქვენი ბიზნესი დამოკიდებული? რა უნდა გააკეთოთ თქვენ თვითონ და რის გაკეთება უნდა შეუკვეთოთ სხვას? კონკრეტული პროდუქტის დამზადებისას შეუცვლელ ელემენტებს წარმოადგენს ძირითადი რესურსები, რომლებიც შეთავაზებული ღირებულების მთავარი შემადგენელი ნაწილებია. ეს შეიძლება იყოს პიროვნება (მაგალითად, ბიზნესის დამფუძნებელი), კონკრეტული შენობა და ადგილი, რაიმე რეცეპტი, ინტელექტუალური საკუთრება და ა.შ.

6. ძირითადი საქმიანობები (Key Activities)

მეწარმეებმა თავად უნდა გადაწყვიტონ, რომელი საქმიანობებია ყველაზე მნიშვნელოვანი და რომელთა განვითარებაზე მოახდენთ ფოკუსირებას.

7. ძირითადი პარტნიორები (Key Partners)

მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, ვინ იქნება თქვენი პარტნიორი. თუ რომელიმე პარტნიორს ერთი გადაწყვეტილებით შეუძლია ჩვენი ბიზნესის შეჩერება, მაშინ უნდა გვქონდეს მისი ჩანაცვლების გეგმა ან ბიზნესის შენარჩუნების სტრატეგია.

8. ხარჯების სტრუქტურა (Cost Structure)

მნიშვნელოვანია ხარჯების სტრუქტურის გაგება – ის ცხადყოფს საერთო თანხას, რომელიც უნდა დაეხარჯოთ; ასევე სფეროს, რომელშიც ვხარჯავთ: მაგალითად, რომელი ხარჯები იქნება ერთჯერადი და რომელი – მიმდინარე.

9. შემოსავლის ნაკადები (Revenue Streams)

თქვენი ბიზნესმოდელი დაფუძნებულია დაშვებებზე მომხმარებლებისა და შეთავაზებული ღირებულების შესახებ. სავარაუდო ფასი განისაზღვრება ბაზრის კვლევის შედეგად. რას ყიდულობს მომხმარებელთა თითოეული სეგმენტი? რამდენს გადაიხდის მომხმარებელი თითო ჯერზე? სულ რამდენს იყიდის?

Canvas-ბიზნესმოდელი

ძირითადი პარტნიორები	ძირითადი საქმიანობები	ლირებულების შეთავაზება	მომხმარებლებთან ურთიერთობა	მომხმარებელთა სეგმენტები
• ვინ არიან ძირითადი მომწოდებლები? • ვინ არიან ან ვინ შეიძლება იყვნენ თქვენი პარტნიორები? • რა ძირითად რესურსებს იღებთ პარტნიორებისგან? • რა ძირითად საქმიანობებს ახორციელებენ პარტნიორები?	• რა ძირითად საქმიანობებს საჭიროებს თქვენ მიერ შეთავაზებული ღირებულება? ✓ დისტრიბუციის/ მიწოდების არხებს? ✓ მომხმარებლებთან ურთიერთობას? ✓ შემოსავლის ნაკადებს?	• რა ღირებულებას აწვდით მომხმარებლებს? • მომხმარებლების რომელი საჭიროების/ პრობლემის გადაწყვეტას ცდილობთ? • რა პროდუქტს ან/ და მომსახურებას სთავაზობთ მომხმარებლების თითოეულ სეგმენტს?	• რა სახის ურთიერთობის დამყარებას და შენარჩუნებას ელოდება თქვენგან მომხმარებელთა თითოეული სეგმენტი? • რა სახის ურთიერთობები დაამყარეთ უკვე? • როგორ არის ეს ურთიერთობები ინტეგრირებული ბიზნესმოდელის სხვა ნაწილებთან? • რამდენად ძვირად ღირებულია ამ ურთიერთობების დამყარება/ შენარჩუნება?	• ვისთვის ქმნით ღირებულებას? • ვინ არიან თქვენი ყველაზე მნიშვნელოვანი მომხმარებლები?
	ძირითადი რესურსები • რა ძირითად რესურსებს საჭიროებს თქვენ მიერ შეთავაზებული ღირებულება? ✓ დისტრიბუციის/ მიწოდების არხებს? ✓ მომხმარებლებთან ურთიერთობას? ✓ შემოსავლის ნაკადებს?		დისტრიბუციის არხები • რა არხებით სურთ თქვენს მომხმარებლებს პროდუქტის/ მომსახურების მიღება? • როგორ აწვდით ამჟამად? • რომელი არხი მუშაობს ყველაზე კარგად? • რომელია ყველაზე ხარჯთეფექტური? • როგორ არის მიწოდების არხები ინტეგრირებული?	
ხარჯების სტრუქტურა		შემოსავლის ნაკადები		
• რა არის ყველაზე მნიშვნელოვანი ხარჯები თქვენს ბიზნესმოდელში? • რომელი ძირითადი რესურსებია ყველაზე ძვირად ღირებული? • რომელი ძირითადი საქმიანობებია ყველაზე ძვირად ღირებული?		• რეალურად რა ღირებულებისთვის არიან თქვენი მომხმარებლები მზად ფულის გადასახდელოდ? • ამჟამად რაში და როგორ იხდიან ფულს? • რა ოდენობით კონტრიბუცია შეაქვს თითოეული შემოსავლის ნაკადს საერთო შემოსავალში?		

ჯგუფებს საშუალება ეძლევათ, სესიის მიღმა ფასილიტატორის დახმარებით გააუმჯობესონ საკუთარი ბიზნესგეგმა.

შესაძლებელია, დაიგეგმოს დამატებითი აქტივობა, მოეწყოს შეხვედრა ადგილობრივი ბიზნესის წარმომადგენლებთან, რომლებსაც მოზარდები გააცნობენ საკუთარ ბიზნესიდეებსა და შემუშავებულ გეგმებს. შესაძლოა, მათ ამ გზით მოიპოვონ დამატებითი დაფინანსება.

გამოყენებული რესურსი:

<http://undp.rda.gov.ge/client/docs/Guide-CanvasBusinessModel.pdf>

<https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

22-ე სესია - პროექტების წერა

საკითხები	• პროექტის დაგეგმვის ეტაპები • პრობლემების იდენტიფიცირება • მიზნებისა და ამოცანების განსაზღვრა • სამოქმედო გეგმისა და ბიუჯეტის მომზადება
მიზანი	• მოზარდების ინფორმირება პროექტის დაგეგმვისა და მართვის ეტაპების შესახებ
მეთოდები	• ბრეინშტორმინგი • ჯგუფური მუშაობა; დისკუსია • სიმულაციური პრეზენტაცია
რესურსები	დრო: 90 წთ დაფა, სამუშაო ფურცლები, კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, მარკერები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. პროექტის მომზადება (90 წთ)

სესიის დასაწყისში ფასილიტატორი მოზარდებთან ჩაატარებს ბრეინშტორმინგს თემაზე: რა არის პროექტი? მონაწილეთა მოსაზრებების მოსმენის შემდეგ ის მოკლედ შეაჯამებს მიწოდებულ განმარტებებს და საპრეზენტაციო ფაილის გამოყენებით მოზარდებს წარმოუდგენს ინფორმაციას პროექტის მომზადების/დაგეგმვის ნაბიჯების შესახებ.

- ✓ პრობლემის იდენტიფიკაცია
- ✓ მიზნისა და ამოცანების განსაზღვრა
- ✓ სამოქმედო გეგმის შედგენა
- ✓ რესურსებისა და ბიუჯეტის გაწერა
- ✓ პროექტის შედეგი

1. პრობლემის იდენტიფიკაცია

პროექტის ერთ-ერთი მთავარი და რთული საკითხი არის პრობლემის იდენტიფიკაცია. პრობლემა სწორად უნდა შეირჩეს, ზუსტად უნდა იყოს ფორმულირებული. პრობლემა არის

ის, თუ „რა არის (რა მდგომარეობაა) ახლა“, ხოლო მიზანი არის ის, თუ „რა უნდა იყოს“. უნდა გავცეს პასუხი შემდეგ კითხვებს:

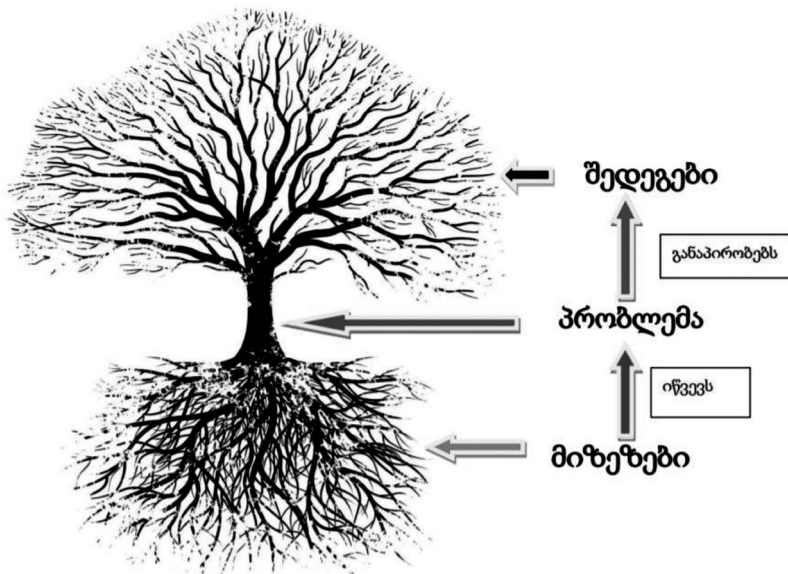
- რატომ არსებობს პრობლემა?
- კონკრეტულად რა არის პრობლემა? რა არის ამ პრობლემის არსი?
- ვინ/რა წარმოქმნის პრობლემას?
- რა ფაქტორები ახდენენ გავლენას პრობლემაზე?

პრობლემის განსაზღვრის დროს ასევე უნდა იქნეს გათვალისწინებული შემდეგი კითხვები:

- რამდენად აქტუალურია ეს საკითხი ბენეფიციარებისთვის?
- რა სავარაუდო შედეგი შეიძლება მოჰყვეს სიტუაციას, რომლის შეცვლაც გსურთ?
- რა შეიძლება გაკეთდეს სიტუაციის გამოსასწორებლად? თავად თქვენ რა სახის ცვლილების მოხდენა გსურთ?
- რა განგასხვავებთ სხვა დანარჩენებისგან, რომლებიც ამავე საკითხის მოგვარებას ცდილობს?

პრობლემის განსაზღვრა, მისი გამომწვევი მიზეზებისა და ამ პრობლემით განპირობებული შედეგების გაანალიზება ნებისმიერი პროექტისთვის ძალზე მნიშვნელოვანია.

პრობლემის იდენტიფიცირებისთვის ფასილიტატორი ჩაატარებს სავარჯიშოს „პრობლემების ხე“. შეიძლება დაარიგოს სამუშაო ფურცელი ხის ილუსტრაციით.



პრობლემა და მისი გამომწვევი მიზეზები შემდეგნაირად არის გადანაწილებული: ძირითადი პრობლემა განთავსდება წარმოსახვითი ხის ტანზე, გამომწვევი მიზეზები – ხის ფესვებზე, ხოლო შედეგები, რომლებიც პრობლემამ გამოიწვია, განთავსდება ხის ტოტებზე. ეს ყველაფერი ქვემოდან ზემოთ შემდეგი თანმიმდევრობით დალაგდება: გამომწვევი მიზეზები – პრობლემა – შედეგები.

ფასილიტატორს შეუძლია, აღნიშნული ილუსტრაცია ჯგუფებს ფლიპჩარტზედაც დაახატვინოს.

მოზარდები დაიყოფიან ჯგუფებად. თითოეული მოახდენს საკუთარი პრობლემის იდენტიფიცირებას აღნიშნული მეთოდის გამოყენებით. ჯგუფში გაიმართება მსჯელობა (ზემოაღნიშნული კითხვების გათვალისწინებით), რის შემდეგაც მოეწყობა მომზადებული დავალების პრეზენტაციები.

პრეზენტაციების დასრულების შემდეგ ფასილიტატორი ახსნის მიზნებისა და ამოცანების მნიშვნელობას, რის შემდეგაც იგივე ჯგუფები დადგენილი პრობლემის საფუძველზე მოამზადებენ „მიზანსა და ამოცანებს“ და წარმოადგენენ მათ.

2. მიზნისა და ამოცანების განსაზღვრა

მიზანი არის ის საერთო შედეგი, რომლის მიღწევაც გვსურს. ნებისმიერი პროექტი ისახავს მიზანს, რომლის მისაღწევადაც კონკრეტული ნაბიჯები უნდა გადადგათ. მიზანი კომპანიის ერთგვარი გზამკვლევაა. ხოლო ამ გზაზე ეტაპობრივად უნდა გადაიდგას მრავალი ნაბიჯი, რომლებიც ამ კომპანიის ამოცანებს წარმოადგენს. ამოცანები უნდა აკმაყოფილებდეს ე.წ. SMART-კრიტერიუმებს:

S (Specific) – კონკრეტული (სპეციფიკური, დეტალური, კარგად განსაზღვრული) – თუ ამოცანა გაზომვადია, ეს ნიშნავს, რომ აკონტროლებთ შედეგს. ამოცანაში დასახული უნდა იყოს ციფრები ან რაოდენობა. გაზომვა გეხმარებათ იმის გაგებაში, მიაღწიეთ თუ არა დასახულ ამოცანას.

M (Measurable) – გაზომვადი (ციფრები, რაოდენობა) – თუ ამოცანა გაზომვადია, ეს ნიშნავს, რომ აკონტროლებთ შედეგს. ამოცანაში დასახული უნდა იყოს ციფრები ან რაოდენობა. გაზომვა გეხმარებათ იმის გაგებაში, მიაღწიეთ თუ არა დასახულ ამოცანას.

A (Achievable) – მიღწევადი (შესაძლებელი) – ამოცანა უნდა შეესაბამებოდეს კომპანიის მისწრაფებებსა და ხედვას. თუ ამოცანა ძალიან შორს არის რეალობისგან, მისი მიღწევა თითქმის შეუძლებელი იქნება.

R (Realistic) – პრაქტიკული (რეალისტური, რესურსების გათვალისწინებით დაგეგმილი) – პრაქტიკული უნდა იყოს. თქვენი რესურსების გათვალისწინებით უნდა დაგეგმოთ ყველა ამოცანა. ამიტომ გაითვალისწინეთ ყველა რესურსი, რომლებიც გაქვთ: ფინანსური, ადამიანური, დროის... არასდროს დასახოთ ისეთი ამოცანა, რომლის განხორციელებისთვის საჭირო რესურსი არ გაგაჩნიათ. ასეთ შემთხვევაში, ამოცანის შესრულება გართულდება, ან საერთოდ ვერ ჩაატარებთ კომპანიაში დაგეგმილ ღონისძიებებს და პრიორიტეტების გადახედვა მოგიწევთ.

T (Time-bound) – დროში განსაზღვრული – ყველა ამოცანას განუსაზღვრეთ დრო, თუ რა ვადაში უნდა შესრულდეს. თუკი ღონისძიების დაწყებისა და დასრულების კონკრეტული ვადა არ იქნება მითითებული, დიდი რისკია იმისა, რომ ეს ღონისძიება დროში ძალიან გაიწელოს, ან არც კი დაიწყოს. თითოეული ამოცანისთვის ვადების დათქმა აუცილებელი პირობაა.

ამის შემდეგ ჯგუფები დაიწყებენ სამუშაო გეგმის მომზადებას დადგენილი პრობლემის მოსაგვარებლად და წარადგენენ მას.

3. სამოქმედო გეგმის შედგენა

ამ ნაწილში ქრონოლოგიურად უნდა აღწეროთ ის კონკრეტული საქმიანობა, რომელიც მიმართულია დასახული მიზნებისა და ამოცანების მისაღწევად.

სამუშაო გეგმა უნდა უპასუხებდეს შემდეგ კითხვებს:

რა? სად? როდის? ვინ? რატომ?

	აქტივობის დასახელება	თარიღი	პასუხისმგებელი პირი
1			
2			

შესაძლოა, თარიღის გრაფა, საჭიროებისამებრ, დაიყოს კვირების, თვეების ან დღეების მიხედვით.

4. პროექტის რესურსებისა და ბიუჯეტის გაწერა

ბიუჯეტი უნდა დაიყოს კატეგორიებად:

საოფისე ხარჯები

სატრანსპორტო ხარჯები

შრომის ანაზღაურება

საკომუნიკაციო ხარჯები

თანადაფინანსება

	პროექტის დასახელება:					
	საკონტაქტო პირის სახელი/გვარი:				ბიუჯეტი ლარში:	
N	ხარჯის დასახელება	ერთეულის ღირებულება	რაოდენობა	დონორისგან მოთხოვნილი თანხა	დაფინანსების სხვა წყარო	სულ
1						
2						
3						
4						

5. პროექტის შედეგი

შედეგები უნდა შეესაბამებოდეს მიზანს.

- პუნქტობრივად უნდა იქნეს აღწერილი, თუ რომელი საქმიანობა რა შედეგს მოგვცემს და რამდენად მიგვიყვანს ეს შედეგი პროექტის მიზნის მიღწევამდე.
- შედეგები უნდა იყოს რაოდენობრივი ან ხარისხობრივი. სესიის შეჯამების დროს ჯგუფები წარმოადგენენ დასრულებულ პრეზენტაციებს.

გამოყენებული რესურსი: http://nala.ge/climatechange/uploads/TrainingModules/2_4.pdf?fbclid=IwAR1dcrGKbYmFbjKKm-yIzXAgbCaggGzxfWGHSEx4QW-w9v12A3Rk9ylv-s



III ნაწილი

მენარმოვა სოციალური მიზნებით



ბლოკის სათაური/ საათოპრივი განაწილება	განსახილველი საკითხები	მიზნები	შედეგები (ცოდნა, უნარ-ჩვევები)
მეწარმეობა სოციალური მიზნებით	• დემოკრატიის ნიშნების განსაზღვრა • დემოკრატიის როლის განსაზღვრა ეკონომიკის წინსვლის პროცესში • ადამიანის უფლებების დარღვევა შრომითი ურთიერთობების დროს: დისკრიმინაცია (მაგალითად, რელიგიური, ეთნიკური და სხვ. ნიშნით), არასამართლიანი ანაზღაურება, „შუშის ჭერი“, გენდერული უთანასწორობა, შრომითი უსაფრთხოების წესების უგულვებელყოფა, შრომითი ექსპლუატაცია, არასათანადო სამუშაო პირობები • შრომითი კანონმდებლობა • სოციალური მეწარმეობა • ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR) • მწვანე მეწარმეობა, ინოვაციური მეწარმეობა, ციფრული მეწარმეობა • შემავამბეღელი აქტივობა: კონფერენცია საერთაშორისო გამოცდილების შესახებ – არსებობს თუ არა ჩანაწერი სოციალური მეწარმეობის შესახებ სხვადასხვა ქვეყნის კანონებში? • თუ კანონში ასეთი პუნქტი არაა, რა რისკები ექმნება სოციალურ მეწარმეობას?	• საერთო სოციალური კეთილდღეობის უზრუნველყოფის მიზნით განხორციელებული საქმიანობის სახეების, მიზნებისა და საქმიანობის მნიშვნელობის გააზრება • დემოკრატიის მნიშვნელობის გააზრება ეკონომიკის გაძლიერების ჭრილში • შრომითი ურთიერთობის მნიშვნელობის გააზრება დემოკრატიულ საზოგადოებაში • ქვეყნისა და საზოგადოებისთვის სოციალური მეწარმეობის სარგებლის განსაზღვრა/ გააზრება • კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიული მახასიათებლების გაცნობა • საქმიანობის სამომავლო რისკების გაანალიზება საერთო სოციალური კეთილდღეობის უზრუნველყოფის მიზნით; პოტენციალის, ხელის შეშლელი ფაქტორების განსაზღვრა და წარუმატებლობის შემთხვევაში დანაკლისის დადგენა ქვეყნისთვის	სამეწარმეო კომპეტენციები: • ეთიკური და მდგრადი აზროვნება • თვითშეგნება და თვითფექტურობა • მოტივაცია და შეუპოვრობა • რესურსების მობილიზება • სხვების მობილიზება • ინიციატივის აღება • დაგეგმვა და მართვა • ბუნდოვნებისა და გაურკვევლობის რისკის დაძლევა • სხვებთან ერთად მუშაობა • სწავლა გამოცდილების მიღებით • კრიტიკული აზროვნება • იდეების შეფასება ესგ-ის გამჭოლი უნარ-ჩვევები: • შემოქმედებითი აზროვნება • კრიტიკული აზროვნება • თანამშრომლობა • კომუნიკაცია • ეთიკა • დროსა და სივრცეში ორიენტირება • დამოუკიდებლად მოქმედება • პასუხისმგებლობა • წიგნიერება

23-ე სესია - სამეწარმეო საქმიანობა დემოკრატიულ სახელმწიფოში

საკითხები	• დემოკრატიის ნიშნების განსაზღვრა • დემოკრატიის როლის განსაზღვრა ეკონომიკის წინსვლის პროცესში
მიზანი	• მოსწავლეების მიერ ქვეყნის დემოკრატიულობის მნიშვნელობის გააზრება ეკონომიკის გაძლიერების ტრილში
მეთოდები	• კონტექსტური მაგალითების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა, პრეზენტაცია/დისკუსია
რესურსები	დრო: 55 წთ დაფა, მარკერები, თაბახის ფურცლები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი, ამობეჭდილი ცხრილი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. ბრენშტორმინგი (10 წთ)

ფასილიტატორი იყენებს ბრენშტორმინგის მეთოდს, თანმიმდევრობით სვამს კითხვებს და ცდილობს, მაქსიმალურად ბევრი პასუხი მოისმინოს/ჩამოწეროს დაფაზე. კითხვები შემდეგია:

1. გაიხსენეთ, რა უფლებებით სარგებლობს ადამიანი?
2. თქვენი აზრით, როგორ/რა მექანიზმებით უნდა დავიცვათ ჩვენი უფლებები?
3. რატომ არის მნიშვნელოვანი ჩვენი უფლებების დაცვა?

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის:

- ა. თუ მოსწავლეებს უჭირთ უფლებების დასახელება, დაეხმარეთ მათ, მივიდნენ სწორ პასუხებამდე; შესთავაზეთ დამატებითი კითხვები, მაგალითად: რა უფლებასთან იქნება დაკავშირებული სკოლაში სიარული (განათლების უფლება)? რომელ უფლებას უკავშირდება საავადმყოფოში მისვლა და ექიმისგან კონსულტაციის მიღება (ჯანმრთელობის უფლება)? როდესაც თქვენს მოსაზრებას გეკითხებიან და შეგიძლიათ მასზე თავისუფლად პასუხის გაცემა, ეს რომელ უფლებაზე მიუთითებს (სიტყვის თავისუფლება)?
- ბ. თუ მოსწავლე ვერ აყალიბებს უფლების დაცვის მექანიზმებს, დაუსვით შემდეგი დამხმარე კითხვები: თუ ჩვენ ჩავიდნენ დანაშაულს, რის საფუძველზე მივიღებთ სასჯელს (კანონი)? ვინ დააფიქსირებს კანონის დარღვევას (პოლიციელი)? იმის დასამტკიცებლად, რომ არ ვართ დამნაშავე, რომელ სტრუქტურას უნდა მივმართოთ (სასამართლო)?

გ. თუ მოსწავლე ვერ იაზრებს უფლებების დაცვის მნიშვნელობას, დაუსვით შემდეგი კითხვები: თუ ჩვენ ვერ მივიღებთ განათლებას, ექიმის მომსახურებას, ვერ გამოვთქვამთ საკუთარ მოსაზრებებს, თუ ვინმე ჩვენს სიცოცხლეს საფრთხეს შეუქმნის და ჩვენ არაფერს გავაკეთებთ, რა საფრთხეები დადგება (ადამიანი ვერ შეძლებს საზოგადოებაში თავის დამკვიდრებას, ვერ შეძლებს სხვადასხვა სიკეთის შექმნას როგორც თავისთვის, ისე სხვებისთვის, შეიძლება მის სიცოცხლის საფრთხე დაემუქროს და სხვ.)?

ფასილიტატორმა მსჯელობა უნდა მიიყვანოს იქამდე, რომ მოსწავლეებმა ისაუბრონ უფლებების მნიშვნელობაზე, როგორც ფუნდამენტურ პრინციპზე, ადამიანის არსებობისა და მისი თვითრეალიზებისთვის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორზე.

აქტივობა 2. კონტექსტური მაგალითების განხილვა (45 წთ)

წინ აქტივობის შემდეგ ფასილიტატორი მოსწავლეებს ყოფს სამ ჯგუფად და თითოეულს აძლევს თითო კონტექსტურ მაგალითს განსახილველად. დავალების პირობა შემდეგნაირია:

წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ ხართ მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე დიდი მანქანების მწარმოებელი კომპანიის მფლობელი. თქვენი ბიზნესის გაფართოებისთვის გსურთ, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში მანქანათმშენებელი ქარხნების ქსელი გახსნათ. გთხოვთ, გაეცანით ქვემოთ მოყვანილ ინფორმაციას და შეავსეთ ცხრილი – რა უპირატესობებსა და რისკებს დაინახავთ კონკრეტულ ქვეყანაში შესვლის და ინვესტიციის დაბანდების შემთხვევაში?

ქვეყნის დასახელება	უპირატესობები	რისკები

ფასილიტატორი თითოეულ ჯგუფს ურიგებს ამ ცხრილს და სთხოვს მათ, 15 წუთის განმავლობაში შეავსონ იგი თავიანთი კონტექსტური მაგალითის შესაბამისად. ხოლოდ მომდევნო 15 წუთის განმავლობაში ჯგუფებს ექნებათ საშუალება, გააკეთონ პრეზენტაციები და მოისმინონ სხვა მოსწავლეთა მოსაზრებებიც მათ მიერ შევსებული ცხრილის შესახებ.

ქვეყანა A

ქვეყნის ფართობი შეადგენს 120 ათას კვადრატულ კილომეტრს (თუმცა დიდი ნაწილი აუთვისებელია), მოსახლეობა კი 20 მილიონი ადამიანია. ქვეყანაში მოქმედებს საპრემიდენტო მმართველობა (ქვეყანას მართავს პრემიდენტი). ქვეყანაში მძიმე სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობაა. ქვეყნის ბიუჯეტი შეადგენს 20 მლნ ევროს. ქვეყნის მოსახლეობა უკმაყოფილოა მთავრობის მიერ გადადგმული ნაბიჯებით, რის გამოც ხშირად იმართება მასშტაბური აქციები. ქვეყანაში ნაკლებად არის განვითარებული მანქანათმშენებლობის დარგი. მწირია ამ მიმართულებით კვალიფიციური განათლების მიღების შესაძლებლობა. ქვეყანაში მუშახელის დაქირავება გაცილებით იაფია, ვიდრე სხვა ქვეყნებში. საყურადღებოა ისიც, რომ ქვეყანაში არსებული შრომის კანონმდებლობა არასრულყოფილია; სახელმწიფო ვერ უზრუნველყოფს მის აღსრულებას, რის გამოც დარღვეულია ადამიანის ფუნდამენტური უფლებები, მათ შორის, სიცოცხლის, ჯანმრთელობის და სხვა უფლებები.

ქვეყანა B

ქვეყნის ფართობი შეადგენს 70 ათას კვადრატულ კილომეტრს, მოსახლეობა კი – 5 მილიონ ადამიანს. ქვეყანაში მოქმედებს საპარლამენტო მმართველობა (ქვეყანას მართავს პრემიერ-მინისტრი). ქვეყნის ხელისუფლება სახელმწიფო გადატრიალების შედეგად სულ რაღაც 3 წლის წინ შეიცვალა. ქვეყანაში გამეფებული იყო კორუფცია, ახალი მთავრობა კი ცდილობს, ფეხი აუწყოს განვითარებული ქვეყნების მოთხოვნებს, რათა აამაღლოს ქვეყნის ეკონომიკის დონე; ამისთვის მან ქვეყნის შიგნით ბიზნესისა და მეწარმეობის განვითარებისთვის მოსახლეობას შესთავაზა იაფი საბანკო სესხები, დაიწყო პარტნიორობა სხვადასხვა საერთაშორისო ფონდთან, რათა მოეპოვებინა აგრარული კუთხით გრანტები ქვეყნისთვის. ქვეყანაში სასამართლო ხელისუფლება საჭიროებს სხვადასხვა სახის რეფორმის გატარებას, რადგან ჯერ კიდევ ბევრია სამუშაო დამოუკიდებელი სასამართლო სისტემის ჩამოყალიბებისა და კანონის უზენაესობის აღსრულების მიმართულებით. ქვეყანაში მუშახელის დაქირავება იაფია, მაგრამ მანქანათმშენებლობის სფეროში ბევრი კვალიფიკაციური კადრი არ არის, თუმცა სახელმწიფო მოტივირებულია, დააფინანსოს ახალგაზრდების განათლება.

ქვეყანა C

ქვეყნის ფართობი შეადგენს 90 ათას კვადრატულ კილომეტრს, მოსახლეობა კი – 28 მილიონ ადამიანს. აქ მოქმედებს საპარლამენტო მმართველობა (ქვეყანას მართავს პრემიერ-მინისტრი). ქვეყანა არის საკმაოდ განვითარებული; ბოლო 15 წელია, მასში სტაბილურად ვითარდება, იზრდება ეკონომიკის დონე, დაცულია ადამიანის უფლებები, რის გარანტიაც არის მიუკერძოებელი სასამართლო სისტემა. ხელისუფლებისთვის პრიორიტეტულია განათლების მიმართულება. ბოლო 15 წლის განმავლობაში ქვეყანა სხვადასხვა საერთაშორისო კვლევის მიხედვით, განათლების მდგომარეობის კუთხით 20 საფეხურით დაწინაურდა. აქ მუშახელი საკმაოდ კვალიფიციურია, თუმცა ძვირი.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: თუ მოსწავლეები ვერ ახერხებენ ცხრილის შევსებას, ან ტექსტიდან მწირ ინფორმაციას იღებენ, ყურადღება გაამახვილეთ შემდეგ საკითხებზე:

ქვეყნის დასახელება	უპირატესობები	რისკები
ქვეყანა A	1. დიდი ტერიტორია – რაც უფრო დიდი და აუთვისებელია ტერიტორია, მით უფრო იზრდება ქარხნისთვის საჭირო მიწის შერჩევისა და მისი იაფად შეძენის შესაძლებლობა. 2. რაც უფრო მეტია მოსახლეობა, მით უფრო იზრდება შანსი, იპოვო კვალიფიციური მუშახელი. 3. კომპანიის ხარჯების დასაზოგავად მნიშვნელოვანია იაფი მუშახელის ყოლა.	1. ქვეყნის არასტაბილურობა – მსგავსი სიტუაცია აჩენს ეჭვს, რომ ნებისმიერ მომენტში შეიძლება სახელმწიფო სისტემა სრულიად შეიცვალოს, რაც უარყოფითად აისახება კომპანიაზე, რადგან მოსალოდნელია ფასების ზრდა, მუშახელის გაფიცვა, სახელმწიფოს წარმომადგენლების მიმართ ხალხში უნდობლობის გაჩენა და ა.შ. 2. ქვეყანაში არ არის კვალიფიციური კადრები – კომპანიას მოუწევს ან საკუთარი კადრების ჩაყვანა ქვეყანაში, რაც საკმაოდ ძვირი იქნება, რადგან მათ, გარდა ხელფასისა, უნდა აუნაზღაურდეთ საცხოვრებელი ადგილის ქირა და სხვა დამატებითი ხარჯები; ამასთან, თუ კომპანია ადგილზე დაიქირავებს მუშახელს, რაც შედარებით იაფია, დასჭირდება მისი გადამზადება, რაც ასევე ხარჯებთან იქნება დაკავშირებული. 3. ქვეყნის არასრულყოფილი კანონმდებლობა – ამ შემთხვევაში შრომითი ურთიერთობები ვერ იქნება მოწესრიგებული; შესაძლოა, იყვნენ უკმაყოფილო თანამშრომლები, რომლებიც არ იქნებიან მოტივირებულნი; დავის შემთხვევაში, კომპანიამ შეიძლება ვერ დაადასტუროს საკუთარი სიმართლე.

ქვეყანა B	1. ქვეყანა ცდილობს, დაადგეს დემოკრატიულ გზას – ეს მნიშვნელოვანია, რადგან დემოკრატიულ გარემოში მოწესრიგებულია შრომითი ურთიერთობები. 2. ქვეყანა ღიაა უცხოური ინვესტიციებისთვის – აღნიშნული ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორია, რადგან ასეთ სიტუაციაში ნაკლებია რისკი, რომ ქვეყანამ კომპანიას გარკვეული შეზღუდვები დაუწესოს; შესაბამისად, კომპანიის ინვესტიცია, პირიქით, სასურველი გახდება ქვეყნისთვის. 3. სახელმწიფო მოტივირებულია, აუმაღლოს ახალგაზრდებს კვალიფიკაცია – ამით კომპანიამ, შესაძლოა, მიაღწიოს შეთანხმებას ქვეყნის მთავრობასთან და ხელისუფლებას შესთავაზოს მუშახელის კვალიფიკაციის ასამაღლებლად საჭირო თანხების ნაწილობრივ ან სრულად დაფარვა. 4. კომპანიის ხარჯების დასაზოგავად მნიშვნელოვანია იაფი მუშახელის ყოლა.	1. ქვეყანაში მოხდა სახელმწიფო გადატრიალება – აღნიშნული ქმნის არასტაბილურობის განცდას, რაც კომპანიისთვის მნიშვნელოვანი რისკ-ფაქტორია, რადგან არ იცი, როდის შეიძლება შეიცვალოს სიტუაცია, ან რას ტიპის პოლიტიკურ რეფორმებს უნდა ელოდე ახალი მთავრობისგან. 2. ქვეყანაში არ არის სამართლიანი სასამართლო სისტემა, რის გამოც კომპანიას ვერ ექნება გარანტია, რომ დავის შემთხვევაში შესაძლებელი იქნება კანონის აღსრულება. 3. ქვეყანაში არ არის კვალიფიციური კადრები – კომპანიას მოუწევს ან საკუთარი კადრების ჩაყვანა ქვეყანაში, რაც საკმაოდ ძვირი იქნება, რადგან მათ, გარდა ხელფასისა, უნდა აუნაზღაურდეთ საცხოვრებელი ადგილის ქირა და სხვა დამატებითი ხარჯები; ამას გარდა, თუ ადგილზე დაიქირავენ მუშახელს, რაც შედარებით იაფია, დასჭირდება მისი გადამზადება, რაც ასევე ხარჯებთან იქნება დაკავშირებული.
------------------	--	---

ქვეყანა C	1. ქვეყანა სტაბილურია – ეს არის მთავარი მოტივაცია კომპანიისთვის, იქ საკუთარი ინვესტიცია დააბანდოს. 2. ქვეყნისთვის პრიორიტეტულია განათლება – მნიშვნელოვანია, რომ კომპანიას ქვეყანაში ეგულებოდეს კვალიფიციური მუშახელი. 3. ქვეყანაში უზენაესია კანონი – ქვეყანა არის დემოკრატიული, ადამიანის უფლებები არის დაცული; შესაბამისად, კომპანიას ექნება გარანტია, რომ დავის შემთხვევაში შესაძლებელი იქნება კანონის აღსრულება.	1. ქვეყნის მუშახელი არის ძვირი, რაც დიდი გამოწვევა იქნება კომპანიისთვის.
-----------	---	---

პრეზენტაციების მოსმენის შემდეგ ფასილიტატორი 5 წუთის განმავლობაში აჯგუფებს ქვეყნების მახასიათებლებს, რა შეიძლება იყოს სასურველი ინვესტორებისთვის და რა გამოწვევები უნდა დაძლიონ მათ. შემდეგ კი 10 წუთის განმავლობაში მიმდინარეობს დისკუსია იმის შესახებ, თუ რატომ არის, საბოლოო ჯამში, მნიშვნელოვანი ადამიანის უფლებების დაცვა და დემოკრატიულობა ქვეყნის განვითარებისთვის.

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს საკითხს – აყალიბებს დასკვნას, რომ უფლებების დაცვა მნიშვნელოვანია როგორც თითოეული პირისთვის, ასევე ქვეყნისთვის, რადგან ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლას სწორედ მასში მიმდინარე დემოკრატიული პროცესები განაპირობებს.

24-ე სესია – შრომითი უფლებები

საკითხები	• შრომითი ურთიერთობები • შრომითი კანონმდებლობა
მიზანი	• შრომითი ურთიერთობის მნიშვნელობის გააზრება დემოკრატიულ საზოგადოებაში
მეთოდები	• კონტექსტური მაგალითების განხილვა • ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, თაბახის ფურცლები, ამობეჭდილი კონტექსტური მაგალითები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. კონტექსტური მაგალითების განხილვა (35 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს ყოფს 4 ჯგუფად და თითოეულს ურიგებს თითო კონტექსტურ მაგალითს; შემდეგ კი სთხოვს მათ, 10 წუთის განმავლობაში ჯგუფში განიხილონ და ჩამოაყალიბონ, დასაქმებულის რომელი უფლებები დაირღვა, და დაასაბუთონ თავიანთი მოსაზრება, შემდეგ კი 20 წუთის განმავლობაში მოაწყონ პრეზენტაცია.

ისტორია 1-ელი

მე ლილი მქვია. 3 ქალთან ერთად ვმუშაობდი. ჩვენი უფროსი იყო მამაკაცი, რომელიც ხშირად აღნიშნავდა, რომ მამაკაცმა ყველაზე მეტი იცის, და ამიტომ თანამშრომლებს ყველაფერი მისთვის უნდა დაგვეჯერებინა. დილის 9 საათზე უნდა მივსულიყავით, როდესაც სამუშაო 10.00-ზე იწყებოდა. 7-ზე ყველა თანამშრომელი მიდიოდა შინ, მაგრამ ჩვენ სამნი [სამი ქალი] საღამოს 9 საათამდე ვრჩებოდით. არ გვექონდა უფლება, რომ გავსულიყავით და საჭმელი გვეჭამა, რადგან, უფროსის აზრით, ამისთვის ბევრ დროს ვხარჯავდით. ის ხშირად ამბობდა, რომ ჭამის შემდეგ ადამიანი დუნდება და შრომისუნარიანობას კარგავს. თვითონ კი გადიოდა, ვითომ საქმეზე, სინამდვილეში – საჭმელად. რომ შევწინააღმდეგებოდით, გავვათავისუფლებდა. ვითმენდით, იმიტომ რომ სამსახურის დაკარგვა არ გვინდოდა. ხმას არ ვიღებდით, რადგან ეს ავტომატურად სამსახურიდან გათავისუფლებას უდრიდა. მაშინ 2 თვეში 12 კილო დავიკელი.⁵

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: მსოფლიოს ქვეყნებში სხვადასხვა დროს გამოკვეთილა არაერთი კანონდარღვევა. პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს პირდაპირი დისკრიმინაცია სქესის ნიშნით, რასაც კრძალავს საქართველოს შრომის კოდექსი. დისკრიმინაციის

⁵ <http://tanastoroba.ge/ka/stories/103>

შემთხვევაში, ნებისმიერ პირს შეუძლია, მიმართოს საქართველოს სახალხო დამცველს ან სასამართლოს.

შემდეგი დარღვევა შეეხება სამუშაო დროს. საქართველოს შრომის კოდექსის მიხედვით, დამსაქმებლის მიერ განსაზღვრული სამუშაო დროის ხანგრძლივობა, რომლის განმავლობაშიც დასაქმებული ასრულებს სამუშაოს, არ უნდა აღემატებოდეს კვირაში 40 საათს, ხოლო სპეციფიკური სამუშაო რეჟიმის მქონე საწარმოში, სადაც წარმოების/შრომითი პროცესი ითვალისწინებს 8 საათზე მეტი ხანგრძლივობის უწყვეტ რეჟიმს, – კვირაში 48 საათს. ამასთან, სამუშაო დროში არ შედის შესვენებისა და დასვენების დრო. მონათხრობის მიხედვით, დასაქმებული მუშაობდა კვირაში 60 საათს, რაც ნიშნავს, რომ ის ასრულებდა ზეგანაკვეთურ სამუშაოს, თუმცა ამაში არ იღებდა დამატებით ანაზღაურებას. ეს წარმოადგენს უფლების კიდევ ერთ დარღვევას, ვინაიდან, საქართველოს შრომის კოდექსის მიხედვით, ზეგანაკვეთური სამუშაო არის ანაზღაურებადი: ზეგანაკვეთური სამუშაო ანაზღაურდება ხელფასის საათობრივი განაკვეთის გაზრდილი ოდენობით. ამ ანაზღაურების ოდენობა განისაზღვრება მხარეთა შეთანხმებით.

შემდეგი კანონდარღვევა შეეხება დამსაქმებლის ვალდებულებას, უზრუნველყოს დასაქმებული სიცოცხლისა და ჯანმრთელობისათვის მაქსიმალურად უსაფრთხო სამუშაო გარემოთი. ბუნებრივია, იმ შემთხვევაში, თუკი დამსაქმებელი დასაქმებულს მთელი დღის განმავლობაში არ აძლევდა კვების შესაძლებლობას, ეს სერიოზულ საფრთხეს უქმნიდა ამ უკანასკნელის ჯანმრთელობას.

ისტორია მე-2

მე 62 წლის ვარ, ყოველთვის ტექნოლოგიური მიმართულებით ვმუშაობდი და ამით დიდ სიამოვნებას ვიღებდი. მართალია, ჩემი ახალგაზრდა კოლეგები, როგორც წესი, ჩემზე ოდნავ უფრო იოლად ასრულებდნენ საქმეს, მაგრამ მე არასდროს ჩამოვრჩენილვარ სიახლეებს და ვიყავი საკმაოდ კომპეტენტური თანამშრომელი. ყოველთვის ვგრძნობდი, რომ კოლეგები პატივს სცემდნენ ჩემს გამოცდილებას.

ყველაფერი მას შემდეგ შეიცვალა, რაც დაგვინიშნეს ახალი ხელმძღვანელი, ჩემზე გაცილებით ახალგაზრდა. ის ხალისიანი ადამიანი იყო, მაგრამ სურდა მეგობრობა მხოლოდ ახალგაზრდა თანამშრომლებთან, მე კი ისე მექცეოდა, როგორც მოხუცსა და უუნაროს.

მიუხედავად იმისა, რომ გუნდში ყველაზე მეტი გამოცდილება მქონდა, მან ძალიან საინტერესო და რთული პროექტები ახალგაზრდა კოლეგებს მისცა შესასრულებლად. საბოლოოდ კი ეს საქმეები, კოლეგების თხოვნით, სანახევროდ მე შევასრულე, რადგან მანამდე ამ ტიპის პროექტებზე მხოლოდ მე ვმუშაობდი. თანამშრომლების თვალწინ ზოგჯერ ის კრიტიკულ კომენტარს აკეთებდა ჩემი ტექნოლოგიური უნარების შესახებ და მეკითხებოდა, მჭირდებოდა თუ არა დახმარება ყველაზე უმნიშვნელო რაღაცებშიც კი, როგორიცაა იმეილის გაგზავნა ან ცხრილის შექმნა. ეს ძალიან დამამცირებელი იყო.⁶

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: პირველი დარღვევა ეხება დისკრიმინაციას ასაკობრივი ნიშნით. შრომის კანონმდებლობაში აღნიშნულია, რომ დაუშვებელია მსგავსი ნიშნით თანამშრომლის გარიყვა და შეურაცხყოფა.

ამავე დროს, შრომის კანონმდებლობაში აღნიშნულია, რომ დამსაქმებელს უფლება არა აქვს, მოიპოვოს კანდიდატის შესახებ პერსონალური ინფორმაცია. ეს ეხება იმ სახის ინფორმაციას, რომელიც არ უკავშირდება კონკრეტული სამუშაოს შესრულებას

6 <https://www.humanrights.vic.gov.au/get-help/stories/kierans-story/>

და არ არის საჭირო კანდიდატის მიერ მისი შესრულების შესაძლებლობის შესაფასებლად, ასევე, შესაბამისი გადაწყვეტილების მისაღებად.

ისტორია მე-3

ჩვენს კომპანიაში, ჩემი ჩათვლით, 35 ინჟინერი მუშაობდა. ჩვენ, ქალებსაც და კაცებსაც, ხელფასი 560 ევრო გვექონდა. ამის შესახებ თავიდანვე ინფორმირებული ვიყავი, თუმცა სამსახურის დაწყების შემდეგ აღმოჩნდა, რომ ჩემს ზოგიერთ თანამშრომელს ჰქონდა დამატებითი სარგებელი სამსახურიდან, მაგალითად, უნაზღაურდებოდა ტელეფონის სააბონენტო თანხა, ჯანმრთელობის დაზღვევა, ავტომობილის მომსახურება და სხვ. ამის შემდეგ დავინტერესდი, რატომ არ მექონდა მე მსგავსი პირობები. როგორც მენეჯერმა მითხრა, მე ვიყავი ქალი, არ მყავდა ოჯახი და, შესაბამისად, არ მჭირდებოდა ის დამატებითი სარგებელი, რომელსაც იღებდნენ დაოჯახებული თანამშრომელი მამაკაცები.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: მოცემულ შემთხვევაში ირღვევა დასაქმებულის უფლებები, კერძოდ, შრომის კანონმდებლობის მიხედვით, დაუშვებელია დისკრიმინაცია სქესის მიხედვით, მით უმეტეს, ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით. სამსახურებრივი მოვალეობების შესრულებისას ერთსა და იმავე პოზიციაზე მყოფი თანამშრომლები უნდა იღებდნენ ერთსა და იმავე ანაზღაურებას და დამატებით სარგებელსაც. აღსანიშნავია ისიც, რომ კანონმდებლობაში გამოყოფილია ცალკე პუნქტი, რომელშიც აღნიშნულია, რომ დაუშვებელია კონკრეტული თანამშრომლისთვის განსაკუთრებული პირობების შექმნა.

ისტორია მე-4

15 წლის ვიყავი, როცა მშობლებთან ერთად თურქეთში წავედი სამუშაოდ. სკოლაში ბოლო სემესტრი ჯერ კიდევ არ იყო დასრულებული, მაგრამ მატერიალურად ძალიან გვიჭირდა, ამიტომ სწავლას მუშაობა და ფულის შოვნა ვარჩიე. თხილის პლანტაციებში ვმუშაობდი, დილის 6 საათიდან საღამოს 9 საათამდე. მხოლოდ ერთხელ გვექონდა ერთსაათიანი შესვენება, როცა შეგვეძლო, საჭმელი გვეჭამა. ზოგჯერ ისე ცხელოდა, ღამის 45°C-ც კი იყო. მიწვედა მძიმე ტომრების ზიდვა, რის გამოც ძალიან მტკიოდა ხერხემალი. შემდეგ ამან ჩემი ჯანმრთელობის გაუარესება გამოიწვია, დამჭირდა ხერხემლის ოპერაცია. ახლა ფიზიკური სამუშაოს შესრულება ჩემთვის აღარ შეიძლება.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: აქ იკვეთება რამდენიმე დარღვევა, კერძოდ: 1. ფიზიკური პირის შრომითი ქმედითუნარიანობა წარმოიშობა 16 წლიდან მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ შესაბამისი შრომითი ურთიერთობა არ ეწინააღმდეგება არასრულწლოვნის ინტერესებს, ზიანს არ აყენებს მის ზნეობრივ, ფიზიკურ და გონებრივ განვითარებას და არ უზღუდავს მას სავალდებულო დაწყებითი და საბაზო განათლების მიღების უფლებასა და შესაძლებლობას. ასევე აკრძალულია არასრულწლოვანთან შრომითი ხელშეკრულების დადება მძიმე, მავნე ან საშიშპირობებიანი სამუშაოს შესასრულებლად. გარდა ამისა, იკვეთება, რომ არასრულწლოვანი მუშაობდა კვირაში 105 საათს, მაშინ, როცა სრულწლოვანი ადამიანისთვის კანონით დაშვებული მაქსიმალური სამუშაო დრო კვირაში 48 საათია. გარდა ამისა, მას არ უნაზღაურდებოდა ზეგანაკვეთური შრომა. დამსაქმებელი ვალდებულია, დასაქმებული უზრუნველყოს ნორმალური სამუშაო პირობებით, რომლებიც არ შეუქმნის საფრთხეს ამ უკანასკნელის ჯანმრთელობასა და სიცოცხლეს.

აქტივობა 2. დისკუსია (15 წთ)

დავალების განხილვის შემდეგ ფასილიტატორი სვამს კითხვას: როგორ რეგულირდება ჩვენი შრომითი ურთიერთობები? შემდეგ კი საუბრობს შრომის კანონმდებლობაზე და აღნიშნავს, რომ საქართველოში შრომით ურთიერთობებს არეგულირებს შრომის კოდექსი, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა საკითხს. მათ შორის უმნიშვნელოვანესია დისკრიმინაციის თავიდან აცილება. ფასილიტატორი მოსწავლეებს განუმარტავს სხვადასხვა ნიშნით დისკრიმინაციის მნიშვნელობას; აღნიშნავს, რომ დისკრიმინაცია ნიშნავს ადამიანების უთანასწორო, უსამართლო მოპყრობას, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ეს მიმართულია რაიმე ნიშნით განსხვავებული ადამიანების ჯგუფის წინააღმდეგ. შრომის კოდექსი კი უზრუნველყოფს ადამიანების დაცვას დისკრიმინაციისგან სამუშაოზე აყვანის და მუშაობის პროცესში.

- ✓ ფასილიტატორი 10 წუთის განმავლობაში განიხილავს დებულებებს, არის თუ არა ისინი მართებული და მორგებული საქართველოს რეალობაზე.

ქალებს უფრო ხშირად აქვთ მიღებული უმაღლესი განათლება, ვიდრე კაცებს.	სწორია ქალები - 43% კაცები - 30%
საჯარო სამსახურებში ხელმძღვანელ პოზიციებზე დასაქმებული 9,250 პირიდან უმრავლესობა არის ქალი.	არასწორია კაცი - 7,245 ქალი - 2,005
საჯარო სამსახურებში ხელმძღვანელ პოზიციებზე დასაქმებული 9,250 პირიდან უმრავლესობა არის ქალი.	სწორია
16 წლამდე ქართველი არასრულწლოვნები მუშაობენ საზღვარგარეთ საკმაოდ მძიმე პირობებში.	სწორია
დასაქმებული პირები თითქმის არასდროს არ ასრულებენ ზეგანაკვეთურ სამუშაოს.	არასწორია თბილისის მოსახლეობის 44% ასრულებს ზეგანაკვეთურ სამუშაოს.
საქართველოში შშმ პირთა 5%-ც კი არ არის დასაქმებული.	სწორია

- ✓ ფასილიტატორი 5 წუთის განმავლობაში აჩვენებს მოზარდებს ინფოგრაფიებს მამაკაცების დეკრეტული შვებულებისა და ქალების ეკონომიკური მდგომარეობის შესახებ და მართავს დისკუსიას, რატომ არის ეს ინფორმაცია მნიშვნელოვანი.



25-ე სესია - გენდერული უთანასწორობის საფუძვლები

საკითხები	• გენდერული უთანასწორობა: დასაქმებასთან დაკავშირებული გენდერული სტერეოტიპები, შეზღუდული კარიერული არჩევანი, პირადი ცხოვრების უფლების შეზღუდვა
მიზანი	• გენდერული უთანასწორობის, კერძოდ, ქალთა დასაქმებასთან დაკავშირებული ბარიერების, შესახებ მოზარდების ცნობიერების ამაღლება
მეთოდები	• დისკუსია
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. მოსაზრებების გამოთქმა (15 წთ)

ფასილიტატორმა უნდა აჩვენოს მონაწილეებს სურათები.

- ა) 1-ელ სურათზე გამოსახულია ფეხმძიმე ქალის ფოტო. ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს, ახსნან, რას ხედავენ ფოტოზე? მოზარდები გამოთქვამენ მოსაზრებებს.



- ბ) მე-2 სურათზე იცვლება გამოსახულება. ამჯერად ფოტო მსხვილი კადრითაა წარმოდგენილი და სურათზე ქალბატონის გვერდით დგას მამაკაცი. ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს კითხვით: განმტკიცდა მათი თავდაპირველი წარმოდგენა ამ ქალის შესახებ, თუ შეიცვალა?



გ) მე-3 სურათზე უფრო ნათლად ჩანს ქალის მდგომარეობა – ის ორსულადაა. ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს: საბოლოოდ, რას ფიქრობენ – ვინ არის ეს ქალბატონი? რა არის გადმოცემული ფოტოზე?



დ) მე-4 სურათზე მოცემულია რეალობის ამსახველი ტექსტი:

- ეს ფოტოები გადაღებულია 2008 წლის 14 აპრილს მადრიდში, ესპანეთის ეროვნული გვარდიის ალლუმზე.
- ქალბატონი კარმე ჩაკონი ესპანეთის თავდაცვის მინისტრია და 2008 წლის 19 მაისს მას პირველი შვილი, ვაჟი მიქელი გაუჩნდა.
- წინა ფოტოზე იგი აღბეჭდილია თავის წინამორბედთან, ხოსე ანტონიო ალონსოსთან, ერთად, რომელიც 2008 წლის 11 აპრილამდე ქვეყნის თავდაცვის მინისტრი იყო.

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს აქტივობას – ხანდახან სრულიად წარმოუდგენელია გენდერული სტერეოტიპებისა თუ როლის გამო გარკვეულ საკითხზე სწორი წარმოდგენები გქონდეს. მართალია, ესპანეთის თავდაცვის მინისტრის შემთხვევა არადისკრიმინაციულია, მაგრამ სიმართლის გაგებადმდე არავის (დიდი ალბათობით 😊) დაუსახელებია სწორი ვარიანტი. ამაში ხელი შევიშალათ სტერეოტიპებმა, რაც დამახასიათებელია ჩვენი საზოგადოებისთვის – ვერ დავუშვით, რომ შესაძლებელია, ფეხმძიმე ქალი ახლად დანიშნული ყოფილიყო თანამდებობაზე, მით უმეტეს, თავდაცვის მინისტრის პოსტზე.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ კაცობრიობამ საბოლოოდ გააცნობიერა თანასწორობის მნიშვნელობა და გადაწყვიტა ამ პრინციპის საყოველთაოდ აღიარება. გაეროს გენერალური ასამბლეის მიერ 1948 წლის 10 დეკემბერს მიღებული „ადამიანის უფლებათა საყოველთაო დეკლარაციის“ პირველივე მუხლი აცხადებს: „ყველა ადამიანი იბადება თავისუფალი და თანასწორი თავისი ღირსებითა და უფლებებით. მათ მინიჭებული აქვთ გონება და სინდისი და ერთმანეთის მიმართ უნდა იქცეოდნენ ძმობის სულისკვეთებით“.

აქტივობა 2. ინტერაქცია მოზარდებთან (15 წთ)

ჩიამანდა ნგოზი ადიჩის „ყველანი ფემინისტები უნდა ვიცოდ“ – ამონარიდების განხილვა

ფასილიტატორი მოზარდებს აწვდის მოკლე ინფორმაციას ნიგერიელი მწერლის შესახებ:

ჩიამანდა ნიგერიელი მწერალი ქალია, რომელიც ასევე ცნობილია თავი გამოსვლებით აფრიკელი მოსახლეობის პრობლემების შესახებ.

„ვერ გავიგე, რას გულისხმობ, როდესაც ამბობ, რომ ქალებისთვის ყველაფერი სხვანაირად, უფრო რთულადაა. შეიძლება წარსულში ეს მართლაც ასე იყო, მაგრამ არა ახლა. ახლა ქალებისთვის ყველაფერი მშვენივრადაა.“ – *ლუისი, ჩიამანდა ნგოზი ადიჩის მეგობარი.*

რამდენი თქვენგანი ეთანხმებით ლუისის მოსაზრებას და რატომ?

კენიელი ნობელიანტი მშვიდობის დარგში ვანგარი მათაა:

„რაც უფრო მაღლა მიდიხარ, მით უფრო ნაკლები ქალი გხვდება იქ“.

როგორ ფიქრობთ, რატომ არიან ქალები ასეთი მცირე რაოდენობით, მაგალითად, პოლიტიკაში?

რატომაა საჭირო ბრძოლა ქალთა თანასწორობისთვის? კანონი ხომ ყველასთვისაა, მათ შორის, ქალისთვის? ჩიამანდა ასე უპასუხებს დასმულ კითხვას: *მართალია, კანონი ყველასთვისაა, მაგრამ იგი ხშირად ირღვევა ჩემთვის, მხოლოდ იმიტომ, რომ ქალი ვარ.*

პირველი ორი მოსაზრების განხილვისას კონსულტანტი ინიშნავს მოსაზრებებს, მაგრამ არ იწყებს დისკუსიას მოზარდებთან.

ფასილიტატორი მოზარდებს აჩვენებს შერილ სენდბერგის გამოსვლის ვიდეოჩანაწერს: შერილ სენდბერგი, კომპანია Facebook-ის ადმინისტრაციული სამსახურის ხელმძღვანელი, იკვლევს, თუ რატომ აღწევნა უმაღლეს პროფესიულ საფეხურს უფრო მეტად კაცები; ხოლო იმ ქალებს, რომლებიც მწვერვალს უმიზნებენ, სასარგებლო რჩევებს სთავაზობს.

2010 წელს TED Women-ის კონფერენციაზე გამოსვლისას სენდბერგმა თამამად ისაუბრა, თუ რა ცოტა ქალს აქვს მაღალ მენეჯერულ (C-level business) პოზიციებზე მუშაობის გამოცდილება; ასევე აღნიშნა, რომ ბევრი ქალი ოჯახის გამო „უკან იხევს“ და უარს ამბობს კარიერაზე. TED Talks-ზე გამოსვლის შემდეგ სენდბერგმა დაწერა წიგნი Lean In, რომელიც თითქმის ერთი წლის განმავლობაში იყო New York Times-ის ბესტსელერთა სიაში. სენდბერგი გეგმავს წიგნის ვერსიის გამოცემას კურსდამთავრებულებისთვის.

მნიშვნელოვანი გზავნილები შერილ სენდბერგის გამოსვლიდან:

ყველა ჩვენგანმა, ვინც დღეს აქ ვიმყოფებით, დასაწყისშივე უნდა აღვნიშნოთ, რომ იღბლიანები ვართ, რადგან არ ვცხოვრობთ იმ ეპოქაში, რომელშიც ჩვენი დედები და ბებები ცხოვრობდნენ – როცა კარიერული არჩევანი ქალებისთვის შეზღუდული იყო. თქვენი უმეტესობა ალბათ გაიზარდა იმ სამყაროში, რომელშიც გვექონდა ძირითადი სამოქალაქო უფლებები. გასაოცარია, მაგრამ ჩვენ ახლაც ისეთ სამყაროში ვცხოვრობთ, რომელშიც ქალებს ჯერ კიდევ არ გააჩნიათ ისინი... ყველაზე საგანგაშო ისაა, რომ, ხშირ შემთხვევაში, ქალები ვერ აღწევენ უმაღლეს პროფესიულ საფეხურს მსოფლიოში. ციფრები უფრო უკეთ მოგვითხრობენ ამის შესახებ: 190 სახელმწიფო მმართველიდან მხოლოდ 9 არის ქალი. მსოფლიოს პარლამენტებში დეპუტატების სრული რაოდენობის მხოლოდ 13%-ია ქალი. კორპორაციულ სექტორში ქალები უმაღლესი რანგის თანამდებობებზე, ასევე, გადაწყვეტილების მიღება პოზიციებზე მხოლოდ 15-16 % -ს შეადგენენ. ეს მონაცემები 2002 წლის შემდეგ არ შეცვლილა... თუნდაც არაკომერციულ სამყაროში, რომელზედაც ზოგჯერ ვფიქრობთ, რომ ქალების მიერ არის მართული, ქალების მხოლოდ 20%-ია უმაღლეს პოზიციებზე.

...

ჩვენ სხვა პრობლემის წინაშეც ვდგავართ: ქალებს უწევთ ურთულესი არჩევის გაკეთება პროფესიულ წარმატებასა და პირად ბედნიერებას შორის.

...

მაგრამ ჩემი დღევანდელი გამოსვლა არის რჩევები მათთვის, ვისაც სურს სამსახურში დარჩენა. სულ სამი რჩევაა: 1. მნიშვნელოვან შეხვედრებზე ნუ დარჩებით ჩრდილში, მიუხედავად სამუშაო მაგიდას; 2. იგრძენით თავი ნამდვილ პარტნიორად. 3. დაოჯახების ან შვილის დაბადების მოლოდინის პერიოდში ნუ მიატოვებთ სამსახურის საქმეებს მენტალურად, ანუ არ „წახვიდეთ“ იქამდე, სანამ რეალურად წახვალთ.

...

ქალები არ იცავენ საკუთარ ინტერესებს, შეხედულებებს სამსახურში. უკანასკნელი ორი წლის კვლევები, ჩატარებული რესპონდენტებს შორის, რომლებიც კოლეჯის დამთავრებისთანავე იწყებენ სამსახურს, აჩვენებს, რომ ასეთი ახალგაზრდა მამაკაცების 57% გასაუბრებამე პირველად განიხილავს ხელფასის რაოდენობას, ქალების შემთხვევაში ამას მხოლოდ 7% აკეთებს.

...

ჩვენ უნდა ვუთხრათ ჩვენს ქალიშვილებსა და კოლეგა ქალებს: უნდა გავაცნობიეროთ, რომ ჩვენი უმაღლესი შეფასება – A – გამოვიყენოთ დაწინაურებისა და სამუშაო მაგიდასთან კუთვნილი ადგილის მოსაპოვებლად. და ჩვენ ეს უნდა გავაკეთოთ მთელ მსოფლიოში, ყველგან, სადაც ქალებს უწევთ მსხვერპლის გაღება, რომ დააწინაურონ, მიუხედავად იმისა, რომ კაცებს მათ გვერდით არ მოუწევთ ამის გაკეთება.

...

თუ ქალი და კაცი მუშაობენ სრულ განაკვეთზე და ჰყავთ შვილი, ქალი ორჯერ მეტ საშინაო საქმეს აკეთებს, ვიდრე კაცი; ქალი სამჯერ მეტად ზრუნავს ბავშვზე, ვიდრე კაცი. ასე რომ, ქალს აქვს სამი ან ორი საქმე, კაცს კი – მხოლოდ ერთი. თქვენი აზრით, ვინ მიატოვებს სამსახურს, როდესაც შინ ამის საჭიროება იქმნება? რა თქმა უნდა, ქალი.

...

...დაკავებული ქალი იწყებს ფიქრს შვილის ყოლაზე, მერე კი – იმაზე, თუ როგორ მოაწყობს ბავშვის ოთახს. „როგორ უნდა შევათავსო ეს ყველაფერი იმასთან, რასაც ვაკეთებ?“ და სწორედ იმ მომენტიდან ის აღარ ცდილობს, დაწინაურდეს, აღარ ერთვება ახალ პროექტებში, აღარ ამბობს: „მე მსურს ამის გაკეთება“. ის იწყებს უკან დახევას.

...

ჩემს თაობას, სამწუხაროდ, არ შეუძლია, შეცვალოს მმართველი თანამდებობების გადანაწილების მაჩვენებლები... ჩემი თაობა ვერ მივა იმ მაჩვენებელამდე, რომ თანამდებობებზე 50% იყოს ქალი. თუმცა ვიმედოვნებ, მომავალი თაობა შეძლებს ამას.

აქტივობა 3. სესიის შეჯამება (20 წთ)

სესიის შეჯამებისთვის ფასილიტატორი კითხულობს ამონარიდს ნიგერიელი მწერლის ნაშრომიდან, ასევე დებულებებს შერილ სენდბერგის გამოსვლიდან:

გენდერული უთანასწორობის საფუძვლები:

კაცები მართავენ სამყაროს, რასაც საფუძველი ათასწლეულების წინ ჩაეყარა. მაშინ ადამიანები ცხოვრობდნენ სამყაროში, სადაც გადარჩენისთვის ფიზიკური ძალა ყველაზე მნიშვნელოვანი იყო. **ფიზიკურად ძლიერი ადამიანი უფრო იოლად ხდებოდა ლიდერი.**

დღეს არსებითად სხვა სამყაროში ვცხოვრობთ. ლიდერობისთვის ფიზიკურ ძალას მნიშვნელობა აღარ აქვს. **იმისთვის, რომ იყო ლიდერი, საჭიროა მეტი განათლება, კრეატიულობა და ინოვაციურობა.** ეს მახასიათებლები კი თანაბრად აქვს როგორც კაცს, ისე ქალს.

ჩვენ განვითარდით, მაგრამ იმავეს ვერ ვიტყვით ჩვენს შეხედულებებზე გენდერის შესახებ... ამ საკითხთან დაკავშირებული პრობლემები, ძირითადად, ასე გამოიყურება:

- პროფესიებთან/დასაქმებასთან დაკავშირებული გენდერული სტერეოტიპები
- შეზღუდული კარიერული არჩევანი
- პირადი ცხოვრების უფლების შეზღუდვა

სწორედ განათლებაზე, განვითარებაზე თანაბარი ხელმისაწვდომობა არის ის პრინციპული საკითხი, რომელიც, შესაძლოა, საერთო იყო ყველა კულტურისა და ტრადიციის ქვეყნისთვის. ამ უფლების დარღვევა აღრმავებს გენდერულ უთანასწორობას; ქმნის ბარიერებს „შუშის ტერის“ სახით.

სესიის განმავლობაში ფასილიტატორი ახერხებს, დააფიქროს მოზარდები გენდერული უთანასწორობის გამომწვევ მიზეზებზე. პრობლემა არ არის დამახასიათებელი მხოლოდ ქართული საზოგადოებისთვის, იგი მასშტაბური, გლობალური ხასიათისაა. საზოგადოებაში გაბატონებული სტერეოტიპები, დამოკიდებულებები, მოლოდინი ქალების მიმართ ბევრ გოგონას უვითარებს დაბალ თვითშეფასებას საკუთარ შესაძლებლობებზე. მართალია, მნიშვნელოვანია გარეგანი სტიმულების დახმარება და ზრუნვა სტერეოტიპების ცვლილებაზე, მაგრამ განსაკუთრებული როლი ენიჭება იმას, რომ თავად ქალებს სჯეროდეთ საკუთარი თავის, მოითხოვონ საკუთარი უფლებების დაცვა. დემოკრატიულ საზოგადოებაში მეწარმე ქალები და კაცები ხელს უნდა უწყობდნენ მსგავსი უთანასწორობის შემცირებასა და აღმოფხვრას. დამსაქმებლებმა უნდა გაითვალისწინონ დასაქმებული ქალების წინაშე წარმოქმნილი სირთულეები და იზრუნონ ქალთა გაძლიერებისთვის.

გამოყენებული რესურსი:

https://www.ted.com/talks/sheryl_sandberg_why_we_have_too_few_women_leaders/transcript?language=ka

26-ე სესია - სოციალური მეწარმეობა

საკითხები	• სოციალური მეწარმეობის კონცეფცია – როლები, ღირებულებები; პრაქტიკული სავარჯიშო; სოციალური საწარმოს მაგალითების განხილვა
მიზანი	• სოციალური მეწარმეობის სარგებლის გააზრება ქვეყნისა და საზოგადოებისთვის
მეთოდები	• ბრენშტორმინგი, ჯგუფური მუშაობა, დისკუსია
რესურსები	დრო: 60 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, თაბახის ფურცლები, კალმები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. მოსაზრებების გამოთქმა (10 წთ)

ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს, განვლილი სესიებიდან გაიხსენონ: ვინ არის მეწარმე? რას ნიშნავს მეწარმეობა? მოზარდების პასუხების მოსმენის შემდეგ სვამს კითხვას: *რას ნიშნავს სოციალური მეწარმეობა?* და ინიშნავს ბრენშტორმინგის მეთოდით მუშაობისას გამოთქმულ ვარაუდებს.

აქტივობა 2. მინილექცია (15 წთ)

მოზარდების მოსაზრებების განხილვის შემდეგ ფასილიტატორი განმარტავს:

„სოციალური მეწარმეობა“ შედარებით ახალი კონცეფციაა, რომელიც ბიზნესის „ახლე-ბურ გზას“ გულისხმობს. „ბიზნესის ცნების“ კლასიკური გაგებისგან სოციალურ საწარმოს სწორედ მისი სოციალური ბუნება განასხვავებს – ის იქმნება კონკრეტული პრობლემის მოსაგვარებლად და მოგვებაც სწორედ ამ პრობლემის გადაჭრას ხმარდება.

სოციალური საწარმო გამოირჩევა შემდეგი მახასიათებლებით :

- მას აქვს მკაფიო **სოციალური მისია/მიზანი**;
- ახორციელებს **ეკონომიკურ აქტივობებს**: მაგალითად, აქვს შემოსავალი; ჰყავს ანაზღაურებადი თანამშრომლები და ა.შ.;
- **მართვა** ხორციელდება თანამშრომელთა და ბენეფიციართა **ჩართულობით**;
- შემოსავალი ორიენტირებულია **მხოლოდ საოპერაციო ხარჯების** დაფარვაზე (საოპერაციო ხარჯები ისეთი ხარჯებია, რომლებიც საწარმოთა ძირითადი საქმიანობის განხორციელებას მოხმარდება. საოპერაციო ხარჯებს მიეკუთვნება პროდუქციის დამზადების ან მომსახურებისთვის გაწეული მატერიალური და შრომითი დანახარჯები. საოპერაციო ხარჯებში შედის ქირა, აღჭურვილობა, ინვენტარის ხარჯები, ხელფასები, დაზღვევა, კვლევისა და განვითარებისათვის გამოყოფილი სახსრები);

- წმინდა მოგების განაწილების სქემა გამჭვირვალეა და ემსახურება საწარმოს სოციალური მისიის რეალიზაციას.

გემოთქმულიდან გამომდინარე, სოციალურ საწარმოს აქვს ორმაგი მიზანი – ეკონომიკური და სოციალური. აქედან უმთავრესი სოციალურია. ეკონომიკური მიზანი გახლავთ მხოლოდ საშუალება მეორე, უფრო მნიშვნელოვანი – სოციალური – მიზნის მისაღწევად. ამგვარად, სოციალური საწარმოს მოგება არ იზომება მხოლოდ ფინანსური წარმატებით. გაცილებით მნიშვნელოვანია მისი წვლილი სოციალური პრობლემის მოგვარებაში, რისთვისაც იგი შეიქმნა.

სოციალური საწარმოს როლები

სოციალური პრობლემა მრავალგვარია. შესაბამისად, სოციალური საწარმო ამდენივე როლს შეიძლება ასრულებდეს, კერძოდ:

- დასაქმების ხელშეწყობა;
- სოციალური სერვისების შექმნა;
- მოწყვლადი რეგიონების/დასახლებული პუნქტების განვითარება;
- სხვა სფეროების, მაგალითად: გარემოს დაცვის, პროფესიული სპორტის, სამოყვარულო სპორტის, ხელოვნების, კულტურის, ისტორიული მემკვიდრეობის დაცვის, მეცნიერების, ინოვაციების განვითარება.

აქტივობა 3. სოციალური საწარმოს ბიზნესიდის ჩამოყალიბება (25 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ყოფს 5-წევრიან გუნდებად და აძლევს დავალებას: ჩამოაყალიბეთ თქვენთვის საინტერესო ბიზნესიდეა, რომელსაც კონკრეტული სოციალური მიზნები ექნება. ყურადღება გაამახვილეთ, კონკრეტულად რა პროდუქტის წარმოება ან სერვისის მიწოდება იქნება სასურველი ჯგუფის თითოეული წევრისთვის? ვინ იქნება თქვენი ორგანიზაციის სერვისის მიმღები? რა კონკრეტული საჭიროებები შეიძლება ჰქონდეს მას? დავალების შესრულების შემდეგ გააკეთეთ მოკლე პრეზენტაცია ფლიპჩარტის გამოყენებით.

მაგალითები: შშმ პირებისა და ღარიბი ადამიანების დასაქმება, მათი შემოსავლის ზრდა, გარემოს დაცვა, განათლება

აქტივობა 4. მინილექცია (10 წთ)

ჯგუფების პრეზენტაციების დასრულების შემდეგ ფასილიტატორი წარადგენს სოციალური საწარმოების მაგალითებს.

N1 – Toms Shoes

სოციალური საწარმო Toms Shoes 2006 წელს დაფუძნდა აშშ-ში, ლოს-ანჯელესში. მისი ბიზნესმოდელი ცნობილია, როგორც „ერთი ერთისთვის“. კომპანიის ეს კონცეფცია მარტივია: მომხმარებლის მიერ ერთი წყვილი ფეხსაცმლის შეძენის შემთხვევაში, მეორე წყვილი იგზავნება სიღარიბეში მცხოვრებ ბავშვებთან არგენტინაში, გვატემალაში, მექსიკაში, ეთიოპიაში, რუანდაში, სამხრეთ აფრიკაში, ჰაიტისა და აშშ-ში. 2011 წლიდან კომპანიამ ასევე დაიწყო სათვალეების დამზადება და გაყიდვა იმავე კონცეფციის მიხედვით. საინტერესოა საწარმოს სახელწოდებაში ჩადებული აზრი: მისი პირველი სიტყვა მამაკაცის სახელს კი

არ უკავშირდება, როგორც ეს ერთი შეხედვით ჩანს, არამედ სიტყვა Tomorrow-ს (ხვალ, ხვალინდელი დღე, მომავალი) შემოკლებული ფორმაა. ასე რომ, Toms Shoes ნიშნავს „მო-მავლის ფეხსაცმელებს“.

N2 – „ბაბაღე“

ამ ქართული სოციალური საწარმოს მისია არის მენტალური და ფსიქოსოციალური განვითარების თავისებურებების მქონე პირთა დამოუკიდებლობის ხელშეწყობა მათი დასაქმების გზით.

აქ მრავალფეროვანი ხელნაკეთი ნივთები მზადდება, რომელთა შეძენით შემოსული თანხა დაუნის სინდრომის მქონე ადამიანების საჭიროებების მოგვარებას ხმარდება. „ბაბაღე“ დაარსდა 2015 წელს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა მშობლების მიერ.

N3 – „ეთნოდიზანი“

„ეთნოდიზანი“ საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციის სოციალური მაღაზიაა. ასოციაცია აერთიანებს 250-მდე ოსტატს მთელი საქართველოდან და ხელს უწყობს რეწვის ტრადიციების სიცოცხლისუნარიანობის განმტკიცებას, ოსტატების საქმიანობის პოპულარიზაციას და მათ ნაწარმს ერთ სივრცეში ყიდის.

„ეთნოდიზანი“ 2016 წლის აგვისტოში გაიხსნა და მისი კონცეფცია ეფუძნება ტრადიციული და თანამედროვე დიზაინის სინთეზის პრინციპს, რომლის მიხედვითაც, ასოციაციისა და ოსტატების თანამშრომლობით შექმნილი ხელნაკეთი პროდუქცია მორგებულია თანამედროვე მომხმარებლის მოთხოვნებზე.

N4 – კაფე „რვას+1“

„რვას+1“ მდებარეობს ოზურგეთში (გურიაში) და არის ერთადერთი ლიტერატურული კაფე ქალაქში, რომელიც, ამავე დროს, სოციალური საწარმოცაა. „რვას+1“ 2015 წელს არასამთავრობო ორგანიზაცია „ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირის“ მიერ შეიქმნა. კაფეს მისიაა მულტიკულტურული საზოგადოების ურთიერთთანამშრომლობისა და თანაცხოვრების ეფექტიანობის პოპულარიზაცია და სოციალური პასუხისმგებლობის გაზრდა ახალგაზრდებში. კაფე ახალგაზრდების დასაქმების ადგილიც გახლავთ.

კაფე „რვას+1“ არის სამუშაო, მოსასვენებელი, საკითხავი, მეგობრებთან შეხვედრების, საჯარო ლექციებისა და სხვა ღონისძიებების მოსაწყობი სივრცე. საინტერესოა კაფეს მენიუ – კერძები ქართული/გურული და ევროპული სამზარეულოს ერთგვარი სინთეზია.

N5 – „დედიკო“

სოციალური საწარმო „დედიკო“ 2021 წელს შეიქმნა და მისი მიზანი მარტოხელა დედების დახმარებაა. დღეს საქართველოში მარტოხელა დედების პრობლემებს ნაკლები ყურადღება ექცევა. სამწუხაროდ, ხშირია მათ მიმართ ძალადობისა და ფსიქოლოგიური ზეწოლის ფაქტები საკუთარი ოჯახის წევრებისა და ნათესავების მხრიდან. ასეთი ქალები განსაკუთრებით დაუცველ მდგომარეობაში იმყოფებიან. მათთვის რთულია, დაეუფლონ პროფესიას, დასაქმდნენ და ჰქონდეთ შემოსავალი. ამის შედეგად, უჭირთ არა მარტო თავიანთი, არამედ შვილების განვითარებისთვის ნორმალური გარემოს უზრუნველყოფა. დასაქმებიდან ექვსი თვის შემდეგ, როდესაც თანამშრომლები სრულად აითვისებენ პროდუქციის დამზადების მეთოდს, სურვილის შემთხვევაში, მათ მიეცემათ შესაძლებლობა, „დედიკოს“ პროდუქციის (ჩანთების) კერვა შინ გააგრძელონ. „დედიკო“ მათ მოამარაგებს ტექნიკური აღჭურვილობითა და მასალით და ჩაიბარებს დამზადებულ პროდუქციას. ასეთ ქალბატონებს საწარმოში ახალდასაქმებულები ჩაანაცვლებენ, რაც, შესაბამისად, საშუალებას იძლევა, დასაქმების შესაძლებლობა უფრო მეტი ქალისთვის იქნეს შეთავაზებული. რამდენადაც პროდუქცია, უმეტესად, ბუნებრივი მასალისგან იკერება, „დედიკო“ ხელს უწყობს გარემოსდაცვითი ცნობიერების განვითარებასაც.

შეჯამება: სესიის მოსმენის შედეგად მოზარდები მიიღებენ ინფორმაციას თანამედროვე ბიზნესმიდგომების შესახებ და გააცნობიერებენ სოციალური ბიზნესის ცნების მნიშვნელობას. სოციალური საწარმოს მთავარი მიზანია, დაინერგოს სოციალური პრობლემების მოგვარების ახლებური მიდგომები. სესიის დასკვნით ეტაპზე განხილული სოციალური საწარმოების მაგალითები უფრო ნათლად დაანახვებს მონაწილეებს სოციალური მეწარმეობის არსს.

დასავლურ ქვეყნებში სოციალური მეწარმეობა მიიჩნევა სოციალური ცვლილებებისა და პროგრესის მამოძრავებელ ძალად. ეს არის სოციალური პრობლემის იდენტიფიცირებისა და მისი მოგვარების მიზნით ბიზნესინსტრუმენტების გამოყენების შესაძლებლობა. ამდენად, მისი განვითარება და წახალისება განსაკუთრებით მომგებიანია განვითარებადი ქვეყნებისთვის, რადგან მრავალი სოციალური პრობლემა შეიძლება გადაიჭრას საზოგადოებრივ საწყისებზე. ამდენად, სოციალური მეწარმე არის ცვლილებების აგენტი, რომელიც ხელს უწყობს საზოგადოებრივი სიკეთის შექმნას და ცხოვრების სტანდარტების ამაღლებას ქვეყანაში.

გამოყენებული რესურსი:

<https://www.throughthenews.com/ka/stories/qvelaferi-sotsialur-metsarmeobaze>

http://segeorgia.org/FILES/doc/447_Manual%202018%20for%20WEB.pdf

https://osgf.ge/files/2017/SE_manual_2017

<https://forbes.ge/blogs/e1-83-a1-e1-83-9d-e1-83-aa->

27-ე სესია - CSR – კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა

საკითხები	• სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და მნიშვნელობა; წარმატებული საკომუნიკაციო კამპანიების საუკეთესო მაგალითები
მიზანი	• კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიული მახასიათებლების გაცნობა
მეთოდები	• ბრეინშტორმინგი; ჯგუფური დისკუსია • ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 60 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფერადი სტიკერები, ფლიპჩარტი, მარკერები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სოციალური პრობლემის დეფინიცია (5 წთ)

სესიის დასაწყისში ფასილიტატორი ჯგუფში ახდენს სოციალური პრობლემების იდენტიფიცირებას. მოზარდები განიხილავენ გარემოში არსებულ პრობლემებს და მსჯელობენ მათი მოგვარების გზებზე (ინფორმაციისთვის: **სოციალური პრობლემა**

ეწოდება პროცესს, რომლის განვითარებისას წარმოქმნილი პირობები და მოვლენები ზემოქმედებს გარკვეული ჯგუფების ან მთელი საზოგადოების ცხოვრების ხარისხზე (მაგალითად, სიღარიბე, ძალადობა, ნარკომანია, გარემოს დაბინძურება).

აქტივობა 2. სოციალური პრობლემების იდენტიფიცირება (30 წთ)

განხილვის დასრულების შემდეგ მოზარდები დაიყოფიან 4 ჯგუფად. თითოეულ ჯგუფში აირჩევს ფასილიტატორის მიერ შეთავაზებულ ბარათს, რომელზედაც კონკრეტული კომპანიის სახელწოდება წერია, კერძოდ: 1. სარესტორნო კომპანია, რომლის ქსელი ქვეყნის მასშტაბით ფუნქციონირებს; 2. სარეცხი საშუალებების მწარმოებელი კომპანია; 3. ბანკი; 4. სამშენებლო კომპანია.

ჯგუფი ირჩევს ერთ სოციალურ პრობლემას, რომლის მოგვარებაც ბარათზე მოცემული კომპანიის საქმიანობით შესაძლებლად და მნიშვნელოვნად მიაჩნია.

ჯგუფების დავალებაა:

- დაასაბუთონ არჩეული პრობლემის მასშტაბურობა და აქტუალურობა;
- წარმოადგინონ საქმიანობების გეგმა, რომელიც აღნიშნული პრობლემის ნაწილობრივ გადაჭრას შეუწყობს ხელს.

აქტივობა 3. მინილექცია (25 წთ)

ჯგუფები წარმოადგენენ პრობლემას და მისი გადაჭრის გეგმას, რის შემდეგაც ფასილიტატორი ესაუბრება მათ კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა სუბიექტის ნებაყოფლობითი გადაწყვეტილებაა, დააკმაყოფილოს პრობლემები და გამოწვევები საკუთარი ფუნქციის მიღმა. ესაა ისეთი რამის გაკეთება, რაც მას კანონით არ ევალება, ანუ ის, რასაც საკუთარი ნებითა და რესურსებით გააკეთებს.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნესის ნებაყოფლობითი არჩევანი, გაითვალისწინოს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის ინტერესები და დადებითი გავლენა მოახდინოს თავის სამუშაო, სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე. ეს კი ნიშნავს, რომ თანამედროვე კომპანიებს აქვთ ერთგვარი პასუხისმგებლობა მომხმარებლების, თანამშრომლების, ფართო საზოგადოების, მთავრობისა და თავიანთი სამუშაო გარემოს მიმართ.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, ანუ CSR, არ არის კანონით დაკისრებული ვალდებულება. ეს არის კომპანიის კეთილი ნება და ეთიკური მოქმედება, რის მეშვეობითაც შესაძლებელია ქვეყანაში არსებული სოციალური, ეკოლოგიური და ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებაში თუნდაც პატარა წვლილის შეტანა.

პრაქტიკული მაგალითები:

1. 1994 წელს ავიაკომპანია British Airways-მა დაიწყო კამპანია გაეროს ბავშვთა ფონდის (UNICEF) მხარდასაჭერად მგზავრებისაგან თანხების მოგროვებით. პროგრამას ერქვა „შეცვალე უკეთესობისაკენ“ (Change for Good). კამპანიის „შემომწირველებს“ წარმოადგენდნენ ავიაკომპანიის მგზავრები. ყოველ წელს, საშუალოდ, 16 მილიონი ამერიკელი მოგზაურობს ევროპაში და შინ დაბრუნებისას ხშირად ჯიბეში უყრიათ უცხოური ხურდა ფული, რომელსაც სამშობლოში ვერაფერში გამოიყენებენ. სწორედ ამას ეფუძნებოდა ჩატარებული კამპანია. British Airways-ის მიერ განხორციელებული ფრენის დროს მგზავრებს საგარდლებზე ხვდებოდათ სპეციალური კონვერტები, რომლებშიც მათ შეეძლოთ, ჩაეყარათ ხურდა ფული UNICEF-ის მხარ-

დასაჯერად. ამავ დროს თვითმფრინავში აკეთებდნენ განცხადებებს იმის თაობაზე, თუ რა მიზნით გროვდებოდა თანხა. 2002 წლისათვის „ბრიტანეთის ავიახაზებს“ უკვე 31 მილიონი აშშ დოლარი ჰქონდა შეგროვებული.

2. 1962 წელს კომპანია Nestle-მ გადაწყვიტა, ეკონომიკური საქმიანობა განეხორციელებინა ინდოეთის ერთ-ერთ უკიდურესად ღარიბ რაიონში – მოგაში. გამომდინარე იქიდან, რომ Nestle-ს საწარმოო ჯაჭვი მთლიანად ადგილობრივ რესურსებზე იყო დამოკიდებული, კომპანიამ მოგას რაიონში ააშენა რძის შემკრები პუნქტები, რძის ტრანსპორტირებისთვის ადგილობრივი საწარმო უზრუნველყო საკუთარი ავტომანქანებით. რძის ხარისხის გასაუმჯობესებლად Nestle მოგაში მუდმივად აგზავნიდა ვეტერინარებს, დიეტოლოგებსა და ხარისხის ექსპერტებს. პარალელურად ადგილობრივ გლეხებს მუდმივად უტარდებოდათ ტრენინგები, საჭიროების შემთხვევაში იგზავნებოდა მედიკამენტები და საკვები დანამატები დაავადებული ცხოველებისთვის. ცხოველების კვების ხარისხის გასაუმჯობესებლად Nestle-ს მიერ განხორციელებული ინიციატივებით გაუმჯობესდა ირიგაცია. თუკი Nestle-ს რძის ქარხნის გახსნის დროს საწარმოს ჰყავდა 180 ფერმერი, დღეისათვის რძის მომწოდებელთა რიცხვი 75 ათასს აღწევს. ამასთანავე, რძის წარმოება გაიზარდა 50-ჯერ, ხოლო ხბორების სიკვდილიანობა შემცირდა 75%-ით.
3. „საქართველოს ბანკის“ პროდუქტია „მწვანე ანაბარი“. „მწვანე ანაბრის“ ფარგლებში ყველა პიროვნების სახელით, რომლებმაც „საქართველოს ბანკში“ გახსნეს ვადიანი ან საბავშვო ანაბარი, ბანკმა დარგო ხეები დაბა წალკერში. „მწვანე ანაბრის“ აქციის შედეგად ბანკმა გააშენა 45,000 ნერგი და იზრუნა ნერგების სათანადოდ მოვლაზე. 2009-დან 2011 წლამდე „საქართველოს ბანკის მომავლის ფონდმა“ 150,000 აშშ დოლარის მოცულობის დაფინანსება გამოყო ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის მოვლისა და მიმდინარე ხარჯების დაფინანსებისთვის.
4. პროექტი m2 მიზნად ისახავს საქართველოში ელექტროტრანსპორტის დამტენების ინფრასტრუქტურის შექმნას, ეკოლოგიურად სუფთა ტრანსპორტის პოპულარიზაციას და ქვეყანაში ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესებას. ინფრასტრუქტურის მოწყობა ნიშნავს მეტ ელექტრომობილს, მეტი ელექტრომობილი – ნაკლებ გამოწვას, ნაკლები გამოწვა ნაკლები CO₂ – მეტ ჟანგბადს.
5. კომპანია „IDS ბორჯომი საქართველო“ 2012 წლიდან ბორჯომის ტერიტორიაზე მწვანე საფარის აღდგენის მიზნით ახორციელებს ხეების დარგვის პროექტს. 2017 წელს კომპანიამ პროექტის **#ბორჯომიბუნებისგულშემატკივარი** ეგიდით ბორჯომის პლატოს ტერიტორიაზე მუხის, ნეკერჩხლისა და ფიჭვის 3800 ნერგი დარგო. ხეების დარგვის აქცია იმართება წელიწადში ორჯერ – გაზაფხულსა და შემოდგომაზე. კომპანიის მთავარი მიზანია ბორჯომის ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესება, ტყის საფარის სწრაფი და ეფექტური აღდგენა.
6. ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი კომპანია LEGO-ს წარმომადგენელი ამბობს, რომ ამ პროექტის ინსპირაცია 9 წლის ბავშვი გახდა. ერთხელ კომპანიაში მიიღეს წერილი: „როცა გავიზრდები, მინდა, რომ ჩემმა შვილმა იცხოვროს ჯანსაღ გარემოში“. სწორედ ეს და მსგავსი შინაარსის სხვა წერილები გახდა კომპანიისთვის მოტივაცია, რომ დაწყებულიყო კამპანია Build the Change. პროექტის ფარგლებში მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში ტარდება ღონისძიებები, რომლებზედაც ბავშვები საუბრობენ მათ თემაში არსებულ პრობლემებზე და თავადვე მსჯელობენ მათი მოგვარების გზებზე.

შეჯამება: სესიის ბოლოს ფასილიტატორი ყურადღებას გაამახვილებს იმაზე, რომ კორპორაციული პასუხისმგებლობა არის კეთილი ნება იმ ბიზნესისა, რომელიც ეფექტურად იცავს კანონმდებლობითა და საერთაშორისო სტანდარტებით დადგენილ ნორმებს და იყენებს შესაძლებლობებს, რათა განავითაროს თანამშრომლები, საზოგადოება, გარემო და ბაზარი.

სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე კომპანიების მმართველები აღიარებენ, რომ CSR-პროგრამები თანამშრომლებში ზრდის მოტივაციას. 2003 წელს სტენფორდის უნივერსიტეტში ჩატარებულ კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს MBA-ს კურსდამთავრებულებმა. აღმოჩნდა, რომ ისინი მზად არიან, იმუშაონ შედარებით დაბალ ხელფასზე ისეთ კომპანიაში, რომელსაც აქვს მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობა. აქვე დავამატებ, რომ პროფესიონალები ყოველთვის ეძებენ კომპანიებს, რომლებსაც კარგი CSR-სტრატეგია აქვთ. სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესი ინარჩუნებს და იზიდავს პროფესიონალებს, რაც მომავალში კომპანიის წარმატების ზრდის საწინდარია.

ევროკომისია განმარტავს „კორპორაციული პასუხისმგებლობის“ ცნებას, როგორც „ბიზნესის პასუხისმგებლობას იმ ქმედებებისთვის, რომლებითაც ის ზეგავლენას ახდენს საზოგადოებაზე“.

ევროკავშირის ასოცირების შეთანხმებაში ჩაიდო 5 მუხლი, რომელთა შინაარსი კონკრეტულად კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას (CSR) ეხება. ამ შეთანხმების საფუძველზე სახელმწიფოს აქვს აღებული ვალდებულება, საქართველოში დაგეგმოს სხვადასხვა აქტივობა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროს შესახებ ცნობიერების ასამაღლებლად და ხელი შეუწყოს ორგანიზაციებში ევროკომისიის მიერ გამოკვეთილი CSR-სტანდარტების დანერგვას, პირველ ეტაპზე – სახელმწიფო საწარმოებში.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ გულისხმობს მხოლოდ ფინანსურ მხარდაჭერას. მისი ძირითადი ფუნქციაა, გვერდში ედგეს საზოგადოებას, როცა წარმოიშობა პრობლემური საკითხები. ქველმოქმედება კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთ კომპონენტად შეიძლება ჩაითვალოს, თუმცა, რა თანხაც არ უნდა დახარჯოს ორგანიზაციამ ქველმოქმედების მიზნით, თუ არ ზრუნავს გარემოზე, ან არ იცავს თანამშრომლების უფლებებს, კომპანია ვერ ჩაითვლება კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მქონედ.

გამოყენებული რესურსი:

<http://eugeorgia.info/ka/article/579/qartuli-kompaniebi-agrdzeleben-csr-is-evropul-tradiciebs-saqartveloshi/>

<https://www.marketer.ge/csr-in-georgia/>

<https://fortuna.ge/fortuna/show-archive/ratom-aris-mnishvnelovani-korporaciuli-pas-ukhismgebloba-biznesistvis-fm-qouchi/>

28-ე სესია - მწვანე მეწარმეობა, ინოვაციური მეწარმეობა, ციფრული მეწარმეობა

საკითხები	• სოციალური პასუხისმგებლობის არსი და მნიშვნელობა; წარმატებული საკომუნიკაციო კამპანიების საუკეთესო მაგალითები
მიზანი	• კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიული მახასიათებლების გაცნობა
მეთოდები	• ბრეინშტორმინგი; ჯგუფური დისკუსია • ჯგუფური მუშაობა
რესურსები	დრო: 60 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფერადი სტიკერები, ფლიპჩარტი, მარკერები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სოციალურ მეწარმეობასა და სოციალურ კორპორაციულ პასუხისმგებლობას შორის განსხვავების დადგენა (5 წთ)

განვლილ სესიებზე განხილული თემების გახსენების მიზნით ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს კითხვით: რა განსხვავებაა სოციალურ მეწარმეობასა და სოციალურ კორპორაციულ პასუხისმგებლობას შორის?

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: სოციალური საწარმო იქმნება კონკრეტული სოციალური პრობლემის მოსაგვარებლად და მოგებაც სწორედ ამ პრობლემის გადაჭრას ხმარდება. CSR არ არის კანონით დაკისრებული ვალდებულება; კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არის ბიზნესის ნებაყოფლობითი არჩევანი, გაითვალისწინოს სამოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის ინტერესები და დადებითი გავლენა მოახდინოს თავის სამუშაო, სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე.

აქტივობა 2. მინილექცია და დისკუსია მწვანე, ინოვაციური და ციფრული მეწარმეობის შესახებ (20 წთ)

ინოვაციური და მწვანე მეწარმეობა

1. ფასილიტატორი მოზარდებს უჩვენებს სლაიდს, რომელზედაც გამოსახულია ვირთავგას ფოტო და სვამს შეკითხვას: თქვენი აზრით, რისთვის, რომელი ბიზნესსაქმიანობის განხორციელებისას შეიძლება გამოიყენო ვირთავგა?

მოზარდების მოსაზრებების მოსმენის შემდეგ ფასილიტატორი აჩვენებს მათ მოკლე ანიმაციურ ვიდეორგოლს (<https://www.youtube.com/watch?v=eos7k2pC7Mg>) და განმარტავს, რომ არსებობს კომპანია „აპოპო“, რომელიც ეწევა ინოვაციურ და მწვანე მეწარმეობას. იგი არის სოციალური საწარმო, რომელიც 2019 წლიდან წვრთნის ვირთავგებს ჰუმა-

ნიტარული მიზნებისთვის – ადგილობრივ თემს უბრუნებს ნაღმებისგან განეიტრალებულ გაუვნებლებელ ტერიტორიებს.

კომპანიაში წვრთნიან ვირთაგვებს და იყენებენ დანალმული პოლიგონების განაღმვის-თვის. ცხოველებს ასევე შეუძლიათ, ამოიგნონ ტუბერკულოზით დაავადებული ადამიანის ბიოლოგიური მასალა. ერთი მხრივ, მნიშვნელოვნად შემცირდა მსხვერპლთა რაოდენობა განაღმვითი საქმიანობისას, მეორე მხრივ, სწრაფად ხდება ინფიცირებული ადამიანების იდენტიფიცირება, რაც აფერხებს ვირუსის გავრცელებას (შესაძლებელია, აქაც შევთავაზოთ მოზარდებს პატარა ვიდეორგოლის ნახვა (https://www.youtube.com/watch?v=Z_vc5BtPPQ0)).

საწარმოში დასაქმებულია 224 ადამიანი. მათ მიერ გაწვრთნილმა 115-მა ვირთაგვამ ამ დროისთვის 106000 ნაღმი აღმოაჩინა.

2. ფასილიტატორი მოზარდებს უჩვენებს სლაიდს, რომელზედაც გამოსახულია ნივთები. ის ისმენს მოზარდების მოსაზრებებს – რისგან არის შესაძლებელი მათი დამზადება?

TerraCycle – ეს არის ინოვაციური პლატფორმა, რომელიც 2001 წელს დააფუძნეს პრინსტონის უნივერსიტეტის სტუდენტებმა, ტომ საკიმ და ჯონ ბეიერმა. 20 ათას დოლარად მათ შეიძინეს ცოტა ხნის წინ ფლორიდაში ჰარი ვინდლის მიერ გამოგონებული სისტემა, რომელიც ორგანულ ნარჩენებს ვერმიკომპოსტად (ბიოჰუმუსად) გადაამუშავებდა. ბუნებრივი სასუქი შეიქმნებოდა წითელი და თეთრი ჭიაცილების გამოყენებით, რომლებსაც სამზარეულოს ნარჩენებით გამოკვებავდნენ. ასეთ ნარჩენებს ახალგაზრდებს თავდაპირველად უნივერსიტეტის სასადილო აწოდებდა. თხევადი სასუქის დასაფასოებლად იყენებდნენ კოკა-კოლასა და პეპსი-კოლას ნახმარ ბოთლებს. ეს პროცესი გახდა საფუძველი მარკეტინგული სლოგანისთვის: „ნარჩენები ნარჩენებში“. ახალგაზრდებს აღნიშნულმა უდიდესმა კომპანიებმა მისცეს ნებართვა, მათი შესაფუთი მასალა/ტარა გამოეყენებინათ.

კომპანია ამჟამად ახორციელებს ასევე იმ ნარჩენების კვლავწარმოებას, რომელთა მეორეული გადამუშავება ადრე შეუძლებელი იყო. იგი 21 ქვეყანაში ფუნქციონირებს და აერთიანებს 203 000 ადამიანს. TerraCycle ამუშავებს უზარმაზარი მოცულობის ნარჩენებს – სარეცხი სითხეების ბოთლებს, ბავშვის საკვების ბოთლებს და ა.შ. (<https://www.youtube.com/watch?v=U7uyCEkwVKc>). ძნელად გადასამუშავებელი ნარჩენები (პლასტმასა, სათამაშოები, ტანსაცმელი და სხვ.) იძენს ახალ სიცოცხლეს, რაც მნიშვნელოვან ზიანს ააცილებს გარემოს.

ფოტოზე გამოსახული ნივთები წარმოებულია არარეციკლირებადი ნარჩენებისგან (მაგალითად, ჩიფსების შესაფუთი პაკეტები, ქიმიური სარეცხი საშუალებების ბოთლები და სხვ.).

ფასილიტატორი განაგრძობს ინფორმაციის მიწოდებას:

ბიზნესმა, ძირითად საქმიანობასთან, ვალდებულებასთან ერთად (პროდუქციის წარმოება და სერვისების მიწოდება, გადასახადების გადახდა, მატერიალური ღირებულებების შექმნა, ადამიანების დასაქმება, კანონის მორჩილება), შეიძინა ახალი როლი და პასუხისმგებლობა:

- საზოგადოების კეთილდღეობაზე ზრუნვა;
- სოციალური და გარემოსდაცვითი პრობლემების მოგვარებაში მონაწილეობა.

ეს გარემოება აქტუალობას იძენს იმ ზიანის შემცირების საქმეში, რომელსაც ინდუსტრიული საქმიანობა აყენებს გარემოს. მნიშვნელოვანია, რომ დასახელებულ ახალ როლსა და პასუხისმგებლობას მოიცავს მდგრადი განვითარების მიზნები, რომლებიც 2030 წელს უნდა იყოს მიღწეული. მდგრადი განვითარების მიზნები არის ნაკრები 17 მიზნისა და 169 ინ-

დიკატორისა, რომლებზედაც თანხმდება გაეროს წევრი ყველა ქვეყანა უკეთესი და უფრო მდგრადი მომავლის მისაღწევად.

<https://www.unicef.org/georgia/ka/%E1%83%9E%E1%83%A3%E1%83%91%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98-%E1%83%93%E1%83%90-%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A8%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98>

3. ფოტოზე გამოსახულია ტანსაცმელი განსხვავებული და განსაკუთრებული დიზაინით. ფასილიტატორი მოზარდებს უსვამს შეკითხვას: თქვენი აზრით, რისგანაა დამზადებული ეს ტანსაცმელი?

თავის გამოსვლაში დენიტ პელეგი (დიზაინერი ისრაელიდან) ჰყვება საკუთარი ინოვაციის შესახებ:

ბოლო რამდენიმე თვის განმავლობაში კვირაობით ვმოგზაურობდი მხოლოდ ერთი ჩემოდნით (ე.ი. თან მქონდა ტანსაცმელი, რომელიც ერთ ჩემოდანში ეტეოდა). ერთ დღეს მნიშვნელოვან ღონისძიებაზე მიმიწვიეს. მსურდა, რაიმე განსაკუთრებული და ახალი ჩამეცვა. ჩემოდანში ჩავიხედე და ჩასაცმელად ვერაფერი ვიპოვე. გამიმართლა, რომ იმ დღეს ვიყავი ტექნოლოგიების შესახებ გამართულ კონფერენციაზე და ხელი მიმიწვდებოდა 3D პრინტერებზე. ასე რომ, სწრაფად ავაწყვე კაბა ჩემს კომპიუტერში და ფაილი ჩავტვირთე პრინტერზე. მეორე დილით მე, უბრალოდ, ავიღე ყველა ნაჭერი, ავაწყვე ჩემს სასტუმროს ნომერში და ეს არის სწორედ ის კაბა, რომელიც ახლა მაცვია.

ყოველთვის ყველაზე უფრო კრეატიულად ვგრძნობდი თავს, როდესაც სახლიდან ვმუშაობდი. მიყვარდა ექსპერიმენტები ახალ მასალებზე და ყოველთვის ვცდილობდი, შემემუშავებინა ახალი ტექნოლოგია, რომ დამეშადებინა ყველაზე უნიკალური ქსოვილები ჩემი მოდის პროექტებისთვის. ძალიან მიყვარდა ძველ ქარხნებსა და მაღაზიებში სიარული, ვეძებდი უცნაური მასალების ნარჩენებს, შემდეგ კი ისინი შინ მიმქონდა და მათზე ექსპერიმენტებს ვატარებდი.

ეს სინამდვილეში ძალიან ნელი პროცესია (ზემოხსენებული კაბის ამობეჭდვას ერთი ლამე დასჭირდა), მაგრამ გავიხსენოთ, რომ ინტერნეტი 20 წლის წინ გაცილებით ნელი იყო, ამიტომ 3D ბეჭდვაც დაჩქარდება და შინ მაისურის „დაბეჭდვას“ რამდენიმე წუთში შეძლებთ. ამას რამდენიმე საათი ან სულაც წუთები დასჭირდება.

დენიტ პელეგი ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, თუ რა სარგებელი მოაქვს ამგვარ საქმიანობას გარემოსთვის. 3D პრინტერით შექმნილი ქსოვილების უმეტესობა არის გადამუშავებადი, შესაძლებელია მათი კვლავწარმოება. მხოლოდ ამერიკის შეერთებულ შტატებში ყოველწლიურად მრავალი ათეული ტონა ტანსაცმელი იყრება ნაგავსაყრელებზე. შესაძლებელია მათი მხოლოდ 15%-ის კვლავწარმოება. გარდა ამისა, ტანსაცმლის წარმოების ეს ინოვაციური მეთოდი მნიშვნელოვნად შეამცირებს გენდერული უთანასწორობის გამომწვევ ანგარიშგასაწევ მიზეზს. კვლევებით დასტურდება, რომ ტანსაცმლის ქარხნებში მკერავების პოზიციაზე, ძირითადად, ქალები არიან დასაქმებული, მაგრამ მათ არა აქვთ მაღალი ანაზღაურება. ინოვაციური მეწარმეობა გაათავისუფლებს მათ ამ შრომისგან და საშუალებას მისცემს, დასაქმდნენ ისეთ სამუშაოზე, სადაც უკეთესი პირობები ექნებათ.

ყოველი დღის ბოლოს მწვანე მეწარმეს უნდა შეეძლოს პასუხის გაცემა კითხვაზე: „როგორ ეხმარება ჩემი კომპანია გარემოსდაცვითი და სოციალური პრობლემების მოგვარებას?“ ამისთვის მრავალი გზა არსებობს.

დღევანდელი ტექნოლოგიების განვითარებამ გაზარდა შესაძლებლობა, პრობლემების გადაჭრის პროცესში დაიზოგოს რესურსები და ენერგია, წინასწარ შეფასდეს რისკები. სწორედ ამას გულისხმობს თანამედროვე მწვანე მეწარმეობა.

ციფრული მეწარმეობა

ციფრული მეწარმეობა არის ტერმინი, რომელიც გულისხმობს, თუ როგორ იცვლება მეწარმეობა, რადგან ბიზნესი და საზოგადოება განაგრძობს ციფრული ტექნოლოგიის გარდაქმნა-განვითარებას. ციფრული მეწარმეობა მოიაზრებს სამეწარმეო პრაქტიკის, თეორიისა და განათლების ცვლილებებს.

ციფრული მეწარმეობა მოიცავს ყველაფერს, რაც არის ახალი და განსხვავებული მეწარმეობის შესახებ ციფრულ სამყაროში, მათ შორის:

- სამეწარმეო კომპანიებისთვის მომხმარებლების პოვნის ახალი გზები;
- პროდუქტებისა და მომსახურების დიზაინისა და შეთავაზების ახალი გზები;
- შემოსავლის გენერირებისა და ხარჯების შემცირების ახალი გზები;
- პლატფორმებთან და პარტნიორებთან თანამშრომლობის ახალი შესაძლებლობები.

პრაქტიკული თვალსაზრისით, ციფრული მეწარმეობა ახალ შესაძლებლობებს უქმნის ყველას, ვინც ფიქრობს, რომ მეწარმე გახდეს. ეს ხელმისაწვდომია ყველასთვის, ვინც დაეუფლება ციფრული მეწარმეობის ძირითად უნარ-ჩვევებს, როგორიცაა, მაგალითად, ახალი მომხმარებლების პოვნა ინტერნეტის გამოყენებით, ახალი ბიზნესიდეების პროტოტიპირება (სადემონსტრაციო ან საცდელი ვერსიის პრაქტიკულად განხორციელება) და მონაცემთა ბაზების მართვის გაუმჯობესება.

ციფრული სამყარო არა მხოლოდ ამცირებს ბარიერებს, რომლებიც ექმნება ახალ საქმეს, არამედ წარმატების მრავალფეროვან გზებს გვთავაზობს.

ციფრული მეწარმეობის ზუსტი განმარტება ჯერ კიდევ განიხილება, ნაწილობრივ იმიტომ, რომ ეს ახალი სფეროა. დროთა განმავლობაში, ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, შეიცვლება ბევრი საწარმოს მუშაობის სპეციფიკა, სამეწარმეო საქმიანობის უმეტესობა ციფრული იქნება და ისინი ჩაანაცვლებს ბევრ საქმიანობას. დღეს ნამდვილად არის საჭირო მეწარმეების უკეთ მომზადება ციფრული სამყაროსთვის.

ციფრულ მეწარმეობას ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოები განიხილავენ, როგორც ეკონომიკური ზრდის, სამუშაო ადგილების შექმნისა და ინოვაციების განხორციელების მნიშვნელოვან საყრდენს.

ინოვაციური მეწარმეობის მაგალითები:

ტექნოლოგიური კომპანიები იწყებენ პარადიგმის შეცვლას:

- a. Apple – შეიცვალა/ციფრული გახდა მუსიკა და საყოფაცხოვრებო ელექტრონული ტექნიკა
- ბ. Uber – ტაქსის გამოძახების აპლიკაციების შექმნა
- გ. Airbnb – ბინების გაქირავების დისტანციური სერვისის შექმნა
- დ. Amazon – საცალო ვაჭრობის შეცვლა – სასურველი პროდუქტის გამოწერა

ტექნოლოგიური კომპანიები ქმნიან ახალ ბაზრებს/ინდუსტრიებს:

შეიცვალა სარეკლამო სამყარო Adwords – ის გახდა Google Ads;

Facebook – შეიქმნა პირველი სოციალური ქსელის ბაზარი;

WhatsApp – დაარსდა პერსონალური კომუნიკაციების ქსელი;

Steam – დაარსდა online-ბაზარი სალიცენზიო თამაშებისთვის;

Netflix – ესაა საშინაო გასართობი ინდუსტრიის ერთ-ერთი ქვაკუთხედი, რომელმაც გააქრო DVD-დისკების მიწოდების საჭიროება.

აქტივობა 3. პრეზენტაციების გამართვა (25 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ყოფს 3-4-წევრიან ჯგუფებად და აძლევს დავალებას: ჩამოაყალიბეთ თქვენი კომპანიის მისია და შექმენით ლოგო. პრეზენტაციისას წარმოაჩინეთ, თუ რატომ არის თქვენი საქმიანობა ინოვაციური, რა სარგებელი მოაქვს მას გარემოსთვის.

ფასილიტატორი მოზარდებს შესთავაზებს რამდენიმე ბიზნესიდეას, რომელთაგან ისინი შეარჩევენ ერთ-ერთს.

მწვანე მეწარმეობის ბიზნესიდეები:

1. მზის პანელის მეწარმეობა
2. გარემოსდაცვითი იურიდიული მომსახურება
3. მწვანე წმენდა (ეკოლოგიური პროდუქტების გამოყენება სახლებისა და ოფისების წმენდა-დალაგებისთვის)
4. საჭაერო მიწების რეგულარული წმენდა – მტვერი და ჭუჭყი შეიძლება ადვილად დაგროვდეს საჭაერო მიწებში, რაც ხელს უშლის კონდიციონერების სისტემის გამართულ მუშაობას და, აქედან გამომდინარე, ზრდის ენერგიის მოხმარებასაც. დაიწყეთ ეკოლოგიური მცირე ბიზნესი – საჭაერო მიწების რეგულარული გაწმენდა ენერგიის მოხმარების შესამცირებლად.
5. მწვანე საჩუქრების მაღაზია
6. ველოსიპედების, სკუტერების, ელექტრომანქანების გაყიდვა – ნახშირბადის გამონაბოლქვის შესამცირებლად ერთ-ერთი გზა ბენზინსა და დიზელის საწვავზე მომუშავე მანქანების რაოდენობის შემცირება.
7. პროგრამული უზრუნველყოფა
8. კვლავწარმოება
9. და ა.შ.

პრეზენტაციების გამართვის შემდეგ ფასილიტატორი მოკლედ განმარტავს მწვანე მეწარმეობის, ციფრული მეწარმეობის არსსა და მნიშვნელობას.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში გაჩნდა მწვანე მეწარმეობის კონცეფცია, რომლის პრაქტიკული განხორციელების სამოქმედო არეალი თანდათან იზრდება. როცა საქმეში ჩაუხედავ ადამიანს მწვანე მეწარმეობის შესახებ ესმის, ის წარმოიდგენს ბიზნესს, რომელიც იყენებს მხოლოდ გადამუშავებულ მასალებს და ფუნქციონირებს ალტერნატიული ენერგიის წყაროების გამოყენებით. დიახ, მართალია, ეს კონცეფციის ნაწილია, მაგრამ არ არის მწვანე მეწარმეობა. მწვანე მეწარმეობა მოიცავს საქმიანობის გაცილებით ფართო სპექტრს. მწვანე მეწარმეობა არის გარემოსდაცვითი და სოციალური პრობლემებისა და საჭიროებების მოგვარების და ბრწყინვალე ინოვაციური სამეწარმეო იდეების შექმნა და მათი განხორციელება. ერთი მხრივ, ეს იდეები რისკის მაღალ ხარისხსაც გულისხმობს, მეორე მხრივ, მათი განხორციელება დადებითად აისახება ბუნებრივ გარემოზე.

საჭიროა მეტი მხარდაჭერა საწარმოებისთვის, რომლებიც ახორციელებენ ეკოლოგიურად სუფთა საქმიანობას.

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს სესიას და განმარტავს, რომ სამყარო ახალი გამოწვევების წინაშე დგას. ინდუსტრიულმა საქმიანობამ, ეკონომიკური განვითარების გარდა, მნიშვნელოვანი ზიანიც მიაყენა გარემოს. ერთი მხრივ, არსებულმა ბიზნესკომპანიებმა უნდა იზრუნონ ამ ზიანის მაქსიმალურ შემცირებაზე, მეორე მხრივ, წახალისდეს მწვანე საწარმოების განვითარება.

21-ე საუკუნეში კომუნიკაციების როლის ზრდასთან ერთად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ციფრული მეწარმეობის განვითარებას. ციფრული პლატფორმების გამოყენება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ნებისმიერი სახის საქმიანობის წარმართვისთვის. ეს სფერო სწრაფად ვითარდება და მას მნიშვნელოვანი სარგებელიც მოაქვს გარემოსთვის.

სოციალური მიზნებით წარმართული სამეწამეო საქმიანობა მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევას.

გამოყენებული რესურსი:

<https://ied.eu/blog/green-entrepreneurship-sustainable-development-for-business/#:~:text=Green%20entrepreneurship%20is%20the%20activity,bring%20a%20solution%20to%20them.>

<https://www.nerdwallet.com/article/small-business/sustainable-business-ideas>

https://www.google.com/search?q=innovative+entrepreneurship&biw=1536&bih=722&sxsrf=ALeKk02PZotRKifDGZo22rarPLmOpgpx8Q%3A1619382883531&ei=Y9KFYJnjH8uG9u8PlpupoA4&oq=innovative+entrepreneurship&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBAgjECcyAggAMgcIABCHAhAUMgIIADICCAAYAggAMgIIADIHCAAQhwIQFDICCAAA6BwgjELADECc6BwgAEecQsAM6BggAEBYQHID7G1jMI2CsOmgBcAJ4AIABiAGIAeMGkgEDMC43mAEEAoAEBqgEHZ3dzLXdpesgBCcABAQ&scient=gws-wiz&ved=0ahUKEwjZoJysn5rwAhVLg_0HHZZNCuQQ4dUDCA4&uact=5

<https://www.learndigitalentrepreneurship.com/2019/02/16/what-is-digital-entrepreneurship/>

<https://www.diygenius.com/how-anyone-can-learn-the-skills-of-digital-entrepreneurship/>

https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice

<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/28e047ba-en.pdf?expires=1619384397&id=id&accname=guest&checksum=60EB07B23B07E3B131CD77ACDDD0FD50>

<https://cail.com/innov-examples/>

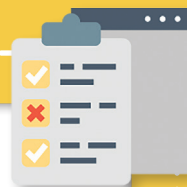
29-ე სესია - კონფერენცია შემაჯამებელი აქტივობა

საკითხები	• მწვანე მეწარმეობა, ინოვაციური მეწარმეობა, ციფრული მეწარმეობა, მდგრადი განვითარების მიზნები
მიზანი	• საქმიანობის სამომავლო რისკების გაანალიზება საერთო სოციალური კეთილდღეობის უზრუნველყოფის მიზნით; პოტენციალის, ხელის შემშლელი ფაქტორების განსაზღვრა; წარუმატებლობის შემთხვევაში – დანაკლისის დადგენა
მეთოდები	• პრეზენტაცია • დისკუსია
რესურსები	მომზადებული ნაშრომები, პროექტორი, კომპიუტერი

კონფერენციის აღწერა:

კონფერენციის მიზანია საერთო სოციალური კეთილდღეობის უზრუნველსაყოფად წარმართული საქმიანობის სამომავლო სარგებლისა და რისკების გაანალიზება, პოტენციალის, ხელის შემშლელი ფაქტორების განსაზღვრა, ხოლო წარუმატებლობის შემთხვევაში – დანაკლისის დადგენა.

მოზარდებმა განვლილ სესიებზე მიღებულ ცოდნაზე დაყრდნობით უნდა მოამზადონ ნაშრომები, რომლებშიც განხილული იქნება, მაგალითად, არსებობს თუ არა ჩანაწერი სოციალური მეწარმეობის შესახებ სხვადასხვა ქვეყნის კანონებში; რა დადებითი შედეგი აქვს სოციალურ მეწარმეობას; ინოვაციური, მწვანე მეურნეობები და გარემო და ა.შ.



IV ნაწილი

პარირული დამატება



ბლოკის სათაური/ საათოზრივი განაწილება	მანსახილველი საკითხები	მიზნები	შედეგები (ზოდნა, უნარ-ჩვევები)
პროფორიენტაცია, კარიერული დაგეგმვა 12 საათი	I ნაწილი – ინდივიდუალური შესაძლებლობების იდენტიფიცირება: • კარიერული დაგეგმვის თეორიები • მრავალფეროვანი პროფესიები • ღირებულებების, ინტერესების, უნარების და სხვა ფაქტორების გავლენა პროფესიის შერჩევის პროცესზე • „არჩევნის პარადოქსი“ • უნარები – ზოგადი საბაზო უნარები; სპეციფიკური უნარები; 21-ე საუკუნის უნარები • პროფესიების სიცოცხლისუნარიანობა; • პროფესიის „მარადიულობის ილუზია“ • დასაქმებისთვის საჭირო და აუცილებელი უნარები და მოთხოვნები, მათ შორის, თვითშეფასება, საკუთარი ინტერესებისა და უნარების შეფასება, თვითპრეზენტაცია, გასაუბრება, CV II ნაწილი – მოთხოვნებთან, სურვილებთან გარემოს შესაბამისობა დასაქმების ბაზრის მოთხოვნების გათვალისწინებით, ადაპტირების უნარი; • მოთხოვნადი და დეფიციტური პროფესიების იდენტიფიცირება, მათი აქტუალობის განსაზღვრა (არაპოპულარული და მივიწყებული პროფესიები) კვლევა და კვლევის ინსტრუმენტი	• კარიერული დაგეგმვის თეორიების გაცნობა • გამოკვეთა იმ ფაქტორებისა, რომლებიც გავლენას ახდენს პროფესიის შერჩევაზე; სამუშაო ღირებულებების იდენტიფიცირება • წარმატებისთვის აუცილებელი უნარების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება; საკუთარი ინდივიდუალური უნარების შეფასება • პროფესიისა და კომპეტენციების ურთიერთკავშირის მნიშვნელობის გააზრება • ცნობიერების ამაღლება პროფესიების სიცოცხლისუნარიანობის, თანამედროვე მოთხოვნების შესახებ • ინფორმაციის მიწოდება საკვალიფიკაციო მოთხოვნების შესახებ • სამოტივაციო წერილისა და რეზიუმეს სტრუქტურისა და აღნიშნული დოკუმენტების შედგენის გამოცდილების გაცნობა • არაპოპულარული და მივიწყებული პროფესიების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება და ადგილობრივი და საყოველთაო საჭიროებისთვის მათი მნიშვნელობის გააზრება • ადგილობრივი თემის საჭიროებების, გამოწვევების იდენტიფიცირება და მათ გადაჭრის გზებზე ზრუნვა • საბაზისო კვლევითი უნარების განვითარება (როგორ შექმნან მოზარდებმა კვლევის დიზაინი და კვლევის ინსტრუმენტი)	სამეწარმეო კომპეტენციები: • დასაქმებისთვის საჭირო პერსონალური უნარ-ჩვევების განვითარება • არსებული შესაძლებლობების აღმოჩენა • ეთიკური და მდგრადი ამროვნება • თვითშეგნება და თვითფექტურობა • იდეების შეფასება • ხედვა • რისკის შეფასება და მასთან გამკლავება • მოტივაციის გაძლიერება და შეუპოვრობა • რესურსების ორგანიზება • სხვების მობილიზება • ინიციატივის აღება • დაგეგმვა და მართვა • სხვებთან ერთად მუშაობა • სწავლა გამოცდილების მიღებით ესგ-ის გამჭოლი უნარ-ჩვევები: • შემოქმედებითი ამროვნება • კრიტიკული ამროვნება • თანამშრომლობა • კომუნიკაცია • ეთიკა • დროსა და სივრცეში ორიენტირება • დამოუკიდებლად მოქმედება • პასუხისმგებლობა • წიგნიერება • კვლევითი უნარ-ჩვევების განვითარება

30-ე სესია – კარიერული დაგეგმვის თეორიები

საკითხები	პროფესიული ინტერესების იდენტიფიცირება; პიროვნული და პროფესიული ინტერესების შეფასება
მიზანი	- მოზარდების ინფორმირება კურსის მიმდინარეობის შესახებ - კარიერული დაგეგმვის თეორიების გაცნობა
მეთოდები	- დისკუსია - ინდივიდუალური მუშაობა
რესურსები	დრო: 60 წთ სამუშაო ფურცლები NN1, 2, კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. მინილექცია (5 წთ)

სესიის დასაწყისში ფასილიტატორი მიაწოდებს მოზარდებს ინფორმაციას აღნიშნული ნაწილის ფარგლებში გათვალისწინებული საკითხების შესახებ; ძალიან მოკლედ მიმოიხილავს ინდივიდის მიერ სამომავლო პროფესიის განსაზღვრის პროცესს, კერძოდ:

ცნობილია, რომ სამუშაო მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ადამიანის ცხოვრებაში და დიდ გავლენას ახდენს პიროვნების ემოციურ და სოციალურ მდგომარეობაზე. წარმატება პროფესიულ საქმიანობაში, შრომითი მოტივაცია და კმაყოფილების დონე მნიშვნელოვნად დამოკიდებულია იმაზე, რომ პროფესია გააზრებულად ავირჩიო: ვინ უნდა გამოვიდე? ცხოვრების როგორ სტილს ვამჯობინებ? რა მიზნები უნდა დავისახო? და ა.შ.

აქტივობა 2. სავარჯიშო „მინდა... შემიძლია... საჭიროა...“ (15 წთ)

შესავალი ნაწილის შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებს სთავაზობს სავარჯიშოს, რომელიც დაეხმარება მათ საკუთარი ინტერესების, შესაძლებლობებისა და უნარების გაცნობიერებაში.

პროცესი უფრო თანმიმდევრული იქნება, თუ ვიმსჯელებთ იმაზე, თუ რა გვინდა, რა შეგვიძლია და რა არის საჭირო.

მოზარდებს დაურიგდებათ სამუშაო ფურცლები N1.

მინდა

შემიძლია

საჭიროა

მოზარდები ინდივიდუალურად მუშაობენ და ცდილობენ, უპასუხონ შეთავაზებულ კითხვებს.

აქტივობა 3. სტატისტიკური მონაცემების შედგენა (5 წთ)

პრეზენტაციების შემდეგ ფასილიტატორი ადგენს სტატისტიკურ მონაცემებს, თუ რომელი პროფესიები დაასახელეს მოზარდებმა. მაგალითად, ნ-მა მათგანმა აირჩია – იურისტობა, ჰ-მა – ბიზნესის ადმინისტრირება და ა.შ. მნიშვნელოვანია, მოზარდების მხრიდან დასახელდება თუ არა პროფესიები, რომლებიც უმაღლეს განათლებას არ მოითხოვს, მაგალითად, მკერავი, მზარეული, მექანიკოსი და სხვ.

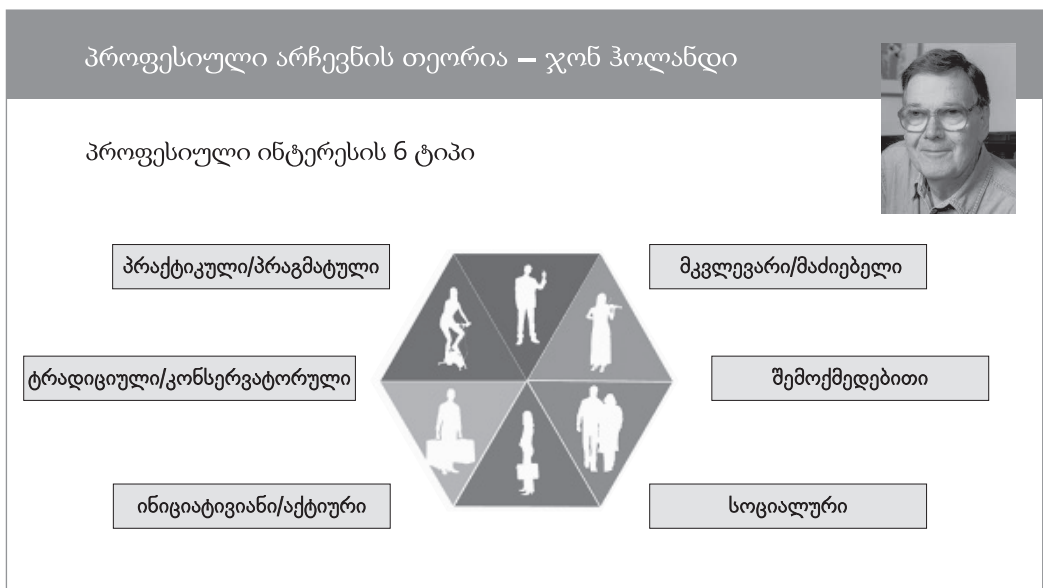
სტატისტიკის შემუშავების შემდეგ ფასილიტატორი ეკითხება მოზარდებს: როგორ ფიქრობენ, რამდენად დიდია დასახელებული პროფესიებით წარმატებულად დასაქმების შანსი მათ რეგიონში? არის საჭირო და მოთხოვნადი მათ მიერ დასახელებული პროფესიები? რა ზეგავლენა შეიძლება იქონიოს გარემოზე, ერთი მხრივ, კონკრეტული პროფესიის მქონე ადამიანების ჭარბმა რაოდენობამ, ხოლო, მეორე მხრივ, გარკვეულ სფეროებში პროფესიონალების ნაკლებობამ? დაახლოებით როგორი ანაზღაურება ექნებათ მათთვის სასურველი პროფესიის ადამიანებს?

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: მნიშვნელოვანია, მოზარდებმა კურსის დასაწყისშივე დაიწყონ ფიქრი იმაზე, რომ, გარდა სურვილისა და საჭირო უნარ-ჩვევების ფლობისა, მნიშვნელოვანია, შეძლო გარემოს მოთხოვნებთან ადაპტირება, რაც გულისხმობს შრომის ბაზრის შეფასებას: რომელია მოთხოვნადი პროფესია? რომელია მაღალანაზღაურებადი პროფესია? რომელი პროფესიაა თქვენს თემში საჭირო? რომელია დეფიციტური? და ა.შ.

აქტივობა 4. მინილექცია (10 წთ)

მუშაობის დასრულების შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებს სთავაზობს საპრეზენტაციო ფაილს კარიერული დაგეგმვის თეორიების შესახებ შემდეგ ინფორმაციაზე დაყრდნობით: ბოლო საუკუნის განმავლობაში აქტუალური გახდა დასაქმების კონსულტირება. ამ მიმართულებით შემუშავდა სხვადასხვა თეორია, მათ საფუძველზე კი შეიქმნა ინსტრუმენტები, რომლებიც ეხმარება ადამიანს პიროვნული ინტერესების, შესაძლებლობების შეფასებასა და განსაზღვრაში.

ერთ-ერთი ფაქტორი, რომელიც გავლენას ახდენს პროფესიის შერჩევაზე, არის **პიროვნული ინტერესები**. ფასილიტატორი მოზარდებს წარუდგენს ჯონ ჰოლანდის, ამერიკელი ფსიქოლოგისა და სოციოლოგის, თეორიას, რომელიც ეფუძნება ადამიანების პიროვნული ტიპებისა და მათი პროფესიული გარემოს ურთიერთკავშირს.



ჯონ ჰოლანდის თეორიის თანახმად, ადამიანები, პიროვნული თვისებებისა და სამუშაო გარემოს გათვალისწინებით, შეიძლება დაიყოს 6 ჯგუფად: **პრაქტიკული/პრაგმატული, მკვლევარი/მადიებელი, შემოქმედებითი, სოციალური, ინიციატივიანი/აქტიური და ტრადიციული/კონსერვატორული.**

ფასილიტატორი დეტალურად განიხილავს ჰოლანდის ტიპოლოგიას. მოზარდები თავად გამოიცნობენ რა პროფესიის შეიძლება იყოს აღნიშნული ტიპის და თვისებების მქონე ადამიანი.

პრაქტიკული/ პრაგმატული	თვისებები	სფეროები/პროფესიები
	პრაქტიკული, ამტანი, ბუნებრივი, გულახდილი, ტექნიკური მიდრეკილებების მქონე, სტაბილური, კონკრეტული, თადარიგიანი, თვითკონტროლის უნარის მქონე, დამოუკიდებელი, ამბიციური, სისტემატიზებული	სოფლის მეურნეობა არქეოლოგია არქიტექტურა სპორტი კულინარია კომპიუტერული ტექნოლოგიები მეცნიერება მძლავრი ელექტროინჟინერია მეხანძრე მებაღე საინფორმაციო ტექნოლოგიები საბრძოლო/სამხედრო ხელოვნება მექანიკოსი/ავტომობილების სპეციალისტი მანქანათმშენებლობა ფარმაკოლოგია ფიზიკური თერაპია პილოტი ვეტერინარია პოლიციელი
მკვლევარი/ მადიებელი	თვისებები	პროფესიები/სფეროები
	მეცნიერული დაკვირვების უნარის მქონე, ცნობისმოყვარე, ანალიტიკური, აკურატული, წინდახედული, ერუდირებული, ინტელექტუალური, თვითდაჯერებული, დამოუკიდებელი, ლოგიკური აზროვნების მქონე, მობილიზებული, ცნობისმოყვარე, ფრთხილი, კრიტიკული, ინტროვერტი, თანმიმდევრული, პესიმისტი, პედანტური, რაციონალური	კომპიუტერული მეცნიერებები ეკონომისტი ინჟინერი ფინანსისტი იურისტი მათემატიკოსი ფარმაცევტი ექიმი მეცნიერმუშაკი ფსიქოლოგი ფსიქიატრი სტატისტიკოსი ქირურგი
შემოქმე- დებითი	თვისებები	სფეროები/პროფესიები
	შემოქმედებითი, წარმოსახვის უნარის მქონე, ინოვაციური, არასტანდარტული, ემოციური, დამოუკიდებელი, ორიგინალური, იმპულსური, მგრძნობიარე, პრინციპული, იდეალისტი, პრაქტიკული, თვითკრიტიკული, ალღოიანი	მსახიობი ანიმატორი არტთერაპია მსახიობი მწერალი/ პოეტი გრაფიკული დიზაინი საბიბლიოთეკო საქმე ინფორმატიკა მუსიკოსი მხატვარი

ინიციატივანი/აქტიური	თვისებები	სფეროები/პროფესიები
	თავდაჯერებული, მტკიცე ხასიათის, ენერგიული, პოპულარული, ამბიციური, ექსტრავერტი, დარწმუნების უნარის მქონე, სპონტანური, თავგადასავლების მოყვარული, ოპტიმისტური, სასიამოვნო, რისკიანი, პატივმოყვარე, იმპულსური, კომუნიკაბელური	ადმინისტრატორი ბიზნესის ადმინისტრირება კომუნიკაცია სადაზღვევო სფერო ჟურნალისტი სამართალი/პოლიტიკა მარკეტინგი/რეკლამირება მენეჯმენტი ბიზნესკონსულტანტი საზოგადოებრივი ჯანდაცვა, საგამომცემლო საქმე საზოგადოებრივი ურთიერთობები პოლიტოლოგია ვაჭრობა ბროკერი/ბირჟის მაკლერი გამყიდველი
ტრადიციული/კონსერვატორული	თვისებები	სფეროები/პროფესიები
	ორგანიზებული, შრომისმოყვარე, მოწესრიგებული, კეთილსინდისიერი, შედეგზე ორიენტირებული, მონდომებული, პრაქტიკული, დისციპლინირებული, ზრდილობიანი, ამბიციური, ხელმომჭირნე, მორჩილი	ბუღალტერია ადმინისტრაცია საბანკო საქმე ფინანსები ადამიანური რესურსების მართვა რეგისტრატურა კორექტორი, რედაქტორი მდივანი, მბეჭდავი არქივარიუსი
სოციალური	თვისებები	სფეროები/პროფესიები
	მეგობრული, დარწმუნების უნარის მქონე, კომუნიკაბელური, თავზიანი, იდეალისტი, გამჭრიახი, გამგები, კეთილშობილი, პასუხისმგებლობის მქონე, მიმტევებელი, მომთმენი, კეთილი, თბილი, ტაქტიანი, თანამგრძნობი	ფსიქოლოგია, სოციალური სამუშაო პედაგოგია განათლება მედიცინა არტთერაპია სამხედრო ხელოვნება თეოლოგია მეტყველების თერაპიის სპეციალისტი ოკუპაციური თერაპიის სპეციალისტი ალმზრდელი

აქტივობა 5. ჯონ ჰოლანდის თვითსაკვლევი ტესტის შევსება (15 წთ)

მინიდისკუსიის დასრულების შემდეგ ფასილიტატორი მოზარდებს დაურიგებს სამუშაო ფურცლებს N2, ან, იმ შემთხვევაში, თუ მოზარდებს აქვთ შესაბამისი ტექნიკური აღჭურვილობა, ელექტრონულად უზიარებს ჰოლანდის თვითსაკვლევი ტესტს (ტესტი განთავსებულია ვებგვერდზე www.myprofession.gov.ge).

ფასილიტატორი მონაწილეებს აძლევს ინსტრუქციას: ტესტი დაგეხმარებათ, გაიგოთ, რომელი პროფესიები შეგესაბამებათ ყველაზე მეტად. თვითშეფასების საფუძველზე უკეთ ამოიცნობთ საკუთარ უნარებსა და პროფესიულ ინტერესებს.

მოზარდები ინდივიდუალურად ავსებენ ტესტს. მნიშვნელოვანია, პასუხები იყოს გულწრფელი. არ არსებობს სწორი და არასწორი პასუხები.

სამუშაო ფურცელი N2

ჯონ ჰოლანდის თვითსაკვლევი ტესტი

... ფაზლების აწყობა?	1
... მანქანების შეკეთება?	2
... კონცერტებზე, სპექტაკლებსა და გამოფენებზე დასწრება?	3
... გუნდური მუშაობა?	4
... ფაილებისა და აქტივობების ორგანიზება?	5
... საკუთარი თავისთვის მიზნების დასახვა?	6
... აშენება/აგება?	2
... მხატვრული ლიტერატურის/ პოეზიის კითხვა?	3
... ზუსტი ინსტრუქციების ქონა?	5
... ადამიანებზე გავლენის მოხდენა?	6
... ექსპერიმენტების კეთება?	1
... ადამიანების სწავლება/მათთვის ტრენინგების ჩატარება?	4
... ადამიანების დახმარება პრობლემების გადაჭრაში/მოგვარებაში?	4
... ცხოველებზე ზრუნვა?	2
... დღის დაგეგმვა?	5
... ნივთების გაყიდვა?	6
... შემოქმედებითი წერა?	3
... სამეცნიერო პროექტზე მუშაობა?	1
... ახალი პასუხისმგებლობების აღება?	6
... ხალხის განკურნება?	4
... მოწყობილობების მუშაობის პრინციპის გაგება?	1

... კონსტრუქციებისა და მოდელების აგება?	2
... შემოქმედებითი პროცესი?	3
... დეტალებზე ორიენტირება?	5
... ბეჭდვა?	5
... სხვა ხალხთა კულტურების შესწავლა?	4
... პრობლემების, სიტუაციებისა და ტრენდების ანალიზი?	1
... ინსტრუმენტებზე დაკვრა ან სიმღერა?	3
... საკუთარი ბიზნესის დაწყებაზე ოცნება?	6
... ცხოვა/მზადება?	2
... როლების შესრულება/მსახიობობა?	3
... გადაწყვეტილების მიღებამდე ყველაფრის გაანალიზება?	2
... ციფრებთან და დიაგრამებთან მუშაობა?	1
... მიმდინარე მოვლენებსა და პოლიტიკაზე მსჯელობა/დისკუსია?	4
... საკუთარი სამუშაოს ჩანაწერის შენახვა?	5
... ლიდერობა?	6
... ოფისის გარეთ მუშაობა?	2
... ოფისში მუშაობა?	5
... მათემატიკურ პრობლემებზე მუშაობა?	1
... ადამიანების დახმარება?	4
... ხატვა?	3
... სიტყვით გამოსვლა?	6

მკვლევარი/ მადიებელი	პრაქტიკული/ პრაგმატული	შემოქმედებითი	სოციალური	ტრადიციული/ კონსერვატორული	ინიციატივანი/ აქტიური
1	2	3	4	5	6

მოზარდები მიღებულ შედეგებს ადარებენ სესიის დასაწყისში მათ მიერ შევსებული მი-
ნიტესტის პასუხებს (აქტივობა 2) და, სურვილის შემთხვევაში, ინფორმაციას ამის შესახებ
გაუზიარებენ ჯგუფის წევრებს.

შეჯამება: შეჯამების დროს ფასილიტატორი ისაუბრებს პიროვნული ტიპებისა და მათი
პროფესიული გარემოს ურთიერთკავშირზე და ყურადღებას გაამახვილებს ადამიანის წარ-
მატების ერთგვარ ფორმულაზე, რომელიც დამოკიდებულია აღნიშნული მახასიათებლე-
ბის თანხვედრაზე. ჯონ ჰოლანდის ტესტის მიხედვით, ირკვევა, თუ პროფესიათა რომელი
ქვეჯგუფია უფრო შესაფერისი ამა თუ იმ ადამიანისათვის. თეორიის თანახმად, სხვადასხ-
ვა ტიპის ადამიანისთვის უფრო მისაღები და საინტერესოა გარკვეული ტიპის სამუშაო გა-
რემო. შესაძლოა, თქვენი ინტერესები ემთხვეოდეს ერთდროულად რამდენიმე ჯგუფისას;
შესაბამისად, თქვენთვის შეიძლება მიმზიდველი იყოს ორი ან სამი ტიპის ჯგუფი. სწორედ
ჰოლანდის მიერ შემუშავებული თვითსაკვლევი კითხვარის საფუძველზე გახდა შესაძლე-
ბელი, დადგინდეს ზემოთ აღნიშნული პიროვნული ორიენტაციის ტიპები.

აქტივობა 6. მინილექცია (15 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს მიაწოდებს ასევე ინფორმაციას დონალდ სიუპერის (ამე-
რიკელი ფსიქოლოგი და პედაგოგი, 1910-1994) კარიერული განვითარების (პროფესიული
წარმატების) მე-კონცეფციის შესახებ. სიუპერი კარიერულ განვითარებას (პროფესიულ
წარმატებას), ძირითადად, უკავშირებს პიროვნების მე-კონცეფციის ჩამოყალიბებისა და
განვითარების პროცესს. ეს ნიშნავს, რომ პროფესიული წარმატება დამოკიდებულია იმაზე,
თუ რამდენად შეუძლია ადამიანს თავისი მე-კონცეფციის იდენტიფიცირება და მისი აქტი-
ურად გამოყენება პროფესიის არჩევის პროცესში.

დონალდ სიუპერის მე-კონცეფცია



კარიერული განვითარების

მე-კონცეფციის
თეორია



კარიერული განვითარება, სიუპერის თეორიის მიხედვით, ხუთი ერთმანეთისგან განსხვავებული საფეხურისგან შედგება:

- 1) ზრდა (0-14 წ.) – თვითშეფასების განვითარება, დამოკიდებულებების ჩამოყალიბება, საჭიროებების გააზრება
- 2) გამოკვლევა (15-24 წ.) – ამ პერიოდს უკავშირდება პროფესიასთან დაკავშირებული ოცნებები. შესაძლებელია, ამ ეტაპზე გამოვლენილი რომელიმე ვარიანტი რეალურად იქცეს, თუმცა მათი უმრავლესობა იდეალისტურია. საჭირო ხდება ოცნებების უფრო რეალისტური მიზნებით ჩანაცვლება. ამ პროცესში გასათვალისწინებელია ადამიანის პიროვნული თვისებები, ინტერესები, უნარები. ასევე მნიშვნელოვანია „შრომითი სამყარო“ (General world of work) შესახებ ინფორმაციის მიღება (ტერმინი „შრომითი სამყარო“ გულისხმობს ისეთ ცნებებს, როგორიცაა: პროფესია, საქმიანობა, დამსაქმებელი, დასაქმებული, ხელფასი, რეკლამა და ა.შ.).
- 3) დაფუძნება (25-44 წ.) – არჩეულ პროფესიაში გამოცდილების დაგროვება, მიღებული გადაწყვეტილების ერთგვარი გამოცდა და მისი მართებულობის განსაზღვრა
- 4) შენარჩუნება (45-64 წ.) – კარიერის სტაბილურობის უზრუნველყოფა
- 5) აქტივობის შემცირება (65 წ. და ზევით) – პენსიაზე გასვლა ან ახალი პროფესიის დაუფლება

შეჯამება: მოზარდები შეძლებენ საკუთარი შესაძლებლობებისა და ინტერესების დაკავშირებას სასურველ პროფესიასთან.

31-ე სესია - ღირებულებების, ინტერესების, უნარებისა და სხვა ფაქტორების გავლენა პროფესიის შერჩევის პროცესზე

საკითხები	ღირებულებების, ინტერესების, უნარებისა და სხვა ფაქტორების გავლენა პროფესიის შერჩევის პროცესზე; „არჩევის პარადოქსი“
მიზანი	დააფიქროს მოსწავლე, რა მნიშვნელოვანი ფაქტორები ახდენს გავლენას პროფესიის შერჩევაზე; სამუშაო ღირებულებების იდენტიფიცირება
მეთოდები	- კონტექსტური მაგალითი - მინილექცია - ღირებულებათა აუქციონი
რესურსები	დრო: 55 წთ დაფა, მარკერები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი (დანართი 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7)

აქტივობა 1. სესიის შესავალი (5 წთ)

პოზიტიური ფსიქოლოგიის ცნობილმა წარმომადგენელმა, მიჰაი ჩიკსენტმიჰაიმ (უნგრული წარმოშობის ამერიკელი ფსიქოლოგი, 1934–2001), რომელიც, მრავალი წელია, იკვლევს, რა არის ბედნიერების მიზეზი, რა სძენს ცხოვრებას აზრს, აღმოაჩინა, რომ „ადამიანს ფული ვერ გააბედნიერებს. სიამოვნება და ხანგრძლივი კმაყოფილება ჩვენი საქმიანობაა, რომელსაც მივყავართ „დინების“ მდგომარეობაში“.

TEDx Talk-ში გამოსვლისას მან მოიყვანა კოსმეტიკური საშუალებების მწარმოებელი ცნობილი კომპანიის, The Body Shop-ის, დამფუძნებლის, ანიტა როდიკის, სიტყვები: „...წარმატება – ეს არის ერთგვარი გატაცება, რომელიც შენთან მოდის მაშინ, როდესაც შენ აკეთებ შენი შესაძლებლობების მაქსიმუმს და მუშაობის დროს ხარ „დინებაში“.

პროფესიამ და სამუშაო ადგილმა რომ კმაყოფილება მოგანიჭოს, მნიშვნელოვანია, გააცნობიერო ღირებულებები, რომლებიც მნიშვნელოვანია შენთვის. ეს ხელს შეგიწყობს, პროფესიისგან მეტი სიამოვნება მიიღო.

აქტივობა 2. კონტექსტური მაგალითების განხილვა (25 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ანაწილებს 3–4-წევრიან 5 ჯგუფად და ურიგებს სამუშაო ფურცლებს (დანართები NN1, 2, 3, 4, 5, 6). თითოეულ მათგანზე მოთავსებულ ტექსტებში აღწერილია სხვადასხვა პიროვნების ისტორია იმის შესახებ, თუ რა ფაქტორებმა იქონიეს გავლენა მათ მიერ პროფესიის შერჩევისას. ყველა მათგანი განსხვავებულია:

- ა) დანართი 1 – ლინდას ამბავი (პიროვნული მახასიათებლები)
- ბ) დანართი 2 – თაიას ამბავი (ინტერესები)
- გ) დანართი 3 – ანანოს ამბავი (უნარები)
- დ) დანართი 4 – ლუკა და მარიამი (სამუშაო გარემო და პროფესიული შესაძლებლობები)
- ე) დანართი 5 – ლევანის ამბავი (შრომითი ღირებულებები)
- ვ) დანართი 6 – ალექსის ამბავი („მემკვიდრეობით მიღებული“ პროფესია)

სამუშაო ფურცლებზე მითითებულია მხოლოდ ისტორიის სახელწოდება. მოზარდებმა 10 წუთის განმავლობაში უნდა ამოიცნონ ის მთავარი ფაქტორი, რომელმაც გავლენა იქონია პერსონაჟების საბოლოო გადაწყვეტილებაზე და უნდა დაასაბუთონ, რატომ ფიქრობენ ასე.

მიცემული დროის ამოწურვის შემდეგ თითოეული ჯგუფი აწყობს მოკლე პრეზენტაციას და აცნობს კლუბის დანარჩენ წევრებს ამა თუ იმ ისტორიას; ასაბუთებს, რატომ გამოყვეს კონკრეტული ფაქტორი, რა მიანიშნებდა მათ ამაზე? ამის შემდეგ განიხილება, რამდენად ემთხვევა მონაწილეთა მიერ გამოკვეთილი ფაქტორები სწორ პასუხებს.

აქტივობის ბოლოს ფასილიტატორი აჯამებს დასახელებულ ვარიანტებს და განმარტავს, რომ სასურველი პროფესიის არჩევისას ადამიანებმა უნდა გაითვალისწინონ ზემოთ მითითებული ფაქტორების უმეტესობა, რადგან ჩამოთვლილი მახასიათებლები მნიშვნელოვნად განაპირობებს პიროვნების სამომავლო პროფესიულ წარმატებას.

დანართი 1.

ლინდას ისტორია

უნივერსიტეტის მეორეკურსელ ლინდას ძალიან უჭირდა ძირითადი პროფესიის არჩევა. მან აირჩია და გაიარა პროფორიენტაციის საკვლევი კურსი, თუმცა, ამის მიუხედავად, მაინც გაუჭირდა საბოლოო პროფესიული არჩევის გაკეთება. ამის პარალელურად, უნივერსიტეტის ადმინისტრაცია მას სთხოვდა, მიეღო საბოლოო გა-

დაწყვეტილება, რათა შემდეგ სემესტრში შეძლებოდა გარკვეული საგნების გავლა. კონსულტაციის პირველ დღეს კარიერის კონსულტანტმა ლინდას სთხოვა, პასუხი გაეცა ინტერესებსა და არჩეულ კურსთან დაკავშირებულ რამდენიმე შეკითხვაზე. მისი პასუხები იყო მოკლე და მოსაწყენი, რაც ცხადყოფდა ლინდას იმედგაცრუებას აღნიშნული კურსით. გოგონა ფიქრობდა, რომ მსგავსი პრობლემები მხოლოდ მას ჰქონდა და სხვა სტუდენტები უკვე ბოლომდე იყვნენ დარწმუნებულნი საკუთარი პროფესიული არჩევის მართებულობაში. პროფესიულმა კონსულტანტმა, უპირველეს ყოვლისა, დაარწმუნა ლინდა, რომ მსგავსი პრობლემები მხოლოდ მას არ აწუხებდა. უამრავი ადამიანი არათუ სტუდენტობის პერიოდში, არამედ მოზრდილ ასაკშიც კი არ არის ბოლომდე დარწმუნებული, რომ პროფესია სწორად აირჩია.

კონსულტაციის შემდგომ ეტაპზე ლინდამ და პროფკონსულტანტმა ისაუბრეს იმ როლზე, რომელსაც გოგონა ასრულებდა ცხოვრებაში. მათი განხილვისას ლინდამ გაიხსენა ისტორიები საუნივერსიტეტო ცხოვრებიდან, ასევე პირადი ურთიერთობების ამბები. პროფესიული კონსულტანტი დაინტერესდა, რა როლს ანიჭებდნენ მას ცხოვრებაში ადამიანები. აღმოჩნდა, რომ ყველაზე ხშირად ლინდას მოიაზრებდნენ ლიდერად. გოგონას თქმით, მიუხედავად იმისა, რომ კურსზე მასზე უფრო ხმაურიანი და ენერგიული სტუდენტები იყვნენ, ლიდერის როლს მაინც მას აკეთებდნენ. კონსულტანტის მან ასევე აღმოაჩინა, რომ არ უნდოდა, ყოფილიყო მხოლოდ გუნდის რიგითი წევრი, რომელიც შეასრულებდა სხვის მითითებებს. მისი მოთხოვნილება იყო, თავად გასძლიოდა ჯგუფს.

გარკვეული პერიოდის შემდეგ ლინდა მიხვდა, რომ იმ შემთხვევაში შეძლებდა ლიდერობას, თუკი სხვა ადამიანებს მოუსმენდა და იქნებოდა სხვადასხვა ღონისძიების ინიციატორი. თვითკვლევის შედეგად ლინდამ გააანალიზა, რომ მას ხშირად მიმართავდნენ დახმარებისთვის და სხვადასხვა პრობლემის გადასატრელად. მასაც ძალიან მოსწონდა ადამიანების დახმარება და მათი მხარდაჭერა. კონსულტანტის შეკითხვაზე, მოკლედ ჩამოეყალიბებინა საკუთარი სოციალური როლი, მისი პასუხი იყო: სოლიდური, ნდობით აღჭურვილი, სანდო და კეთილგონიერი. კონსულტაციის შედეგად ლინდა მივიდა იმ დასკვნამდე, რომ უნდა აერჩია ისეთი პროფესია, რომლის მეშვეობითაც სასურველი სოციალური როლის რეალიზებას მოახერხებდა. პროფორიენტაციის კურსის გავლის შემდეგ მან გადაწყვიტა, წასულიყო ფსიქოლოგიის მიმართულებით, რადგან ე სფერო ყველაზე მეტად შეესატყვისებოდა მის სოციალურ როლს.

დანართი 2

თაიას ამბავი

თაიამ სამართლის სკოლის დამთავრების შემდეგ მუშაობა დაიწყო დედაქალაქის ერთ-ერთ უმსხვილეს იურიდიულ კომპანიაში. სამართლის სკოლაში სწავლის დროს თაიას ძალიან სიამოვნებდა როგორც სასწავლო პროცესი, ასევე პრაქტიკული სამუშაოები, რომლებსაც, თეორიული სწავლების კურსის გავლასთან ერთად, წლების განმავლობაში ასრულებდა. იურიდიულ ფირმაში მუშაობის დაწყების შემდეგ თაიას ხშირად უხდებოდა სასამართლოს დარბაზებში რუტინული იურიდიული აქტივობების შესრულება, რომლებიც მისთვის ძალიან მოსაწყენი იყო. მას გული სწყდებოდა, რომ აღარ შეეძლო წერასა და კვლევასთან დაკავშირებული სამუშაოს შესრულება. კარიერის კონსულტანტთან ჯგუფური კონსულტაციისას ჯგუფის წევრებმა შეასრულეს ჰოლანდის ინტერესების კლასიფიკატორზე დაფუძნებული დავალებები. შედეგად, თაიას პირველი არჩევანი აღმოჩნდა შემოქმედებითი სფერო. პრიორიტეტულ ინტერესებში მეორე ადგილზე იყო ტრადიციული/კონსერვატორული, ხოლო შემდეგ – კვლევითი სფეროები. პროფკონსულტანტთან საუბრისას თაიამ აღნიშნა, რომ ძალიან მოსწონდა

წერა და შემოქმედებითი აქტივობები, სისტემური მიდგომების განვითარება სამუშაოების შესასრულებლად და კვლევა-ძიების წარმართვა პრობლემების გადასაწყვეტად. თაიასგან განსხვავებით, ჯგუფის სხვა იურისტმა წევრებმა აღნიშნეს, რომ მათთვის პრიორიტეტული იყო ინტერესები, რომლებიც ინიციატივის გამოჩენის საშუალებას მისცემდათ, რადგან ამ შემთხვევაში შესაძლებლობა ექნებოდათ, დაერწმუნებინათ სხვა ადამიანები, დაერაზმათ საერთო მიზნისკენ და გასაძლიერებინათ მათ. თაიამ გააანალიზა კონსულტაციებიდან მიღებული ინფორმაცია და მიხვდა, თუ რა განასხვავებდა მას კოლეგებისაგან. შესრულებული სამუშაოების შემდეგ თაიამ მიიღო გადაწყვეტილება, კარიერა გაეგრძელებინა იურიდიულ სფეროში, ოღონდ გადასულიყო ისეთ პოზიციაზე, სადაც წერის, კვლევისა და ორგანიზების მეტი შესაძლებლობა ექნებოდა.

დანართი 3 ანანოს ამბავი

ანანო სკოლაში სწავლას ძალიან სერიოზულად ეკიდებოდა. მის ოჯახს ფინანსურად უჭირდა და არ შეეძლო, გოგონას დახმარებოდა, რის გამოც დამამთავრებელ კლასებში სწავლის პარალელურად მას მუშაობა უწევდა. ანანოს სურდა, ძალიან ორგანიზებულად, სწრაფად დაეგეგმა საკუთარი სამომავლო კარიერა, რის გამოც ბევრი დრო არ დაუკარგავს შესაფერისი პროფესიის ძებნასა და გამოკვლევაში.

ანანო სრულიად დარწმუნებული იყო, რომ პროფესიის არჩევა სამედიცინო ან იურიდიული სფეროებიდან სურდა, მაგრამ უჭირდა გადაწყვეტილების მიღება. პიროვნული თვისებებისა და ინტერესების საკვლევა მეთოდებმა დაადასტურა ანანოს ვარაუდი – კითხვარებში მიღებული შედეგებით სამედიცინო და იურიდიული სფეროები ყველაზე მეტად უკავშირდებოდა მის ინტერესებსა და მიდრეკილებებს. მას განსაკუთრებით ხიბლავდა ისეთი პროფესიები, რომლებიც სხვების დახმარების საშუალებას მისცემდა, ხოლო რამდენიმე ექიმთან და იურისტთან გასაუბრების შემდეგ დარწმუნდა, რომ ეს სამუშაო სფეროები სწორედ მისი შესაფერისი იყო.

სანამ პროფესიულ კონსულტანტს მიმართავდა, ანანომ ნამდვილად არ იცოდა, ჰქონდა თუ არა სამედიცინო ან იურიდიული სფეროებისათვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები. უნარების საკვლევი კითხვარის შედეგებმა აჩვენა, რომ მას მედიკოსის პროფესიის დასაუფლებლად საკმარისი შესაძლებლობები ჰქონდა – რაოდენობრივი მსჯელობის, აბსტრაქტული აზროვნების, მათემატიკური უნარები, რაც დაეხმარებოდა კომპლექსური პრობლემების გადაჭრაში. მიუხედავად იმისა, რომ ანანომ საკმაოდ მაღალი შედეგები აჩვენა იურიდიული სფეროსათვის აუცილებელ ისეთ უნარებში, როგორებიცაა მსჯელობა და ლექსიკური მარაგის გამოყენება, მედიცინისათვის საჭირო შესაძლებლობებში მან უფრო მაღალი ქულები მიიღო. ანანოს პრობლემათა დიაგნოსტიკა და დავალების ამოხსნის გზების ძიება უკეთ გამოხდებოდა, ვიდრე არგუმენტირებული მსჯელობა და დებატებში მონაწილეობა. საკუთარი მახასიათებლების კომპლექსური გამოკვლევის შედეგად ანანომ სამედიცინო სფეროს მიანიჭა უპირატესობა და ახლა ის ერთ-ერთ კლინიკაში გადის სტაჟირებას.

დანართი 4 ლუკა და მარიამი

დამამთავრებელი კლასის მოსწავლე ლუკამ შეავსო ინტერესებისა და უნარების საკვლევი კითხვარები, რის შედეგადაც მისი შესაფერისი აღმოჩნდა ხელოვნებისა და გართობის სფერო. ამ სამუშაო გარემოში შემავალი პროფესიებიდან რამდენიმეს არჩევაზე ლუკას ადრეც უფიქრია. მას სურდა სამუშაო, რომელიც, შემოქმედებითი თვითგამოხატვისა და ავტონომიის გარდა, სტაბილური შემოსავალითაც უზრუნველყოფდა.

მას ჰყავდა ერთი მსახიობი მეგობარი, რომელიც ხანდახან ოთხი-ხუთი თვის განმავლობაში იყო უმუშევარი და არ სურდა, მისი ბედი გაეზიარებინა. ლუკა სამუშაოდან ფინანსურ უსაფრთხოებასა და რეგულარულ ხელფასს მოელოდა. აღსანიშნავია, რომ ხელოვნებისა და გართობის სამუშაო სფერო მას მსახიობისა და მხატვრის კარიერასაც სთავაზობდა, თუმცა, საკუთარი მიზნებისა და ღირებულებების გათვალისწინებით, ლუკამ გადაწყვიტა, უკეთ გამოეკვლია ინტერიერის დიზაინის სფერო. დღეს კი ის ინტერიერის დიზაინზე მომუშავე ერთ-ერთი წარმატებული კომპანიის თანამფლობელია. მარიამის სიტუაცია ლუკას შემთხვევისაგან ოდნავ განსხვავდება. ის უამრავ საგანს სწავლობდა სკოლაში, თუმცა უჭირდა მისთვის განსაკუთრებით საინტერესო დისციპლინების გამოყოფა. ინტერესებისა და უნარების საკვლევი კითხვარების შევსების შემდეგ ცხადი გახდა, თუ რატომ უჭირდა მას პროფესიული შესაძლებლობებიდან რომელიმეს არჩევა – რეიტინგით პირველი და მეორე სამუშაო გარემოთა ქულები თითქმის იდენტური აღმოჩნდა: ხელოვნება-გართობისა და მომსახურების ჯამური მაჩვენებლები მხოლოდ ორი ქულით განსხვავდებოდა ერთმანეთისაგან. აქედან გამომდინარე, მარიამისათვის საუკეთესო პროფესია ამ ორი გარემოს კომბინაციის შესატყვისი უნდა ყოფილიყო.

პროფესიის ძიების პროცესში მარიამმა განიხილა ორივე სამუშაო სფეროს პროფესიები და განათლების ის მოთხოვნები, რომლებიც დაკავშირებული იყო თითოეულ მათგანთან. მარიამი მარტოხელა დედა იყო, მას ორი შვილი ჰყავდა და არ სურდა, ისეთი პროფესია აერჩია, რომლის დასაუფლებლადაც წლობით დასჭირდებოდა სწავლა. მან ასევე შეაფასა ანამლაურების შესაძლებლობები და ამ ყველაფრის შედეგად მისი პროფესიული ალტერნატივების ჩარჩოში მხოლოდ სამი პროფესია შევიდა: სოციალური მუშაკი, ხელოვნების პედაგოგი და ნარკოდამოკიდებულთა ან ალკოჰოლიზმით დაავადებულთა კონსულტანტი. საბოლოოდ, მან ხელოვნების პედაგოგის პროფესია აირჩია და საკუთარი სპეციალობით დღემდე სიამოვნებით მუშაობს.

დანართი 5

ლევანის ამბავი

ლევანი კოლეჯის დასრულების დროიდან ბუღალტრად მუშაობდა. ახალ საცხოვრებელ ადგილას გადასვლის შემდეგ პროფესიულ კონსულტანტს მიმართა, რომელიც მას ახალი სამსახურის მოძებნაში უნდა დახმარებოდა. ლევანს, ძირითადად, მოსწონდა საკუთარი სამუშაო. საწყის ეტაპზე კონსულტანტმა მას ჰკითხა: საცხოვრებელი ადგილის შეცვლის შემდეგ იგივე სამუშაო უნდა მოეძებნა მისთვის, თუ რაიმე განსხვავებული? პასუხად ლევანმა საკუთარი სამუშაოს მიმართ ინტერესი გამოხატა და თქვა, რომ მოსწონს ეს საქმე, თუმცა მისი პასუხი არ იყო ენთუზიაზმით აღსავსე; მიაჩნდა, რომ ეს სამუშაო საზოგადოებისთვის რაიმე განსაკუთრებული სარგებლის ან დადებითი შედეგის მომტანი არ იყო.

როგორც მრავალი ახალგაზრდისთვის, ლევანისათვისაც უფრო ღირებული გახდა საზოგადოების უკეთესობისაკენ შეცვლაში წვლილის შეტანა, თუმცა არ იცოდა, როგორ შეძლებდა ამას თავის იმუჟამინდელ სამუშაო პოზიციამე ყოფნით. ლევანის სამუშაო მის პიროვნებას, უნარებს, გამოცდილებასა და შრომით ღირებულებებს შეესაბამებოდა, თუმცა ვერ უპასუხებდა ძირეულ ცხოვრებისეულ ღირებულებებს – საზოგადოების სამსახურის შესაძლებლობას. მან საკუთარი უნარების ახალ სფეროში გამოყენების გზების მოძებნა გადაწყვიტა. მიზნის მისაღწევად ლევანი იმ კერძო ფონდის ბუღალტერი გახდა, რომელიც მთელი ქვეყნის მასშტაბით საქველმოქმედო პროექტებს ახორციელებდა. ამ გზით ლევანმა შეძლო, საყვარელი საქმეც შეესრულებინა და საზოგადოებისთვისაც ემსახურა.

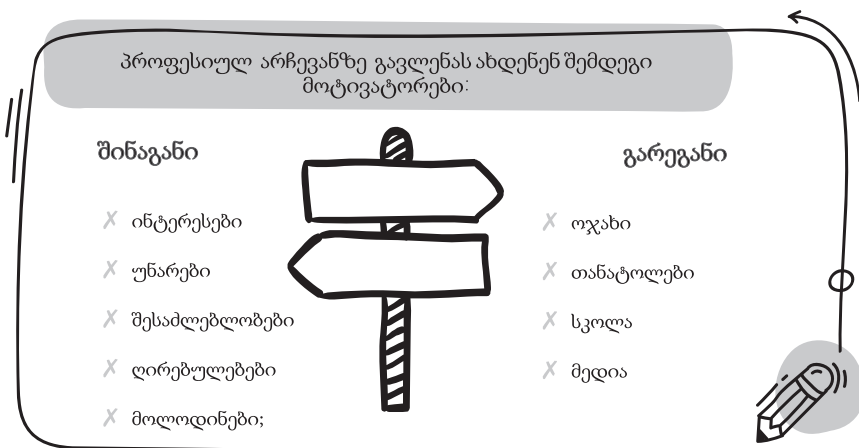
39 წლის ალექსი ქალაქის გარეუბანში ექიმ-თერაპევტად მუშაობდა. მის ოჯახში თავიდანვე ვარაუდობდნენ, რომ ალექსი ოჯახურ ტრადიციას გააგრძელებდა და ექიმად გახდებოდა. სწავლის 12 წლის განმავლობაში მას საკუთარი პროფესიული არჩევანი ეჭვქვეშ ერთხელაც არ დაუყენებია. თუმცა ხუთწლიანი პრაქტიკული საქმიანობის შემდეგ სამწუხარო დასკვნა გააკეთა – ის ექიმი ვერ იქნებოდა. უფრო მეტიც, მისთვის ამჟამად გახდა, რომ არასოდეს სურდა ექიმობა.

პრობლემა, რომელსაც ალექსი წააწყდა, საკმაოდ გავრცელებულია. შეეკითხეთ თქვენს ნაცნობებს: „ნებისმიერი პროფესიით მუშაობა რომ შეგეძლოთ, რომელს აირჩევდით?“ გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ გამოკითხულთა ნახევარი მაინც იმ პროფესიას დაასახელებს, რომელიც ამჟამად მისი საქმიანობის სფეროს არ წარმოადგენს.

ბევრ ჩვენგანს მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღება მაშინ უწევს, როცა ამისათვის საერთოდ არ არის მზად. იმ გადაწყვეტილებებს კი, ახალგაზრდობაში რომ ვიღებთ, თან მოვლენათა მთელი ჯაჭვი მოჰყვება, რომლებიც შემდგომ მთელ ჩვენს დარჩენილ ცხოვრებას განსაზღვრავს. ახალგაზრდულ ასაკში თითქმის არ გავგანჩნია საკმარისი გამოცდილება, თუმცა სხვადასხვა იდეალისტურ წარმოდგენაზე დაყრდნობით გადაწყვეტილებებს თავდაჯერებით ვიღებთ, ვიქცევით დაუფიქრებლად და არ ვითვალისწინებთ შესაძლო შედეგებს. ამ ასაკში ვართ ზედმეტად მგრძნობიარენი, ზედმიწევნით მივყვებით მშობლების, მასწავლებლების, მეგობრების რჩევებს. ამგვარად, გასაკვირი არ არის, რომ ბევრი ადამიანი მისთვის შეუფერებელ პროფესიას ირჩევს.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: პროფესიულ არჩევანზე გავლენას ახდენს შინაგანი და გარეგანი მოტივატორები.

შინაგანი მოტივატორები: ინტერესები, უნარები, შესაძლებლობები, ღირებულებები და მოლოდინები; **გარეგანი გავლენები:** ოჯახი, თანატოლები, სკოლა, მედია (Bright, Pryor, Wilkenfeld, & Earl, 2005).



(Bright, Pryor, Wilkenfeld, & Earl, 2005).¹

პირველი ნაბიჯი, რომელიც ადამიანმა სასურველი პროფესიის შერჩევისას უნდა გადადგას, ეს არის საკუთარი თავის შეცნობა, თვითშეფუძნებისა და შესაძლებლობების შეფასება. ამისთვის მრავალი გზა და ხერხი არსებობს. სწორედ ამ მიმართულებით გარდქედება ჩვენი მომდევნო სესიები. ჩვენ შევეცდებით, დაგეხმაროთ საკუთარი ინტერესების, ღირებულებების, შესაძლებლობების შეფასებაში. გავეცნობით კიდევ მრავალ პროფესიას.

მართალია, ამგვარი ინსტრუმენტებისა და სტრატეგიების შესახებ განვლილ სესიებზე ნაწილობრივ ვისაუბრეთ, თუმცა საკუთარ თავში ჩაღრმავებას კვლავ გავაგრძელებთ. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია დასაწყისშივე ოპტიმისტური, პოზიტიური დამოკიდებულების შექმნა, შინაგანი და გარეგანი მოტივატორების გათვალისწინება.

უნდა აღინიშნოს, რომ ნებისმიერი ცვლილება, სიახლე სტრესულია და ადამიანში იწვევს შფოთვის მომატებას. განსაკუთრებით ემოციურ მდგომარეობაშია ინდივიდი მაშინ, როდესაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღების წინაშე დგას. ამას ემატება ისიც, რომ მოზარდს აქვს ინფორმაციის დეფიციტი როგორც, ზოგადად, პროფესიის, ისე საგანმანათლებლო სფეროსა და დასაქმების შესაძლებლობების შესახებ.

ასევე, საინტერესოა ე.წ. „არჩევნის პარადოქსის“ განხილვა, რომელიც, თავის მხრივ, იწვევს რადიკალური მდგომარეობის განცდას: თუ ზედმეტად ბევრია ალტერნატივა, მაშინ ინდივიდი შებოჭილია. ის ცდილობს, გადადოს მოქმედების დაწყება – „დაიწყოს ორშაბათიდან“. ერთ-ერთი ხერხია გამორიცხვის მეთოდი.

ამიტომ, სტრესი მაქსიმალურად რომ შევამციროთ, გამოვიყენოთ სხვადასხვა სტრატეგია და ალმოვაჩინოთ, შევაფასოთ ჩვენი შესაძლებლობები. მომდევნო სესიები სწორედ ამ საკითხზე მუშაობას დაეთმობა.

შესაძლოა, ფასილიტატორმა მოსწავლეებს შესთავაზოს, მათ მიერ მიერ განხორციელებული აქტივობების შედეგები აკინძონ ერთ საქალაქო, შექმნან „თვითშეფასების წიგნაკი“ და კურსის ბოლოს დააკვირდნენ, რა შტრიხებს გამოყოფდნენ საკუთარ ხასიათში თავდაპირველად და ემოხვევა თუ არა ისინი მოგვიანებით გამოვლენილ ხასიათებლებს.

აქტივობა 3. „ღირებულებათა აუქციონი“ (25 წთ)

ფასილიტატორი სთავაზობს მოსწავლეებს აქტივობას „ღირებულებათა აუქციონი“. აუქციონში მონაწილეობის მისაღებად თითოეულ მოზარდს ეძლევა პირობითად 1000 ლარი, ეს ფული გამოყენებულ უნდა იქნეს ყველაზე მნიშვნელოვანი ღირებულების/ღირებულებების შესაძენად.

პირველ ეტაპზე თითოეულ მოსწავლეს დაურიგდება თითო სამუშაო ფურცელი, რომლებზედაც მოცემულია ღირებულებების აუქციონის ფორმა.

სამუშაო ფურცელზე ჩამოწერილია 15 ღირებულება. მოსწავლეებმა ინდივიდუალურად უნდა შეავსონ მხოლოდ პირველი სვეტი სახელწოდებით: „თანხა, რომელსაც გადაიხდილი“. ამისთვის მოსწავლეებს აქვთ 5 წუთი.

ამის შემდეგ იმართება აუქციონი. ფასილიტატორი ასახელებს პირველ ღირებულებას:

„სამუშაო, რომელიც ახალი გამოცდილების მიღების საშუალებას მაძლევს“ და კითხულობს, თუ ვინ მონაწილეობს აუქციონში აღნიშნული ღირებულების შესაძენად. მასწავლებელი სვამს კითხვას: „ვინ შეაფასა 100 ლარად დასახელებული ღირებულება?“ ხელს იწვევენ მხოლოდ ის მოსწავლეები, რომლებმაც შეაფასეს ის 100 ლარად. მასწავლებელი სვამს კითხვას: „ვინ შეაფასა 200 ლარად?“ ხელს იწვევენ მოსწავლეები, რომლებმაც შეაფასეს ის 200 ლარად. შემდეგ მასწავლებელი ეკითხება მათ: „გაქვთ ვინმეს უფრო ძვირად შემოთავაზება?“ თუ ასეთი შემოთავაზება არ არის, მასწავლებელი ამბობს: „ღირებულება გაიყიდა 200 ლარად“. ფასილიტატორი გადადის შემდეგ

ღირებულებაზე. თუ იქნება შემთხვევა, როცა რამდენიმე მოსწავლის მაქსიმალური შეთავაზება ერთმანეთს ემთხვევა, ფასილიტატორი ამბობს, რომ ეს ღირებულება შეიძინა ყველა ამ მოსწავლემ. მონაწილეებს მიუთითეთ, რომ, ყიდვის შემთხვევაში, აღნიშვნა გააკეთონ „მოგებულის“ გრაფაში. ღირებულებები ფასდება ასეულობით: მინიმუმი 100 ლარია, მაქსიმუმი – 1000 ლარი.

სავარჯიშოს დასრულების შემდეგ სთხოვეთ მოსწავლეებს, შეავსონ „მნიშვნელოვანი შრომითი ღირებულებების“ სვეტი, დააღაგონ ღირებულებები პრიორიტეტების მიხედვით, მაგალითად: ყველაზე მნიშვნელოვანი ღირებულება აღინიშნოს „1“-ით, შედარებით ნაკლებად მნიშვნელოვანი – „2“-ით და ა.შ. მასწავლებელი აჯამებს სავარჯიშოს და აღნიშნავს, რომ აქტივობაში არ არსებობს მოგებული და წაგებული მოსწავლე, სწორი და არასწორი ღირებულებები. მოზარდები მსჯელობენ საკუთარი არჩევის შესახებ.

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს პროცესს – ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, რომ ღირებულებები, ხშირ შემთხვევაში, განსაზღვრავს ადამიანის ქცევას სხვადასხვა სიტუაციაში და გავლენას ახდენს მის გადაწყვეტილებებზე. ადამიანი ვერ იქნება ბედნიერი, როცა მისი პროფესიული საქმიანობა მისივე ღირებულებებს ეწინააღმდეგება. აქედან გამომდინარე, **წარმატებული პროფესიული არჩევის უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა საკუთარი პიროვნული ღირებულებების იდენტიფიცირება და იმის გაცნობიერება, თუ რა გავლენას ახდენს ისინი ინდივიდის კმაყოფილებაზე, მოტივაციასა და კეთილდღეობაზე.**

სამუშაო ფურცელი
 „ღირებულებების აუქციონი“
 სახელი _____

ამ აუქციონზე თქვენ გაქვთ 1000 ლარი. გთხოვთ, კარგად წაიკითხოთ ღირებულებათა ჩამონათვალი და პირველ სვეტში („თანხა, რომლის გადახდასაც გეგმავთ“) ჩაწეროთ, რომელ ღირებულებას შეიძენთ და რამდენს გადაიხდით მასში (ღირებულებები ფასდება ასეულებით, მინიმუმი 100 ლარია, მაქსიმუმი – 1000 ლარი).

ჩემთვის ღირებულია კარიერა, რომელიც მატერიალურად უზრუნველმყოფს	თანხა, რომლის გადახდასაც გეგმავთ	პუნქტი, რომელიც მოიგეთ	მნიშვნელოვანი შრომითი ღირებულება
სამუშაო, რომელიც ახალი გამოცდილების მიღების საშუალებას მაძლევს			
ძალაუფლება და გავლენა			

ჩემი უნარების გამოვლენისა და გამოყენების შესაძლებლობა			
საზოგადოების უკეთესობისკენ შეცვლის პროცესში წვლილის შეტანის შესაძლებლობა			
კომფორტულად მოწყობილი სამუშაო გარემო			
სამუშაოს ფარგლებში მოგზაურობის შესაძლებლობა			
სამუშაოს სტაბილურობა			
დრო სოციალური და ოჯახური ცხოვრებისთვის			
მეგობრული სამუშაო გარემო			
დაწინაურების შესაძლებლობა			
საკმარისი ხელფასი, რომ ვიცხოვრო			
პროფესიონალი თანამშრომლები			
პრესტიჟული სამსახური			

კარგი შეღავათები და სარგებელი (დაზღვევა, პრემიები)			
დრო და ფული შვებულებისთვის			

საშინაო დავალება: დავალება სრულდება ინდივიდუალურად.

აქტივობა „კარიერული ოცნება“. აღწერე შენთვის საოცნებო სამუშაო, როგორი გარემოა, რა ტიპის სამუშაო ღირებულებებს იზიარებენ თანამშრომლები, და გაეცი პასუხი კითხვას:

– როგორ ფიქრობ, დღევანდელი თვითშეფასების გათვალისწინებით, რა არის ხელის შეშლელი ფაქტორები, ბარიერები საოცნებო სამსახურში წარმატების მიღწევისთვის? დავალების შესრულებისას დაიხმარეთ ჰოლანდის ტექსტის შედეგები.

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს პროცესს – ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, რომ ღირებულებები, ხშირ შემთხვევაში, განსაზღვრავს ადამიანის ქცევას სხვადასხვა სიტუაციაში და გავლენას ახდენს მის გადაწყვეტილებებზე. ადამიანი ვერ იქნება ბედნიერი, როცა მისი პროფესიული საქმიანობა მის ღირებულებებს ეწინააღმდეგება. აქედან გამომდინარე, საკუთარი პიროვნული ღირებულებების იდენტიფიცირება და იმის გაცნობიერება, თუ რა გავლენას ახდენს ისინი ინდივიდის კმაყოფილებაზე, მოტივაციაზე და კეთილდღეობაზე – ესაა წარმატებული პროფესიული არჩევის უმნიშვნელოვანესი წინაპირობა. ღირებულებები უფრო სტაბილური მახასიათებელია, ვიდრე, მაგალითად, ინტერესები.

* შენიშვნა: შესაძლებელია, საჭირო გახდეს პიროვნული ღირებულებათა ჩამონათვალის შედგენა: მიღწევა, თავგადასავალი, შვილებისათვის დროის დათმობის შესაძლებლობა, ეკლესიაში სიარული, საზოგადოების კეთილდღეობაზე ზრუნვა/საზოგადოებრივი საქმიანობა (მაგალითად, მოხალისედ მუშაობა, სისხლის ჩაბარება), განათლება, გარემო, ეთიკა, ოჯახური ურთიერთობები, თავისუფლება, მეგობრობა, გულუხვობა, ჯანმრთელობა, პატიოსნება, დამოუკიდებლობა, კეთილსინდისიერება, ინტელექტუალური აქტივობა, თავისუფალი დრო, შემწყნარებლობა, მატერიალური კეთილდღეობა, პატრიოტიზმი, პრეზენტაბელური გარეგნული იერი, ფიზიკური გამძლეობა, ძალაუფლება, აღიარება, რელიგია, პატივისცემა, დაცულობა, უსაფრთხოება, მიღწევის განცდა, სოციალური სტატუსი, სულიერი განვითარება, საკუთარი თავისთვის დროის დათმობა.

სამუშაო ღირებულებები: ხელფასი, სამუშაო ადგილის მდებარეობა (შენობაში ან შენობის გარეთ), შეღავათები და სარგებელი (მაგალითად, ჯანმრთელობის დაზღვევა და ა.შ.), სამუშაოს სტაბილურობა, საპასუხისმგებლო სამუშაო, დაწინაურების შესაძლებლობა, სამუშაოში თანამშრომლის მიერ შეტანილი წვლილის აღიარება, ახალი უნარ-ჩვევების განვითარების შესაძლებლობა, სამუშაოს მრავალფეროვნება, მოგზაურობის შესაძლებლობა, შემოქმედებითი სამუშაო, ხელსაწყოებით ან მანქანა-დანადგარებით მუშაობის შესაძლებლობა, საშუალება, სხვებს თავი კომფორტულად აგრძნობინოთ,

სხვებისთვის რჩევის მიცემის, სწავლების შესაძლებლობა, დამოუკიდებელი მუშაობის შესაძლებლობა, სხვების წახალისებისა და მოტივირების შესაძლებლობა, რისკიანი, თავგადასავლებით სავსე სამუშაო, სხვების მუშაობაზე ზედამხედველობის შესაძლებლობა, დამოუკიდებლობა, სისტემატური და ორგანიზებული სამუშაო, ადამიანების დახმარების შესაძლებლობა, ინოვაციურ პროექტში მონაწილეობა, შესაძლებლობა, გახდეთ საზოგადოებისათვის ცნობადი, გუნდთან ერთად მუშაობის საშუალება, სხვებზე ზეგავლენის მოხდენის, მათი დარწმუნების შესაძლებლობა, ადამიანების გართობის შესაძლებლობა.

32-ე სესია – დასაქმებისთვის საჭირო უნარები

საკითხები	• უნარები – ზოგადი საბაზო უნარები, სპეციფიკური უნარები, 21-ე საუკუნის უნარები
მიზანი	• მოსწავლეებისთვის წარმატების მისაღწევად აუცილებელი უნარების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება; საკუთარი უნარების შეფასება
მეთოდები	• დისკუსია • მინილექცია
რესურსები	დრო: 40 წთ დაფა, მარკერები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი

აქტივობა 1. დისკუსია (5 წთ)

ფასილიტატორი სვამს სადისკუსიო შეკითხვას და წერს დაფაზე:

– რა მსგავსება და განსხვავებაა თანდაყოლილ ნიჭსა და უნარებს შორის?

მოზარდები გამოთქვამენ ვარაუდებს, რომლებსაც ფასილიტატორი ინიშნავს დაფაზე. შეჯამების პროცესში ის მიმართავს მოზარდებს, ახსნან, რატომ ფიქრობენ ასე. შესაძლოა, მონაწილეებს შორის გაჩნდეს აზრთა სხვადასხვაობა თანდაყოლილი ნიჭისა და უნარების იგივეობის, უნარების შეძენის, უნარების განვითარების შესაძლებლობების და ა.შ. შესახებ.

აქტივობა 2. მინილექცია (5 წთ)

ფასილიტატორი განმარტავს: ჩვენ განსხვავებულები ვიბადებით, არცერთი თითის ანაბეჭდი იდენტური არ არის, თითოეული ჩვენგანი უნიკალურია და ეს ქმნის სამყაროში მრავალფეროვნებას. ადამიანები სპეციფიკური ნიჭითა და უნარებით ვიბადებით. ეს გარემოება შრომის პროცესში სხვადასხვაგვარად მოქმედებს. რაღაცას ადვილად ვუმკლავდებით, ზოგჯერ მეტი ძალისხმევის გაწევა გვიწევს.

აქტივობა 3. მინილექცია (5 წთ)

ფასილიტატორი აგრძელებს პროცესს მინილექციით, რომლის პროცესში განმარტავს ნიჭისა და უნარის ცნებების მნიშვნელობას:

ნიჭი

გონებრივი შესაძლებლობა, რაიმეს კეთების, შექმნის განსაკუთრებული უნარი.

ხატვის ნიჭი. ნიჭი გამოავლინა.

წყარო: (<https://www.ganmarteba.ge/word/%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98>)

– (ის, ვისაც აქვს) ბუნებრივი უნარი, იყოს კარგი რაღაცაში, განსაკუთრებული სწავლე-ბის გარეშე:

მისი მუსიკის ნიჭი ადრეულ ასაკში გამოჩნდა.

მისი მხატვრული ნიჭი შეეწირა მოსაწყენ საქმეს.

წყარო: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/talent>

უნარი

1. რაიმეს გაკეთების ძალა, შესაძლებლობა, მოხერხება, შნო

მსჯელობის უნარი. კარგი უნარი აქვს. ათვისების უნარი.

2. თვისება, რომელიც რაიმეს ბუნებიდან გამომდინარეობს და მისი არსებითი მახასიათებელია.

გამრავლების უნარი. ჟანგბადის გამოყოფის უნარი.

წყარო: <https://www.ganmarteba.ge/word/%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98>

ფიზიკური ან გონებრივი ძალა ან უნარი, რომელიც საჭიროა რაღაცის გასაკეთებლად ფასილიტატორი სვამს კითხვებს:

- * პასუხები მითითებულია საორიენტაციოდ ან/და დასაზუსტებლად იმ შემთხვევისთვის, თუ მონაწილეები არ ჩაერთვებიან პროცესში.
რა მოხდება მაშინ, თუკი თქვენი ნიჭი და სამუშაო ერთმანეთს არ შეესაბამება?
- ასეთ ვითარებაში ადამიანი ვერ იღებს სიამოვნებას საკუთარი სამუშაოს შესრულებით. რა ხდება მაშინ, როცა ინტერესები და სამუშაო ერთმანეთს არ შეესაბამება?
- ასეთ ვითარებაში მატულობს უკმაყოფილების გრძნობა; ხოლო, რაც უფრო შორდება თქვენი ნიჭი და უნარები სრულად გამოხატვის შესაძლებლობას, მით ნაკლებია შანსი, მიიღოთ სიამოვნება სამუშაო დღის განმავლობაში.
როგორ ფიქრობთ, რა გამოწვევები, სირთულეები შეიძლება ახლდეს თანდაყოლილ ნიჭს?
- თანდაყოლილი ნიჭი თითოეულ ადამიანს საშუალებას აძლევს, გარკვეული ტიპის დავალებები იოლად და ენთუზიაზმით შეასრულოს, ხოლო სხვა დავალებებს „ტანჯვა-წამების“ ხარჯზე გაუმკლავდეს.

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს მინილექციას – თუ ნიჭი რაიმე საქმის კარგად კეთებისაკენ მიდრეკილებაა, უნარი არის რაიმეს კეთების თანდაყოლილი შესაძლებლობა, რომელიც აღზრდისა და სწავლების პროცესში ვითარდება.

აქტივობა 4. ინტერაქცია (10 წთ)

ფასილიტატორი სვამს შეკითხვებს:

- რა ასოციაციებს იწვევს თქვენში ტერმინი „ზოგადი საბაზო უნარები“?
- რომელი უნარები შეიძლება იყოს ეს?

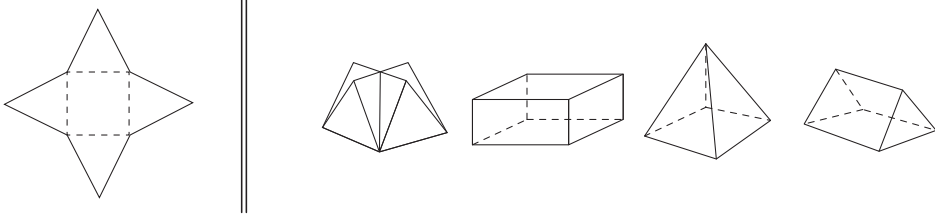
ზოგად უნარებში გამოყოფენ ვერბალურ (მაგალითად, წაკითხულის გააზრება, ლოგიკური მსჯელობა, ანალიზი, სინთეზი, განზოგადება, აბსტრაქტირება და სხვ.) და მათემატიკურ უნარებს (მაგალითად, მარტივი სტატისტიკური ცხრილების შედგენა, გრაფიკებისა და სქემების გაანალიზება და ინტერპრეტირება, რაოდენობრივი მსჯელობა და ა.შ.).

- როგორია სივრცითი უნარები?

სივრცითი უნარები ობიექტების 3 განზომილებაში წარმოდგენას გულისხმობს. ისინი დიდ როლს თამაშობს სხვადასხვა პროფესიის დაუფლებასა და დაკისრებული მოვალეობების წარმატებით შესრულებაში.

სივრცითი უნარები

ქვემოთ გამოსახული ფიგურებიდან რომლის შლილია მოცემული პირველ ნახაზზე?



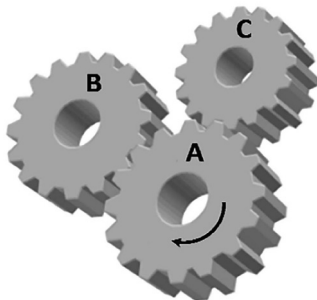
წყარო: <https://naec.ge/uploads/images/doc/SXVA/sivrciti%20unarebis%20testi.pdf>

- რა არის მექანიკური უნარები?

მექანიკური მოწყობილობების მუშაობის პრინციპების ცოდნა და მათი გამოყენების შესაძლებლობა.

მექანიკური უნარები

თუ კბილანა A ბრუნავს იმ მიმართულებით, რომელიც გამოსახულია ნახატზე (მიმართულებას ასახავს ისარი), რა მიმართულებით იმოძრავენ C კბილანა?



- ა. საათის ისრის მიმართულებით
- ბ. საათის ისრის საწინააღმდეგოდ
- გ. იგივე მიმართულებით, რაც კბილანა A
- დ. საპირისპირო მიმართულებით, რაც კბილანა B

წყარო: http://www.kpc.ge/pdf/test_meqanikur_sivrciti.pdf

– რა არის საკანცელარიო უნარები?

მცირე დეტალებზე ყურადღების ფოკუსირება, შეცდომების სწრაფად აღმოჩენა, წერიითი კომუნიკაციის, კითხვის, გაგების, პუნქტუაციის, ორთოგრაფიის, გრამატიკის ცოდნის გამოყენება, მონაცემთა ბაზებიდან ინფორმაციის ამოღება და სხვ.

საკანცელარიო უნარები

გიორგიმ უძრავი ქონებით მოვაჭრე ორგანიზაციის დოკუმენტებიდან გადმოიწერა ქვემოთ მოცემული მონაცემები:

ორგანიზაციის დოკუმენტი
წელი – გაყიდული ბინების
რაოდენობა

1990 – 123
1991 – 119
1992 – 124
1993 – 120
1994 – 121
1995 – 111
1996 – 126



გიორგის გადმოწერილი
წელი – გაყიდული ბინების
რაოდენობა

1990 – 123
1991 – 119
1992 – 122
1993 – 120
1994 – 122
1995 – 111
1996 – 136

რამდენი შეცდომა დაუშვა გიორგიმ გადაწერის დროს?

- ა) მხოლოდ 1
- ბ) მხოლოდ 2
- გ) მხოლოდ 3
- დ) მხოლოდ 4

პროფესიები, რომლებსაც სჭირდება ეს უნარი: ბუღალტერია, აუდიტი, საბანკო საქმე, კომპიუტერული პროგრამირება, ფინანსები, ინფორმატიკა, თარგმნა, სამედიცინო კვლევა და სხვ.

გავიხსენოთ, რა არის ემოციური ინტელექტი?

– იდეების სიმრავლე და შემოქმედებითი ამროვნება, პრობლემების გადაჭრის უნარი

პროფესიები: მენეჯმენტი, ფილმის გადაღება, სამსახიობო ოსტატობა, სცენარის წერა, ფსიქოლოგია, კონსულტირება, საექთნო საქმე, ფიზიოთერაპია, ბავშვთა მოვლა, მასწავლებლობა, მენტორობა, ტრენერობა, დიპლომატია, მარკეტინგი, გაყიდვები, სოციალური მეცნიერებები და სხვ.

აქტივობა 5. ტესტის შევსება და შედეგების განხილვა (10 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს ურიგებს თვითშეფასების ტესტს, რომლის პასუხებშიც მათ უნდა მიუთითონ თავიანთი ინტერესები, უნარები და თითოეული მათგანი შეაფასონ 5-ქულიანი სკალით.

საშინაო დავალება

	ინტერესები	თვითშეფასება	უნარები	თვითშეფასება
	1. _____	1 2 3 4 5	1. _____	1 2 3 4 5
	2. _____	1 2 3 4 5	2. _____	1 2 3 4 5
	3. _____	1 2 3 4 5	3. _____	1 2 3 4 5
	4. _____	1 2 3 4 5	4. _____	1 2 3 4 5
	5. _____	1 2 3 4 5	5. _____	1 2 3 4 5
	1. _____	1 2 3 4 5	1. _____	1 2 3 4 5
	2. _____	1 2 3 4 5	2. _____	1 2 3 4 5
	3. _____	1 2 3 4 5	3. _____	1 2 3 4 5
	4. _____	1 2 3 4 5	4. _____	1 2 3 4 5
	5. _____	1 2 3 4 5	5. _____	1 2 3 4 5
	1. _____	1 2 3 4 5	1. _____	1 2 3 4 5
	2. _____	1 2 3 4 5	2. _____	1 2 3 4 5
	3. _____	1 2 3 4 5	3. _____	1 2 3 4 5
	4. _____	1 2 3 4 5	4. _____	1 2 3 4 5
	5. _____	1 2 3 4 5	5. _____	1 2 3 4 5



ტესტის შესავსებად მათ აქვთ 10 წუთი. ამის შემდეგ, სურვილის შემთხვევაში, მოზარდები მსჯელობენ შედეგებზე. ამ შემთხვევაში შეიძლება ვისარგებლოთ ჰოლანდის ტესტის შევსების ან სხვა აქტივობების შესრულების შედეგად გამოვლენილი ინტერესებით. საკუთარი უნარ-ჩვევების შეფასებით მოსწავლეები ანალიზებენ, რამდენად შეესაბამება ეს ორი ინდიკატორი ერთმანეთს.

აქტივობა 6. დისკუსია (5 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს უჩვენებს საპრეზენტაციო სლაიდს. მასზე ჩამოთვლილია 21-ე საუკუნის უნარები (სწავლის უნარები: კრიტიკული ამროვნება, კრეატიულობა, კოლაბორაცია, კომუნიკაცია, მედიაწიგნიერება; ცხოვრებისეული უნარები: ლიდერობა, ინიციატივიანობა; სოციალური უნარები: პროდუქტიულობა, მოქნილობა) და სვამს კითხვებს:

1. რატომ არის მნიშვნელოვანი ამ უნარების ფლობა თანამედროვე ადამიანისთვის?
2. გამოყავით ის უნარები, რომელთა განვითარებასაც ემსახურება სასწავლო პროცესი?
3. რამდენად უწყობდა ხელს ჩამოთვლილი უნარ-ჩვევების განვითარებას კლუბის ფარგლებში დაგეგმილი საქმიანობა, აქტივობები? რატომ ფიქრობთ ასე?

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს პროცესს – იმისათვის, რომ მოზარდმა, ადამიანმა მიაღწიოს წარმატებას, საჭიროა, განვითარებული ჰქონდეს მრავალი უნარ-ჩვევა. პროფესიული ორიენტაციის განსაზღვრისთვის უმნიშვნელოვანესია, შევაფასოთ საკუთარი ნიჭი, ინტერესები, უნარები და ამის გათვალისწინებით შევარჩიოთ სასურველი სამომავლო საქმიანობა. ამგვარი მიდგომა მაქსიმალურად შეამცირებს სტრესს, რომელსაც „არჩევნის პარადოქსი“ იწვევს. ესაა შემთხვევა, როდესაც დიდი არჩევანი და გიჭირს გადაწყვეტილების მიღება. თანამედროვე სამყაროში იცვლება მოთხოვნები, პროფესიები; მნიშვნელობას კარგავს ტარბი ინფორმაციის ფლობა, აქტუალური ხდება ნიჭი და უნარ-ჩვევები.

33-ე სესია - პროფესიის მრავალფეროვანი არჩევანი

საკითხები	• პროფესიების მრავალფეროვნება
მიზანი	• პროფესიისა და კომპეტენციების ურთიერთკავშირის მნიშვნელობის გააზრება
მეთოდები	• ბრეინშტორმინგი • დისკუსია • პრეზენტაცია
რესურსები	დრო: 60 წთ კომპიუტერი, პროექტორი, ფლიპჩარტი, მარკერები, „სკოჩი“, სტიკერები

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. წინა სესიის შეჯამება (5 წთ)

ფასილიტატორი მიმოიხილავს განვლილ სესიას და მოზარდებთან ერთად კიდევ ერთხელ აჯამებს, რა ფაქტორების გათვალისწინებაა საჭირო მომავალი პროფესიის განსაზღვრამდე; როგორ არის შეცვლილი მოთხოვნები 21-ე საუკუნეში და რა უნარ-ჩვევების ფლობაა მნიშვნელოვანი. ამის შემდეგ ის გადადის მომდევნო საკითხის განხილვაზე, რომელიც პროფესიების სიცოცხლისუნარიანობასა და მომავლის პროფესიების განსაზღვრას ეხება.

აქტივობა 2. ბრეინშტორმინგი და პრეზენტაციების გამართვა (40 წთ)

მცირე შეჯამების შემდეგ ფასილიტატორი ატარებს ბრეინშტორმინგს: რა პროფესიები ვიცით?

სავარაუდო ჩამონათვალი: ექიმი, მასწავლებელი, ფსიქოლოგი, კომპიუტერული გრაფიკის სპეციალისტი, პედაგოგი, ფოტოგრაფი, სომელიე, ფინანსისტი, სადამღვევო აგენტი, ზეინკალი, ფერმერი, იურისტი, მზარეული და სხვ.

ფასილიტატორი განიხილავს შედგენილ ჩამონათვალს. საუბარი შეეხება პროფესიების მნიშვნელობას. მოზარდები ირჩევენ სასურველ პროფესიას (შესაძლოა, დავაწყვილოთ ერთნაირი ინტერესების მქონე მოზარდები). ფასილიტატორი უნდა შეეცადოს, ჯგუფებმა არ შეარჩიონ ერთი და იგივე პროფესიები, რათა პრეზენტაციის პროცესი მრავალფეროვანი იყოს. მოზარდები ამზადებენ პრეზენტაციას შემდეგი საკითხების გათვალისწინებით – რატომ არის მათ მიერ შერჩეული პროფესია მნიშვნელოვანი? რა უნდა იცოდეს ამ პროფესიის ადამიანმა? რა უნარ-ჩვევებს უნდა ფლობდეს ის?

წყვილებს გადაეცემათ ფლიპჩარტი, მარკერები, სტიკერები და სხვა საჭირო რესურსი. სესიის მეორე ნახევარი დაეთმობა მომზადებული პრეზენტაციების განხილვას. წყვილები წარმოადგენენ საკუთარ ნამუშევრებს, რომლებიც გაიკვრება კედელზე (15 წთ).

შეჯამება: სესიის შეჯამების დროს განიხილავენ ნამუშევრებს. ფასილიტატორი აცნობს მონაწილეებს იმ პროფესიებს, რომლებიც მათ არ დაუსახელებიათ, და სთხოვს, მოიძიონ ცნობები მსოფლიოში არსებული ყველაზე უცნაური პროფესიების შესახებ. მომდევნო სესია დაიწყება ამ სახალისო ინფორმაციით.

34-ე სესია – უცნაური და მომავლის პროფესიები

საკითხები	პროფესიების, სიცოცხლისუნარიანობა, პროფესიის „მარადიულობის ილუზია“, დასაქმებისთვის საჭირო და აუცილებელი უნარები და მოთხოვნები
მიზანი	მოსწავლეების ცნობიერების ამაღლება პროფესიების სიცოცხლისუნარიანობის, თანამედროვე მოთხოვნების შესახებ; ინფორმაციის მიწოდება საკვალიფიკაციო მოთხოვნების შესახებ
მეთოდები	- დისკუსია - მინილექცია - პრეზენტაცია
რესურსები	დრო: 55 წთ დაფა, მარკერები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი, დანართი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. პრეზენტაციების გამართვა (15 წთ)

ფასილიტატორი შეაჯამებს წინა სესიას. მოზარდები წარმოადგენენ მათ მიერ მოძიებულ ინფორმაციას მსოფლიოში გავრცელებული უცნაური პროფესიების შესახებ.

იმ შემთხვევაში, თუ მოზარდებს არ მოუპოვებიათ ინფორმაცია სხვადასხვა უცნაური პროფესიის შესახებ, ფასილიტატორი აცნობს მათ რამდენიმე მაგალითს:

პროფესიონალი მძინარე – აშშ-ში NASA-ს კოსმოსურ სააგენტოს სურდა, შეესწავლა 70 დღის განმავლობაში უძრავად წოლის ეფექტი, რაც თეორიული დროა ადამიანების სხვა სამყაროებში გადასაცვანად. ექსპერიმენტში მონაწილე მოხალისეებს მათ გადაუხადეს 18 000 ამერიკული დოლარი. ერთმა ფინურმა სასტუმრომ ასევე გამოაცხადა ვაკანსია „პროფესიონალ მძინარეზე“ ნომრების კომფორტულობის შესაფასებლად.

გველის შხამის შემგროვებელი – ჯიმ ჰარისონს ერთ-ერთი ყველაზე საშიში პროფესია აქვს. ის შიშველი ხელებით იღებს გველებისგან შხამს, რითაც ყოველდღიურად საფრთხეში აგდებს საკუთარ სიცოცხლეს. გველის შხამისგან მზადდება ანტიდოტი. 35-წლიანი მუშაობის განმავლობაში ქვეწარმავლებმა ჯიმი მხოლოდ რვაჯერ დაკბინეს. ყველაზე მძიმე შუბისთავიანი გველგესლას ნაკბენი აღმოჩნდა, რის გამოც ჯიმმა საავადმყოფოში ოთხი კვირა გაატარა და აბსცესების მოსაშორებლად სამი ოპერაცია დასჭირდა.

პროფესიონალი დამტირებელი – სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში სჯერათ, რომ ხმამაღალი დატირებით მიცვალებულს იმქვეყნად მოგზაურობას გაუადვილებენ. ამიტომ ქირობენ დამტირებლებს, რომლებიც მთელი სამგლოვიარო პროცესის დროს, რაც შეიძლება, ხმამაღლა დასტირიან გარდაცვლილს.

წყარო: <https://coburgbanks.co.uk/blog/friday-funnies/10-of-the-strangest-jobs-youll-ever-read-about/>

აქტივობა 2. მინიდისკუსია (10 წთ)

დისკუსიის თემა: პროფესიების სიცოცხლისუნარიანობის განსაზღვრა და მომავლის პროფესიების იდენტიფიცირება

ფასილიტატორი ატარებს ბრეინშტორმინგს – მიმართავს მოზარდებს, დაასახელონ პროფესიები, რომლებიც, მათი აზრით, მალე გაქრება შრომის ბაზრიდან (მაგალითად, კანცელარიაში მომუშავე პირი, მოლარე-ოპერატორი, კონსულტანტი ბანკში და ა.შ.).

– დაფიქრდით, რომელია მომავლის პროფესიები? რა ახალი პროფესიები შეიძლება გაჩნდეს?

მომავლის პროფესიებია: ბიოინჟინერი, „ტკვანი გარემოს“ დიზაინერი, რობოტიკის ინჟინერი, კიბერუსაფრთხოების სპეციალისტი, ალტერნატიული ენერგიის გამომუშავების სპეციალისტი, მარკეტინგის ანალიტიკოსი, კომუნიკაციების სპეციალისტი, კონფლიქტების მენეჯერი და სხვ.

მომავლის უნარია, მაგალითად, სისტემური და ანალიტიკური აზროვნება.

არსებობს პროფესიები, რომელთა რეალიზებასაც ხელოვნური ინტელექტი ვერ შეძლებს; რომლებსაც სჭირდება ისეთი უნარ-ჩვევები, როგორიცაა: ახალი იდეების წამოყენება, კრეატიულობა, შემოქმედებითობა და ა.შ. აღსანიშნავია, რომ, მაგალითად, სოციალური მედიის მენეჯერის პროფესია სოციალური ქსელების შექმნამდე არ არსებობდა.

<https://magazine.lectera.com/articles/careers-of-the-future-what-professions-will-be-in-demand-in-the-next-10-years>

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს აქტივობას – მნიშვნელოვანია, ფეხი ავუწყოთ და დავეწიოთ თანამედროვე ტენდენციებს. კვლევების თანახმად, 21-ე საუკუნე პროფესიების ცვლილების საუკუნე იქნება, ბევრი პროფესია გაქრება, ბევრი ახალი გაჩნდება; ადამიანები ცხოვრების განმავლობაში, სულ ცოტა, 2-3-ჯერ მაინც შეიცვლიან პროფესიას და ეს ნორმალური იქნება. ამიტომ მაქსიმალურად შეეცადეთ, გაიუმჯობესოთ 21-ე საუკუნისთვის საჭირო უნარ-ჩვევები.

აქტივობა 3. მინილექცია (10 წთ)

ჩვენს საუკუნეში დაიმსხვრა მითი სიცოცხლის განმავლობაში ერთი პროფესიის ფლობის შესახებ. შეიძლება სწავლის, მუშაობის პროცესში აღმოაჩინო, რომ თავდაპირველმა არჩევანმა ვერ გაამართლა, პროფესია არ არის ისეთი საინტერესო, როგორც გეგონა. ამიტომ აუცილებელია, დავიწყოთ კვლევა: როგორია ჩვენ მიერ შერჩეული პროფესიის სამუშაო ღირებულებები, საკვალიფიკაციო მოთხოვნები, სამუშაო გარემო? რამდენად მიესადაგება ეს ყველაფერი ჩვენს ინტერესებს, შესაძლებლობებს?

ფასილიტატორი საპრეზენტაციო ფაილის გამოყენებით მოზარდებს აცნობს ფაქტებს ცნობილი ადამიანების შესახებ, რომლებმაც შეიცვალეს პირველადი პროფესიები და მათგან რადიკალურად განსხვავებულ სფეროებში გადაინაცვლეს.

ჰარი სტაილსი – ჯგუფ One Direction-ის მომღერალი. ის მოსწავლეობის პერიოდში მღეროდა და უკრავდა, მაგრამ სკოლის დამთავრების შემდეგ იყო მცხოვრები, საათში მხოლოდ 7 დოლარს შოულობდა. სტაილსმა გადაწყვიტა, დაეტოვებინა სამუშაო. მან მონაწილეობა მიიღო X-ფაქტორში, შეიცვალა პროფესია და გახდა მომღერალი, ვარსკვლავი. მას უკვე დაახლოებით 18 მილიონი ამერიკული დოლარი აქვს გამოიმუშავებული.

ჯოან როულინგი – მწერალი ქალი, რომელიც თავისი წიგნებით ჰარი პოტერის შესახებ მულტიმილიონური გახდა. ადრე ის მუშაობდა საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციაში, როგორც მცენიერმუშაკი და რეფერენტ-მთარგმნელი.

სარა ბლეიკლი – მილიარდერი, კომპანია Spanx-ის დამფუძნებელი. სარა ბლეიკლი შვიდი წლის განმავლობაში საოფისე ნივთებს (ფაქსის აპარატებს) კარდაკარ ჩამოტარებით ყიდდა. მან 30 წლის ასაკში დატოვა ვაჭრობის სფერო და დააარსა თავისი კომპანია. მისი გასახდომი კოლგოტების ბიზნესი ძალიან წარმატებულია.

ანა მერი რობერტსონ მომესი – მისი, როგორც მხატვრის, ნაყოფიერი კარიერა 78 წლის ასაკში დაიწყო. 2006 წელს მომესის ერთ-ერთი ნახატი 1,2 მილიონ დოლარად გაიყიდა. მანამდე ანა მერი დიასახლისი იყო, თუმცა ბავშვობიდან ხატავდა.

ტიმ და ნინა ზაგატები – ტიმ და ნინა ზაგატები იურისტები იყვნენ. 30 წლის ასაკში გამოაქვეყნეს რესტორნების გზამკვლევი, რომელიც შეიცავდა ნიუ-იორკის რესტორნების აღწერასა და შეფასებას. ტექსტი დაეფუძნა ცოლ-ქმრის მეგობრების გამოკითხვას ამ საკითხზე. Zagat-ის სახელით ისინი დღემდე პერიოდულად გამოსცემენ „რესტორნების მიმოხილვას“. საბოლოოდ მათი გვარი გახდა ბრენდი და ავტორიტეტული კულინარიული ნიშანი.

წყარო: <https://www.resumeprofessionalwriters.com/famous-career-changes/>
<https://www.inc.com/business-insider/people-who-found-success-and-changed-careers-after-30-years-old.html>

აქტივობა 4. კვლევა-პრეზენტაცია (20 წთ)

ფასილიტატორი მიმართავს მოზარდებს: კარიერასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილების მისაღებად საჭიროა, თქვენთვის საინტერესო პროფესიები სიღრმისეულად შეისწავლოთ. ამის ერთ-ერთი გზა სამუშაოს აღწერილობის გაცნობა.

დამსაქმებლები ხშირად მიუთითებენ ისეთ ზოგად უნარებზე, როგორიცაა: მენეჯერობა, დროის მართვა, ინფორმაციის მოძიება, ანალიზი და გამოყენება, გუნდური მუშაობა, მომხ-

მარებელთან ურთიერთობა, ლოგიკური ამროვნება, კომუნიკაციის უნარი, გადაწყვეტილების მიღება, აკადემიური წერა, ეფექტური კომუნიკაცია (მოსმენა) და პრეზენტირება.

წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ ხართ დამსაქმებელი და გაქვთ ვაკანტური ადგილი, ეძებთ შესაფერის კადრს. ზემოთ ჩამოთვლილი უნარებისა და მახასიათებლების გათვალისწინებით შექმენით განაცხადი თქვენთვის სასურველი პროფესიის (შესაძლებელია, წინასწარ განისაზღვროს პროფესიები) სამუშაო მოთხოვნების შესახებ (აქ შეიძლება დანართის მომზადება).

მოზარდები ამზადებენ განაცხადს და წარუდგენენ ჯგუფს.

საშინაო დავალება: წარმოიდგინეთ, რომ ეძებთ სამსახურს, დასაქმების საიტზე იპოვეთ განაცხადები და არჩევთ თქვენთვის შესაფერის სამუშაო ადგილს. განიხილეთ მოძიებული განაცხადი და პრეზენტაციისას უპასუხეთ კითხვებს:

1. დაასახელეთ პროფესია, საკვალიფიკაციო მოთხოვნები, ზოგადი მოთხოვნები, ანაზღაურება.
2. რამდენად დაემთხვა თქვენი მოლოდინი დამსაქმებლის მოთხოვნებს?
3. რამდენად სამართლიანი/უსამართლოა მოთხოვნები? რატომ ფიქრობთ ასე?

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს სესიას – დღევანდელი სესიის განმავლობაში კიდეც უფრო ახლოს, სიღრმისეულად გავცანით სხვადასხვა პროფესიას, მათთან დაკავშირებულ სამუშაო მოთხოვნებს. ვისაუბრეთ იმაზე, რომ შესაძლებელია, ადამიანმა სიცოცხლის განმავლობაში რამდენჯერმე შეიცვალოს პროფესია. კარიერის დაგეგმვა დინამიკური და ცვლილებებით სავსე პროცესია.

35-ე სესია – დასაქმების ფორუმი

საკითხები	• დასაქმების ფორუმის მოდელირება
მიზანი	• დასაქმებისთვის საჭირო პერსონალური უნარ-ჩვევების განვითარება; დასაქმების შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება
მეთოდები	• მინილექცია • როლური თამაში • დისკუსია
რესურსები	დრო: 70 წთ დაფა, მარკერები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი, დანართი

აქტივობა 1. დასაქმების ფორუმის შესახებ მოკლე ინფორმაციის გაზიარება (10 წთ)

ფასილიტატორი მოზარდებს უჩვენებს მოკლე ვიდეორგოლს დასაქმების ფორუმის შესახებ.

<https://www.youtube.com/watch?v=fSdI7zSXC4~>

ის მოზარდებს სთხოვს, პასუხი გასცენ შემდეგ კითხვებს:

- რა ხდება დასაქმების ფორუმზე?
- როგორი გარემოა შექმნილი?

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს გამოთქმულ მოსაზრებებს – დასაქმების ფორუმში საშუალებას აძლევს დასაქმების მსურველებს, გაეცნონ შრომით ბაზარს, პოტენციური დამსაქმებლებისგან მიიღონ ამომწურავი ინფორმაცია ვაკანსიებისა და სტაჟირების შესახებ. კომპანიების წარმომადგენლები მიმდინარე და სამომავლოდ გამოცხადებული ვაკანსიების შესავსებად ადგილზე გაესაუბრებიან და განიხილავენ მსურველების კანდიდატურებს. ფორუმის ფარგლებში კომპანიის მმართველები ან წარმომადგენლები მართავენ შეხვედრებს, რომლებზედაც დაწერილებით განიხილავენ კომპანიის სამომავლო გეგმებს, მსჯელობენ დასაქმების ბაზრის შესახებ. ეს ყველაფერი ხდება შთაგონების წყარო დასაქმების მსურველთათვის.

აქტივობა 2. როლური თამაში – დასაქმების ფორუმის სიმულაცია (35 წთ)

თამაშში მონაწილეობს 15-ზე მეტი მოზარდი. ისინი იყოფიან სამ ჯგუფად და ირგებენ შემდეგ როლებს: დამსაქმებელი, დასაქმების მსურველი და დამკვირვებელი. აქტივობის დასაწყისში თითოეულ ჯგუფს ეძლევა 20 წუთი მოსამზადებლად.

შესაძლოა, ვაკანსიები იყოს შემდეგი პროფესიების შესახებ:

- ✓ ციფრული ინჟინერიის სპეციალისტი
- ✓ გუნდის მმართველი
- ✓ ბიზნესანალიტიკოსი
- ✓ კორპორაციული გაყიდვების მენეჯერი
- ✓ მცველი/დაცვის თანამშრომელი

ფასილიტატორი წინასწარ მოიძიებს ვაკანსიებს ზემოთ ჩამოთვლილი ან/და სხვა პროფესიების შესახებ. სასურველია შერჩეული განაცხადები იყოს როგორც საქართველოში, ისე სხვა ქვეყნებში გამოცხადებული ვაკანსიების შესაბამისი.

დამსაქმებლები – დაურიგდებათ ფურცლები ტექსტით ვაკანსიების შესახებ. მათზე დაყრდნობით მოამზადებენ შეფასების კრიტერიუმებს და სავარაუდო კითხვებს კანდიდატებისთვის.

დასაქმების მსურველები – დაურიგდებათ ფურცლები ტექსტით ვაკანსიების შესახებ. მათი ამოცანაა, მოიფიქრონ, როგორ წარდგებიან დამსაქმებლის წინაშე; მათვე უნდა განსაზღვრონ გასაუბრებაზე მოქცევის წესები.

დამკვირვებლები – ეცნობიან განაცხადებს, ინიშნავენ პრობლემურ საკითხებს, ემზადებიან დაკვირვებისთვის.

ფასილიტატორი დამსაქმებლებისა და დასაქმების მსურველების ნაწილს უსაზღვრავს დამატებით როლებს, ურიგებს არაკორექტულ, არაეთიკურ კითხვებს, რომლებიც მათ უნდა გამოიყენონ გასაუბრების პროცესში. ასევე, შესაძლებელია 1 დამსაქმებელს მიეცეს დავალება, გასაუბრება წარმართოს იმგვარად, რომ ცხადი იყოს მისი გულგრილი დამოკიდებულება პოტენციური დასაქმებულის მიმართ.

გენდერული დისკრიმინაციის შემცველი კითხვები დამსაქმებლებისთვის:

- სამუშაო გრაფიკი არის სრული. მაინტერესებს, გყავთ ოჯახი? მეუღლე? შვილი?

- მეუღლე თანახმაა, იმუშაოთ კაც/ქალ თანამშრომლებთან?
- ვის დაუტოვებთ ბავშვს? გყავთ შინ დამხმარე? იცოდეთ, ავად რომ გახდეს, სამსახურს ვერ გააცდენთ.

კომენტარები დამსაქმებლებისთვის: „ქალებს უჭირთ ხანგრძლივად სამუშაოზე კონცენტრირება, ცოტათი მაშფოთებს ეს გარემოება. თქვენ შეიძლება შვილების პრობლემებით იყოთ დაკავებული სამუშაო საათებში“; „ვაკანსია ტექნოლოგიების სფეროს ეხება, აქ კი კაცები არიან წამყვანი. როგორ ფიქრობთ, თქვენ, ქალი, ამ სამუშაოს თავს გაართმევთ?“ და ა.შ.

მოსაფიქრებელი 20 წუთის ამოწურვის შემდეგ ჯგუფები ნაწილდებიან შესაბამის სასესიო სივრცეში. ტარდება გასაუბრება 15 წუთის განმავლობაში. დამკვირვებლები აკვირდებიან პროცესს და ინიშნავენ თავიანთ შეხედულებებს.

აქტივობა 3. დისკუსია (30 წთ)

დისკუსიის ფარგლებში თითოეული მონაწილე მოკლედ აღწერს საკუთარ გამოცდილებას. დამსაქმებლებმა უნდა მიიღონ გადაწყვეტილება, აიყვანენ თუ არა კონკრეტულ კანდიდატს სამსახურში. ნებისმიერი გადაწყვეტილების შესახებ პასუხი უნდა დაასაბუთონ. დასაქმების მსურველებმაც უნდა მიიღონ გადაწყვეტილება და აღწერონ, რამდენად სამართლიანი იყო მოთხოვნები ვაკანსიასთან დაკავშირებით და როგორ ჩაიარა გასაუბრებამ. დამკვირვებლები შეაჯამებენ გასაუბრების პროცესს და გამოყოფენ სამსჯელო საკითხებს.

პრეზენტაციების შემდეგ გაიმართება დისკუსია:

1. როგორი გარემო იყო შექმნილი?
2. რა გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდით (ამ ნაწილში ფასილიტატორი ყურადღებას ამახვილებს იმ სირთულეებზედაც, რომლებიც ხელოვნურად შეუქმნეს დასაქმების მსურველებს)?
3. დასაქმების მსურველებსა და დამსაქმებლებს: რით მოგხიბლათ ვაკანსიამ/კანდიდატმა? რა იყო მნიშვნელოვანი?
4. რომელი უნარ-ჩვევების გაუმჯობესებაა საჭირო დასაქმებისთვის? რატომ ფიქრობთ ასე?
5. თქვენი შეფასებით, რამდენად პროდუქტიულია დასაქმების ფორუმის ორგანიზება? რატომ ფიქრობთ ასე?

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს პროცესს – დასაქმების ფორუმი მნიშვნელოვანი ხელის შეწყობი სივრცეა დამსაქმებლისა და დასაქმებულისთვის. ფორუმის საშუალებით კომპანიები პოულობენ პოტენციურ კადრებს, ხოლო დასაქმების მსურველები ეცნობიან დასაქმების ბაზარსა და ძირითად მოთხოვნებს. წარმატებით დასაქმებისთვის საჭიროა მომზადება, დამატებითი უნარ-ჩვევების ქონა – ესაა თვითპრეზენტაციის, ეფექტური კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები. მნიშვნელოვანია, დამსაქმებელმაც შექმნას პოზიტიური გარემო, დაუსვას აპლიკანტს მიზნობრივი და ეთიკური კითხვები, ყურადღებით მოუსმინოს. დამსაქმებლის მიერ გაკეთებულ განაცხადში დეტალურად უნდა იყოს აღწერილი სამუშაოსთან დაკავშირებული ყველა დეტალი; ადეკვატურად განისაზღვროს სამუშაოს აღწერილობა, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება შრომითი უფლებები.

როლური თამაში „დასაქმების ფორუმი“ (დანართები)

პროფესიები: ბიზნესანალიტიკოსი, კორპორაციული გაყიდვების მენეჯერი, მცველი/დაცვის თანამშრომელი

1.

დასახელება: ბიზნესანალიტიკოსი
მომწოდებელი: თიბისი ბანკი
გამოქვეყნდა: 06 აპრილს/ვადის ამოწურვის თარიღი: 20 აპრილი
სს თიბისი ბანკი აცხადებს ვაკანსიას ბიზნესანალიტიკოსის (კორპორაციული სტრატეგიისა და ბიზნესის ანალიზის ჯგუფი) თანამდებობაზე. ვაკანსიის კოდი: VC5618 ადგილმდებარეობა: სათაო ოფისი, კორპორაციული და საინვესტიციო საბანკო ბიზნესი მოქმედების ვადა: კატეგორია: ფინანსები დასაქმების ტიპი: სრული განაკვეთი სამუშაო გრაფიკი: სტანდარტული გამოცდილების დონე: სპეციალისტი სამუშაოს აღწერა: თიბისი ბანკი საქართველოში ყველაზე დიდი ფინანსური ინსტიტუტი და ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი კომპანიაა, რომელიც ადამიანების ყოველდღიურობის მნიშვნელოვანი ნაწილია და ემსახურება მათ ციფრულად. დღეს თიბისი ბანკი ლონდონის საფონდო ბირჟაზე FTSE 250-ის ინდექსში არის ტრანსნაციონალური კომპანია 7000 თანამშრომლითა და რამდენიმე მილიარდიანი საკრედიტო პორტფელით. თიბისის კორპორაციული და საინვესტიციო საბანკო ბიზნესი (CIB) ბაზრის ლიდერია, N1 მოთამაშე და ფლობს მთლიანი კორპორაციული ბაზრის სესხების 43%-ს, გარანტიების 52%-ს, ხოლო დეპოზიტების – 38%-ს. ბოლო 3 წლის ზრდის მაჩვენებელია 29%. ბანკის ჭრილში ამ სექტორზე მოდის სასესხო პორტფელის 37% და დეპოზიტების 31%. ასევე წამყვანი პოზიციები უჭირავს ბაზარზე თიბისის Wealth Management-ის მიმართულებას დეპოზიტების პორტფელისა და მომხმარებელთა რაოდენობის კუთხით. აღნიშნული წამყვანი ბიზნესმიმართულება აცხადებს ვაკანსიას CIB & WM კორპორაციული სტრატეგიისა და ბიზნესის ანალიზის ჯგუფის ბიზნესანალიტიკოსის პოზიციაზე. ძირითადი მოვალეობები: ** CIB & WM-ის ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრის ტენდენციების და ბენჩმარკების ანალიზის მომზადება ** CIB & WM-ის ფინანსური და საოპერაციო შედეგების დეტალური ანალიზი სექტორის/კლიენტის/პროდუქტის დონეზე; ძირითადი დრაივერების და საუკეთესო და ცუდი პერფორმერების იდენტიფიკაცია და მუდმივი მონიტორინგი ** ბიზნესმიმართულებების მომგებიანობის, ზრდის, პენეტრაციის გაუმჯობესების გზების მოძიება

** ბიზნესმიმართულებებს შორის სინერგიის ეფექტების იდენტიფიცირება
** ბიზნესმიმართულებების ჩართულობით გრძელვადიანი სტრატეგიული გეგმის შემუშავებისა და შესაბამისი ბიზნესსტრატეგიის დოკუმენტის კონსოლიდაციაში

მონაწილეობის მიღება

** ბიზნესისა და სტრატეგიის პრეზენტაციების მომზადება

საკვალიფიკაციო მოთხოვნები:

** მინიმუმ 3-წლიანი სამუშაო გამოცდილება ფინანსების/ბიზნესანალიტიკის

მიმართულებით

** ბაკალავრის ხარისხი ბიზნესადმინისტრირების ან ფინანსების მიმართულებით

** Excel-ის და Power Point-ის მაღალ დონეზე ცოდნა, (Power BI-ის ცოდნა ჩაითვლება უპირატესობად)

** ინგლისური ენის მაღალ დონეზე ცოდნა

პიროვნული უნარ-ჩვევები:

** მაღალი მოტივაცია

** ლოგიკური და ანალიტიკური აზროვნების უნარი

** გუნდურად მუშაობის უნარი

** პრიორიტეტების სწორად განსაზღვრისა და დროის მართვის უნარი

** სტრესულ სიტუაციაში მუშაობის უნარი

** დეტალების მიმართ ყურადღების გამოჩენა

** მიზანდასახულობა და შედეგზე ორიენტირებულობა

** კომუნიკაბელურობა

** პრეზენტაციების ჩატარების უნარ-ჩვევები

გაცნობებთ, რომ სს „თიბისი ბანკი“ დაამუშავებს კანდიდატის პერსონალურ მონაცემებს ვაკანსიასთან კანდიდატის შესაბამისობის დადგენის მიზნით, „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნათა შესაბამისად. ინფორმაცია კანდიდატის შესახებ, შესაძლოა, დამუშავდეს ასევე სამომავლო ვაკანსიასთან კანდიდატის შესაბამისობის დადგენის მიზნით. ინფორმაცია კანდიდატის შესახებ ინახება არაუმეტეს 10 წლის ვადით. იმ შემთხვევაში, თუ არ გასურთ მონაცემთა შემდგომი დამუშავება, გასურთ მონაცემთა ცვლილება ან წაშლა, გთხოვთ, მოგვმართოთ.

სს „თიბისი ბანკი“ კანდიდატთა შერჩევის პროცესს ახორციელებს დისკრიმინაციის ყველა ფორმით აღმოფხვრის შესახებ კანონის მოთხოვნათა და პირთა მიმართ თანაბარი მოპყრობის პრინციპების დაცვით და გამორიცხავს პირთა მიმართ დისკრიმინაციას ნებისმიერი ნიშნით.

თქვენ მიმართ დისკრიმინაციული მოპყრობის შესახებ ვარაუდის შემთხვევაში, შეგიძლიათ, მოგვმართოთ: ცხელი ხაზი: 032 2 27 27 27 *1998.

დავუკავშირდებით მხოლოდ იმ პირებს, რომლებიც გაივლიან შერჩევის პირველ ეტაპს და მიენიჭებათ კანდიდატის სტატუსი.

განაცხადის შესატანად გთხოვთ, მიჰყევით ბმულს: <http://career.tbcbank.ge/Job/5618>

დასახელება: კორპორაციული გაყიდვების მენეჯერი
მომწოდებელი: Ofoodo
გამოქვეყნდა: 09 აპრილს/ვადის ამოწურვის თარიღი: 09 მაისი
Ofoodo აცხადებს ვაკანსიას კორპორაციული გაყიდვების მენეჯერის პოზიციაზე. Ofoodo სწრაფად მზარდი სტარტაპია, რეგიონული და გლობალური განვითარების გეგმებით. ციფრული პლატფორმა აერთიანებს online-რეზერვაციის, ადგილზე მიტანის, ადგილიდან გაყვამის და ელექტრონული QR-მენიუს ფუნქციონალს კვების ობიექტებისა და სასტუმროებისთვის ერთ სისტემაში. სამუშაო გრაფიკი: სრული სამუშაო ადგილი: თბილისი ანაზღაურება: ფიქსირებული (დამოკიდებულია კანდიდატის გამოცდილებაზე) + ბონუსური სისტემა ძირითადი მოვალეობები და ვალდებულებები: ** ახალი კორპორაციული კლიენტების მოძიება და მათთან გრძელვადიანი ურთიერთობის დამყარება ** არსებული კორპორაციული პარტნიორების შენარჩუნება მათთვის სრულყოფილი სერვისის შეთავაზების საშუალებით ** პარტნიორ კომპანიებთან მუდმივი მუშაობა და სხვადასხვა სახის გაყიდვების კამპანიებისა და სიახლეების დანერგვა ** კონკურენტი კომპანიების ანალიზი, ბაზრის მუდმივი კვლევა და რეკომენდაციების შემუშავება ახალი კლიენტების მოძიების მიზნით ** მარკეტინგის გუნდთან ერთად კამპანიების შემუშავება და დანერგვა ** კომპანიის პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებაზე მუშაობა საკვალიფიკაციო მოთხოვნები: ** ასაკი: 23-დან 45 წლამდე ** გაყიდვების ან მარკეტინგის სფეროში მუშაობის გამოცდილება ** ციფრულ პროდუქტებთან მუშაობის გამოცდილება ** სასურველია, დასაქმების მსურველს ჰქონდეს მიღებული განათლება ბიზნესის ადმინისტრირების, მენეჯმენტის და/ან მარკეტინგის მიმართულებით ** ეფექტური კომუნიკაციის, მოლაპარაკების და გაყიდვების წარმოების უნარი პიროვნული თვისებები: ** საქმიანობის ორგანიზებისა და დაგეგმვის უნარი ** დეტალებზე ორიენტირებულობა ** ანალიტიკური აზროვნების უნარი ** ეფექტური კომუნიკაციისა (დარწმუნების) და არგუმენტირების უნარი ** ეფექტური პრეზენტაციის ჩატარების უნარი ** სხარტი აზროვნება თუ ზემოაღნიშნულ მოთხოვნებს აკმაყოფილებთ, გთხოვთ, გამოაგზავნოთ თქვენი CV ფოტოსთან ერთად შემდეგ ელექტრონულ მისამართზე: vacancy@ofoodo.com და სათაურის ველში აუცილებლად მიუთითოთ ვაკანსიის დასახელება: „პროდუქტის განვითარების მენეჯერი“.

3.

მცველი/დაცვის თანამშრომელი

დასახელება: მცველი/დაცვის თანამშრომელი
მომწოდებელი: კერძო დაცვის სამსახური
გამოქვეყნდა: 14.04-ს/ ვადის ამოწურვის თარიღი: 10 მაისი
კერძო დაცვის სამსახური აცხადებს ვაკანსიას მცველის/დაცვის თანამშრომლის პოზიციაზე. სამუშაო გრაფიკი: 3 დღეში ერთხელ 24-საათიანი მორიგეობა (4-საათიანი დასვენებით – ძილი) ანაზღაურება: 300-500 ლარი (ხელზე ასაღები) დასაცავი ობიექტები მდებარეობს ქ. თბილისის შემდეგ რაიონებში: დიდუბე-ჩუღურეთი, ვაკე-საბურთალო, გლდან-ნაძალადევი, რუსთაველის გამზ., ავჭალა ძირითადი მოთხოვნები: ** სქესი: მამრობითი ** სპორტული აღნაგობა ** ასაკი: 20 წლიდან აუცილებელი უნარ-ჩვევები: ** ზრდილობიანი და კულტურული ** დისციპლინირებული ** გაწონასწორებული და თავდაჯერებული თუ თქვენ დაინტერესდით და აკმაყოფილებთ აღნიშნული ვაკანსიის მოთხოვნებს, 2021 წლის 14 აპრილიდან 2021 წლის 10 მაისის ჩათვლით გამოაგზავნეთ თქვენი რეზიუმე/CV (სასურველია ფოტოსურათთან ერთად) შემდეგ ელექტრონულ მისამართზე: cv.vacancy90@gmail.com ან დაგვიკავშირდით ტელეფონით: 595067638 წერილის თემის ველში მიუთითეთ პოზიციის დასახელება: „მცველი“ და თქვენი სახელი, გვარი.

36-ე სესია – როგორ მოვაშალოთ CV და სამოტივაციო წერილი

საკითხები	• თვითპრეზენტაცია, გასაუბრება, CV
მიზანი	• მოზარდებმა გაიგონ სამოტივაციო წერილისა და რეზიუმეს სტრუქტურა და მიიღონ აღნიშნული დოკუმენტების შედგენის გამოცდილება
მეთოდები	• სამუშაოს ძიება, რეზიუმეს შედგენა, სამოტივაციო წერილის შედგენა
რესურსები	დრო: 50 წთ დაფა, მარკერები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი

აქტივობა 1. თვითპრეზენტაცია (30 წთ)

მოზარდები გაიხსენებენ გასულ სესიებზე მათ მიერ შედგენილ პროფესიების ჩამონათვალს. ჯგუფში განიხილება, თუ რა ტიპის სამსახურებში საქმდებიან აღნიშნული პროფესიის ადამიანები. მსჯელობის დროს ფასილიტატორი ყურადღებას გაამახვილებს, როგორ მიმდინარეობს ვაკანსიის დაკავების მსურველთა კონკურსი. რა დოკუმენტების შედგენის ცოდნაა საჭირო იმისთვის, რომ მონაწილეობა მიიღო სხვადასხვა კონკურსში.

ფასილიტატორი აძლევს დავალებას მოზარდებს, დამოუკიდებლად დაფიქრდნენ შემდეგ საკითხებზე: 1. რა გამომდის ყველაზე კარგად (აქცენტი გაკეთდება პიროვნულ სიძლიერებზე, ტალანტზე)? 2. რა ინტერესი და მისწრაფება მაქვს?

აღნიშნული საკითხების გათვალისწინებით მოზარდები მოამზადებენ და გამართავენ პრეზენტაციებს.

ფასილიტატორი წინასწარ განუსაზღვრავს მოზარდებს დავალების მომზადების დროს, რადგან დროის მართვა აღნიშნული სავარჯიშოს მნიშვნელოვანი ნაწილია (სამუშაოს მომზადება – 10 წთ, წარდგენა – 1 წთ).

პრეზენტაციის დროს (1 წუთის) გასვლის შემდეგ თამაშს აგრძელებს მეორე მონაწილე და ასე გრძელდება აქტივობის დასრულებამდე.

შეჯამება: ფასილიტატორი განიხილავს თამაშს და ყურადღებას ამახვილებს წარდგენის კომპონენტსა და რეგლამენტზე. ის მოზარდებს უზიარებს ინფორმაციას თვითპრეზენტაციისთვის აუცილებელ ინსტრუმენტებზე, მათ შორის იმაზედაც, როგორ მოვაშალოთ რეზიუმე (CV) და სამოტივაციო წერილი.

აქტივობა 2. რეზიუმესა და სამოტივაციო წერილის შედგენა (20 წთ)

ფასილიტატორი წარადგენს საპრეზენტაციო ფაილს, რომელშიც მოკლედ იქნება მიმოხილული CV და სამოტივაციო წერილის სტრუქტურა, რის შემდეგაც ახალგაზრდები გაიყოფიან 2 ჯგუფად. პირველი ჯგუფის წევრები წარმოიდგენენ, რომ გამოცხადებულია ვაკანსია მათთვის სასურველ სამსახურში და შეადგენენ რეზიუმეს; ხოლო მეორე ჯგუფი იმავე ინ-

ფორმაციის გათვალისწინებით იმუშავენ სამოტივაციო წერილის მომზადებაზე. სავარჯიშოს შესრულებისთვის გამოიყოფა 20 წუთი.

სესიაზე განიხილება რამდენიმე ნიმუში.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის:

CV (რეზიუმე)

CV უნდა იყოს მაქსიმალურად ნათელი, ლაკონური, სტრუქტურულად გამართული დოკუმენტი, რომლის შედგენისას ყურადღება უნდა გაამახვილოთ თქვენს მიღწევებზე. სასურველია, ის არ იყოს ორ გვერდზე მეტი მოცულობის. შეეცადეთ, შეხედოთ თქვენს ტექსტს იმ მკითხველის თვალით, რომელსაც დროის უაღრესად მოკლე დროში უწევს მისი გაცნობა. შეუძლებელია, ყველა განაცხადისათვის შესაფერისი ერთი სტაბილური ფორმატის მქონე რეზიუმე გქონდეთ. ამიტომაც მისი მუდმივი მოდიფიცირება მიზანშეწონილია როგორც პირადი წინსვლის და ბიოგრაფიის გამდიდრების, ასევე კონკრეტული შემთხვევის (მიზნის, პროგრამის) შესაბამისად. CV არ უნდა იყოს დაწერილი პირველ პირში, არც თხრობით, ნარატიულ სტილში შედგენილი.

რეზიუმეზე მუშაობის დროს მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს თანმიმდევრობას. უპირველესად, იწერება პირადი ინფორმაცია (სახელი, გვარი, მისამართი, მოქალაქეობა), შემდეგ – **განათლების** შესახებ (თქვენი CV განკუთვნილია იმ ადამიანისთვის, რომელსაც, პირველ რიგში, ევალუება თქვენი განათლების დონის შეფასება. შესაბამისად, ეს დოკუმენტის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია). რეკომენდებულია ერთეულების ქრონოლოგიური უკუსვლით ჩამოწერა. შემდეგი პუნქტია **„წარმატებები და გამოცდილება“**.

„წარმატებებისა და გამოცდილების“ სექტორი შეგიძლიათ, ორად გაყოთ, გააჩნია, როგორ იქნება თქვენთვის ხელსაყრელი. თუ ამ თვალსაზრისით ბევრი არაფერი გაქვთ დასაწერი, ჯობს, შთაბეჭდილების გასაძლიერებლად მოაქციოთ ინფორმაცია ერთ კატეგორიაში.

CV-ს ეფექტი მკითხველზე გარკვეულწილად გაძლიერდება, თუ გაიაზრებთ შემდეგს: ყველანაირი მიღებული გამოცდილება (ოლიმპიადა, შეჯიბრება და ა.შ.) ყოველთვის „ტრიუმფალური“ და „მედლებიანი“ ვერ იქნება; ნურც მონათლავთ ასეთად, მაგრამ ნურც დააკნინებთ – გამოცდილება და პრაქტიკის გავლა ყოველთვის პოზიტიურია და, თუკი გაქვთ ასეთი რამ, გამოყავით ცალკე პუნქტად „გამოცდილება“!

CV-ში უხვად უნდა იყოს მოცემული გამოცდილება და პრაქტიკა; ის არ უნდა ჰგავდეს „სუპერმენის“ ბიოგრაფიას. დაივიწყეთ მცდელობა, თავი წარმოაჩინოთ იმაზე გამორჩეულ და შთაბეჭდავ პიროვნებად, ვიდრე ამას თქვენი ფორმალური სტატუსი მოითხოვს.

შემდეგ სექტორად გამოყოფენ ე.წ. Extracurricular activities-ს, ანუ იმ საქმიანობას, რომელიც სცდება ფორმალურ სასწავლო პროცესს და გულისხმობს ინტელექტუალურ, შემოქმედებით, საზოგადოებრივ აქტივიზმს.

ეს განსაკუთრებით მომგებიანია ხოლმე სამუშაო განაცხადისათვის. ამით საშუალება მიეცემა მკითხველს, შთაბეჭდილება შეექმნას თქვენზე, როგორც საზოგადოებრივად აქტიურ, ინიციატივიან, პერსპექტიულ ახალგაზრდაზე, რომელზედაც შეიძლება იმედების დამყარება. რაღა თქმა უნდა, ეს სექტორიც შეიძლება გაერთიანდეს „წარმატებებისა და გამოცდილების“ ან თუნდაც „ჰობის“ ნაწილთან, თუმცა, სასურველია, ცალკე გამოიყოს. ასევე ცალკე უნდა მიუთითოთ **უცხო ენების ცოდნა**.

ბევრთ ჩამოთვლილი სექტორები ძირითადი და აუცილებელია. როგორც წესი, „სპეციალური უნარ-ჩვევების“ (კომპიუტერთან მუშაობის უნარ-ჩვევების ფლობა და ა.შ.) და „ჰობის“ განყოფილებათა დართვა მეტ-ნაკლებად ინდივიდუალური არჩევნის საგანია, ამავე დროს, როგორც წესი, რეკომენდებული და სასურველი. ერთადერთი ამოცანაა, ამ საქმეშიც რაციონალურობა გამოიჩინოთ და პოტენციურ მკითხველს მი-აწოდოთ განაცხადის მიზნებთან მაქსიმალურად დაკავშირებული ინფორმაცია.

სამოტივაციო წერილი

ეს სტანდარტული დოკუმენტია, რომელსაც დამსაქმებელი ითხოვს. მასში უფრო დეტალურად, თხრობითი, არგუმენტირებული სტილით ასაბუთებთ თქვენს სურვილს (არა, უბრალოდ, სურვილს, არამედ იმას, თუ რატომ გსურთ – ასაბუთებთ საფუძველს, მოტივაციას!), დაიწყეთ მუშაობა ამა თუ იმ პოზიციამზე.

რა უნდა ჩაწეროთ სამოტივაციო წერილში?

- პირველ რიგში, უნდა მიუთითოთ წყარო, რომლიდანაც შეიტყვეთ ვაკანსიის შესახებ.
- დაასახელოთ ვაკანსია, რომლის დაკავების პრეტენდენტად მიიჩნევთ თავს.
- რატომ და რით არის საინტერესო აღნიშნული ვაკანსია თქვენთვის? მოკლედ ჩამოთვალეთ თქვენი მიღწევები წინა სამუშაო ადგილებზე/თანამდებობებზე მუშაობისას და აღნიშნეთ მათი კავშირი ვაკანტურ ადგილთან, რომლითაც ხართ დაინტერესებული. ასევე მიუთითეთ, რაზე გაამახვილებთ ყურადღებას მუშაობის პროცესში. თუ განაცხადი შეგაქვთ ახალ ან შემოქმედებით სპეციალობაზე, ექსპერტა აზრით, სასურველია, მოკლედ მოჰყვეთ, ცხოვრების რომელი სფეროები გიზიდავთ, როგორია თქვენი ინტერესები, ჰობი.
- მოკლედ და დამაჯერებლად განმარტეთ: იმ შემთხვევაში, თუ მიგიღებენ სამსახურში, თქვენი საქმიანობით რას შემატებთ კომპანიას. გახსოვდეთ: სამოტივაციო წერილის, ასე ვთქვათ, „მოტივაციის ნაწილში“, რომელშიც დასაბუთებულად მოუთხრობთ, თუ რატომ მიმართეთ კომპანიას, ასევე ჩამოთვლით თქვენს ადრინდელ მიღწევებს, პოტენციურ შესაძლებლობებს. მნიშვნელოვანია, მოკლედ და გასაგებად აღნიშნოთ, რომ იცნობთ კომპანიის საქმიანობის მიმართულებებს და ისინი საინტერესოა თქვენთვის; აგრეთვე დასძინოთ, თუკი კონკრეტულ სამუშაო ადგილს დაიკავებთ, რის შეთავაზება შეგიძლიათ კომპანიისთვის მის საკეთილდღეოდ მომავალში. დაიმახსოვრეთ: წერილის მოცულობა უნდა დაატიოთ A4 ფორმატის ფურცლის ერთ გვერდზე (მაქსიმუმია ორი გვერდი). ეცადეთ, მოკლედ და კონკრეტულად გამოხატოთ აზრი და მოერიდოთ ზოგად ფრაზებს. არ გაიმეოროთ რეზიუმეში/CV-ში გადმოცემული ინფორმაცია. ამის ნაცვლად, უძგოებსია, ხაზი გაუსვათ განათლებისა და პროფესიული გამოცდილების მხოლოდ იმ ნაწილს, რომელიც მიესადაგება კომპანიის/ფირმის საქმიანობას.
- ტექსტი დაყავით რამდენიმე (3–4) აბზაცად; თითოეულ აბზაცში ასახეთ განსხვავებული შინაარსის საჭირო ინფორმაცია.
- პირველ აბზაცში, როგორც ითქვა, მიუთითეთ ვაკანსიის თაობაზე ინფორმაციის მიღების წყარო. მაგალითად, აღნიშნეთ, რომ ოფისის მენეჯერის ვაკანსიის შესახებ შეიტყვეთ კომპანიის საიტიდან და გამოთქვამთ იმედს, რომ მის მესვეურებს, კომპანიის განვითარების მისწრაფებიდან გამომდინარე, დააინტერესებთ თქვენი კანდიდატურა.
- მეორე აბზაცში აღწერეთ თქვენი გამოცდილება და კვალიფიკაცია, ჩამოთვალეთ შემავალიანებული მოტივები, რომლებმაც გადაგაწყვეტინეს, გამხდარიყავით ამ თანამდებობის დაკავების პრეტენდენტი. მაგალითად, ხაზი გაუსვით იმას, რომ მონაცემთა ბაზებზე, დოკუმენტებზე მუშაობის, ინფორმაციის მიღებისა და გადაცემის, თათბირების მომზადების, წინა ფირმის მომხმარებლებთან, უშუალოდ ფირმის თანამშრომლებთან და ხელმძღვანელობასთან სამსახურებრივი ურთიერთობის გამოცდილებამ შეგიქმნათ იმ ფირმაში წარმატებული და შედეგიანი საქმიანობის საფუძველი; რომ ვაკანტური თანამდებობისათვის განსაზღვრული მოვალეობებისა და მოთხოვნების ყურადღებით გაცნობის შედეგად შეძლებთ მაღალკვალიფიციურად, პირნათლად შეასრულოთ დაკისრებული მოვალეობები (თუ შესაძლებელია, დააკონკრეტეთ ისინი) და კომპეტენციის შესატყვისი საქმიანობით ხელი შეუწყოთ კომპანიას წარმატების მიღწევაში. აღნიშნეთ, რომ გააგრძელებთ თქვენი პროფესიული ცოდნის გაღრმავებასა და უნარ-ჩვევების დახვეწას, რათა მომავალში მოგეცეთ სამსახურებრივი ზრდის პერსპექტივა, რაც, თავისთავად, სასიკეთო გავლენას მოახდენს თქვენს ანაზღაურებაზე.

არ გაგიკვირდეთ, მაგრამ მნიშვნელობა აქვს იმასაც, თუ როგორ გამოიყურება თქვენი წერილი. ნაბეჭდი უნდა იყოს ხარისხიანი, შეცდომების გარეშე. არ გამოგრიხეთ დოკუმენტზე ხელის მოწერა. თქვენი და მიმღების მისამართები უნდა იყოს მითითებული სრულად და უშეცდომოდ. თუ ვაკანსიის თაობაზე ინფორმაციის მიღების ოფიციალურ წყაროდ ან საკონტაქტო პირად მიუთითებთ კონკრეტულ კომპეტენტურ ადამიანს, ზუსტად აღნიშნეთ მისი სტატუსი და სამსახურებრივი მონაცემები, რათა გამორიცხოთ არასასურველი გაუგებრობა.

სამოტივაციო წერილის შედგენისას გამოიყენეთ არა ნორმებისგან თავისუფალი ყოველდღიური სამეტყველო ენა, არამედ წერის აკადემიური სტილი. წერილი უნდა შეადგინოთ მიზნობრივად, იმ კონკრეტული ორგანიზაციის მონაცემების გათვალისწინებით, რომელსაც ამჯერად მიმართავთ. დაუშვებელია წინა წერილებიდან შეუსაბამო ინფორმაციის ან ფორმულირების მექანიკური გადმოტანა. მიმღები შეამჩნევს და დააფასებს, რომ თქვენ სერიოზულად ემზადდებით დოკუმენტების შესატანად უშუალოდ მათ კომპანიაში, აგრეთვე იმას, რომ გაეცანით მათ საქმიანობას და სერიოზულად ხართ დაინტერესებული, დასაქმდეთ ამ ადგილას.

სამოტივაციო წერილის ერთ-ერთი ტიპური ნიმუში

კომპანიის სახელწოდება

ადრესატის თანამდებობა, სახელი და გვარი
(ანუ ვის მიმართავთ) პატივცემულო

მე დამაინტერესა თქვენი კომპანიის მიერ თანამდებობაზე გამოცხადებულმა ვაკანსიამ, რომელიც გამოქვეყნებული იყო (მიუთითეთ სად, მაგალითად, საიტზე www).

აღნიშნული ვაკანსია ჩემთვის მიმზიდველია (არგუმენტირებულად, დამაჯერებლად დაასაბუთეთ, რით დაგაინტერესათ ვაკანსიამ).

დღეისათვის მე მაქვს (აქ დააზუსტეთ, რა სახის, მაგალითად, ადმინისტრაციული თუ სხვა) მუშაობის (მაგალითად, 3 წლის) (დააზუსტეთ მდიდარი, მნიშვნელოვანი თუ საკმარისი) პრაქტიკული გამოცდილება. უფრო დეტალურად ჩემი პირადი მონაცემები მითითებული მაქვს თქვენთვის წარდგენილ რეზიუმეში (CV- ში).

მიუხედავად იმისა, რომ არ გამაჩნია გამოცხადებულ თანამდებობაზე (აქ მიუთითეთ თანამდებობრივი ფუნქცია, საქმიანობის მიმართულება ან საკითხები) მუშაობის დიდი გამოცდილება (აქ აღნიშნეთ, მაგალითად: ამ ვაკანსიით გათვალისწინებული ფუნქციებისა თუ საქმიანობის საკითხების დაზუსტებისა და შესწავლის შედეგად, ან დაასახელეთ სხვა არგუმენტი), დარწმუნებული ვარ, შეიძლება ვიყო შესაფერისი კანდიდატი (მიუთითეთ სახელწოდება) თანამდებობაზე.

შემდგომში წარმატებით გავართმევ თავს სამსახურებრივი (დაასახელეთ) მოვალეობების შესრულებას, ვინაიდან (აქ დაასაბუთეთ დამაჯერებელი არგუმენტით, კარიერის რომელი ეტაპიდან გააკეთებთ ამას, ან იმიტომ, რომ უკვე გაიარეთ, ან უკვე ამთავრებთ სპეციალური ტრენინგისა თუ სტაჟირების გავლას, მოიყვანეთ ასევე სხვა დამაჯერებელი არგუმენტი). ვფიქრობ, (აქ მიუთითეთ: პროფესიის/სპეციალობის) თეორიული ცოდნა, აგრეთვე (მიუთითეთ, რაში) შეძენილი პრაქტიკული უნარ-ჩვევები შეიძლება გათვალისწინებულ იქნეს საკმარის არგუმენტად (მიუთითეთ სახელწოდება) ვაკანტურ თანამდებობაზე ჩემი კანდიდატურის განხილვისას.

დადებითი პასუხის იმედით,

თქვენი სახელი და გვარი
თქვენი საკონტაქტო მონაცემები

ან სამოტივაციო წერილს შეიძლება ჰქონდეს შემდეგი სახე:

ქალბატონო/ ბატონო

ვითვალისწინებ რა იმ ვალდებულებებს, რომლებიც ეკისრება ფინანსებისა და საბანკო საქმის სპეციალისტს, ასევე, საკუთარ გამოცდილებას ამ სფეროში, გთავაზობთ ჩემს კანდიდატურას აღნიშნულ ვაკანსიაზე.

წარმოგიდგენთ მოკლე ინფორმაციას ჩემი პროფესიული უნარ-ჩვევების შესახებ (ეს ინფორმაცია რეზიუმეში დაწვრილებით არის გადმოცემული):

1. წინა სამუშაო ადგილზე ვხელმძღვანელობდი გაყიდვების განყოფილებას – დაწყებული კონსულტაციის გაწევით, დამთავრებული ხელშეკრულებების გაფორმებით. საკმაო გამოცდილება შევიძინე პრეტენდენტების მოძიების, შერჩევისა და არსებული რესურსების სწორად განაწილების სფეროში. ვხელმძღვანელობდი ასევე სტუდენტების სტაჟირების პროგრამას.

2. დიდი გამოცდილება მაქვს კლიენტებთან მოლაპარაკებებისა და ხელშეკრულებების გაფორმების სფეროში. მიღებული განათლება და გამოცდილება მაძლევს საშუალებას, თამამად განვაცხადო, რომ შემიძლია, მაღალ დონეზე ვუხელმძღვანელო თქვენს ფილიალს და მზად ვარ, ჩემი წვლილი შევიტანო კომპანიის მიერ წარმატების მიღწევაში. მაღლობას მოგახსენებთ დათმობილი დროისა და ყურადღებისთვის.

პატივისცემით,

37-ე სესია – არაპოპულარული პროფესიები

საკითხები	• არაპოპულარული პროფესიების შესახებ ჩატარებული კვლევის შედეგების განხილვა • პროფესიების მიმოხილვა
მიზანი	• ინფორმაციის მიწოდება მოსწავლეებისთვის არაპოპულარული და მივიწყებული პროფესიების შესახებ და საყოველთაო კეთილდღეობისთვის მათი მნიშვნელობის გააზრება
მეთოდები	• ვიდეორგოლების განხილვა • დისკუსია
რესურსები	დრო: 60 წთ დაფა, ყუთი, მარკერები, თაბახის ფურცლები, ფლიპჩარტი, კომპიუტერი, პროექტორი (დანართი 1)

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. სამუშაო ბაზრის მოთხოვნა (15 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, ჩამოთვლილი პროფესიებიდან 5 წუთის განმავლობაში გამოკვეთონ 3 პრიორიტეტული, რომლებსაც აირჩევდნენ, და დაასაბუთონ, რატომ შეაჩერეს არჩევანი დასახელებულ პროფესიებზე. მომდევნო 5 წუთის განმავლობაში მოაწყობენ მცირე პრეზენტაციებს.

აქტივობა 2. სტატისტიკური მონაცემების გაცნობა (10 წთ)

აღნიშნული აქტივობის შემდეგ ფასილიტატორი აცნობს მოსწავლეებს სტატისტიკურ მონაცემებს 2020 წლის ერთიანი ეროვნული გამოცდების შესახებ, კერძოდ:

- 2020 წლის ერთიანი ეროვნულ გამოცდებზე დარეგისტრირდა 39 300-ზე მეტი აბიტურიენტი;
- აბიტურიენტებს შეეძლოთ, სხვადასხვა უნივერსიტეტში აერჩიათ 500-ზე მეტი პროგრამა/მიმართულება.

მიმართულება	პირველ ადგილას მითითებული არჩევანი	სულ განმცხადებელი
აგრონომია/აგროინჟინერია/აგროარული მეცნიერებები	685	8098
არქეოლოგია	221	4883
გეოლოგია	168	493
ენერგეტიკა და ელექტროინჟინერია	328	1607
ვეტერინარია	115	414
სასურსათო ტექნოლოგია	461	4219
მეტალურგია/მექანიკა	27	855
მშენებლობა	419	2907
საგზაო ინჟინერია/ტრანსპორტი	18+ 86	528-1290
საექთნო საქმე	37	630
ინჟინერია/საინჟინრო მენეჯმენტი	200	2818
* შედარებისთვის – საერთაშორისო ურთიერთობები	1140	25685

საქსტატის მონაცემებით, 2020 წელს უნივერსიტეტების კურსდამთავრებულთა რიცხვი ბაკალავრის საფეხურზე ასეთია:

- სოფლის მეურნეობა – 92
- საინჟინრო, გადამამუშავებელი და სამშენებლო დარგები – 70

ინფორმაციის გაზიარების შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, 5 წუთის განმავლობაში ბრეინშტორმინგის მეთოდის გამოყენებით დაასახელონ მიზეზები, რამ განაპირობა შედეგი, რომელიც მე-2 სლაიდზე (იხ. ზემოთ) ჩანს.

ფასილიტატორი მოსწავლეებს სთხოვს, შეასრულონ მცირე დავალება და 5 წუთის განმავლობაში აღნიშნონ 5 მთავარი ფაქტორი, რომლებიც მნიშვნელოვანი იქნება მათთვის სამსახურის შერჩევის პროცესში.

- ხელფასი
- სამუშაოს სტაბილურობა
- დაწინაურების შესაძლებლობა
- სამუშაოში თქვენ მიერ შეტანილი წვლილის აღიარება
- ახალი უნარ-ჩვევების განვითარების შესაძლებლობა
- სხვებისთვის რჩევის მიცემის, სწავლების შესაძლებლობა
- შემოქმედებითი სამუშაო
- დამოუკიდებელი მუშაობის შესაძლებლობა
- სხვების მუშაობაზე ზედამხედველობის შესაძლებლობა
- შესაძლებლობა, გახდეთ საზოგადოებისათვის ცნობადი

დავალების შესრულების შემდეგ ფასილიტატორი აჯამებს სავარჯიშოს და დაფაზე თითოეულ ფაქტორს უწერს დაგროვილი ხმების რაოდენობას.

აქტივობა 3. პროფესიების გაცნობა (35 წთ)

ფასილიტატორი მოსწავლეებს აჩვენებს ვიდეორგოლებს (www.myprofession.gov.ge) და ეუბნება, რომ შეუძლიათ, შეარჩიონ ინფორმაცია სხვადასხვა პროფესიის შესახებ (ფარმაცევტიკა, სოციოლოგია, კომპიუტერული ინჟინერია და სხვ.). შემდეგ სვამს კითხვებს:

1. იყო თუ არა თქვენთვის სიახლე სხვადასხვა სახის ინფორმაცია, რომელიც მიიღეთ ვიდეორგოლის ნახვის პროცესში?
2. აკმაყოფილებდა თუ არა ვიდეომასალაში განხილული პროფესიები იმ მოთხოვნებს, რომლებიც თქვენ ჩამოწერეთ წინა სავარჯიშოს შესრულების დროს? დაემთხვა თუ არა რომელიმე? რომელი?

შეჯამება: ფასილიტატორი აჯამებს შეხვედრას და აღნიშნავს, რომ, იმ შემთხვევაში, თუ ახალგაზრდა წინასწარ საფუძვლიანად გაეცნობა დიდძალ ინფორმაციას პროფესიების შესახებ და ექნება ადეკვატური წარმოდგენა თავის სავარაუდო მომავალთან დაკავშირებით, გაცილებით გაადვილდება ისეთი მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღება, როგორიცაა პროფესიის არჩევა. შემდეგ კი ის მოსწავლეებს ყოფს 5 ჯგუფად და აცნობს დავალებას: **თითოეულმა ჯგუფმა მომდევნო შეხვედრისთვის მოიძიოს თემში თითო ადამიანი, რომლებიც, მათი აზრით, არიან მივიწყებული ან არაპოპულარული პროფესიების წარმომადგენლები და ჩაწერონ მათთან ვიდეოინტერვიუ შემდეგი კითხვების გამოყენებით:**

1. გთხოვთ, გვიამბოთ, რატომ აირჩიეთ ეს პროფესია?
2. გთხოვთ, გვითხრათ, რა სირთულეები ახლავს თან ამ პროფესიის არჩევას?
3. ურჩევდით თუ არა ახალგაზრდებს ამ პროფესიის არჩევას და რატომ?
4. დღეს რომ იღებდეთ გადაწყვეტილებას, ისევ ამ პროფესიას აირჩევდით? რატომ?
5. რა ფაქტორები უნდა გაითვალისწინოს დღესდღეობით ახალგაზრდამ, სანამ ის სამომავლო პროფესიას აირჩევს?

38-ე სესია – პრეზენტაციების განხილვა

საკითხები	• მივიწყებული და არაპოპულარული პროფესიები
მიზანი	• არაპოპულარული პროფესიების წარმომადგენლებთან ჩატარებული ვიდეოინტერვიუების პრეზენტაციის გაცნობა და განხილვა
მეთოდები	• კონტექსტური მაგალითების განხილვა
რესურსები	დრო: 50 წთ კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. დავალების განხილვა (50 წთ)

ფასილიტატორი სთხოვს ჯგუფებს, წარმოადგინონ საკუთარი ვიდეოინტერვიუ. თითოეული მათგანის განხილვის შემდეგ ფასილიტატორი სვამს კითხვებს:

- იყო თუ არა რაიმე სიახლე თქვენთვის ამ ვიდეომასალაში? იცნობდით ამ პროფესიას?
- რამდენად მნიშვნელოვანია ვიდეორგოლის გმირის პროფესია საზოგადოების ნორმალური ფუნქციონირებისთვის?
- თქვენი აზრით, როგორ შეიძლება ამ პროფესი(ებ)ით ადამიანების დაინტერესება?
- რა რჩევას მისცემდით სახელმწიფო ორგანოებს, როგორ შეიძლება გააჩინონ მოტივაცია ადამიანებში, რომ ისინი უფრო მეტად დაინტერესდნენ ამ პროფესი(ებ)ით?

39-ე სესია – როგორ ჩავატაროთ კვლევა?

საკითხები	• კვლევის მიზნისა და ამოცანების ფორმულირება; კვლევის ინსტრუმენტის შედგენა
მიზანი	• მოსწავლეებში კვლევითი უნარების გაძლიერება
მეთოდები	• ჯგუფური აქტივობა • მინილექცია
რესურსები	დრო: 60 წთ კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. ვარაუდების გამოთქმა (5 წთ)

ფასილიტატორი ეკითხება მოსწავლეებს, თუ რა არის კვლევა. ეს არის კონკრეტული საკითხის დაწვრილებით, ბოლომდე შესწავლა; შემდეგ კი განმარტავს, თუ რაში გვჭირდება კვლევა.

აქტივობა 2. მინილექცია (10 წთ)

ფასილიტატორი განმარტავს, თუ რაში გვჭირდება კვლევა; შემდეგ მოსწავლეებს აჩვენებს საფეხურებს, რომელთა გავლაც აუცილებელია კვლევის დაგეგმვის პროცესში:

- ვირჩევთ თემას;
- განვსაზღვრავთ მიზნებსა და ამოცანებს;
- ვქმნით კითხვარს და ვატარებთ ინტერვიუებს;
- ვწერთ ანგარიშს.

ამის შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, იმსჯელონ, რას გულისხმობს/მოიცავს, მათი აზრით, თითოეული საფეხური.

აქტივობა 3. კვლევის პროექტის შედგენა (45 წუთი)

ფასილიტატორი განსაზღვრავს კონკრეტული კვლევის მთავარ საკითხს (5 წთ). აქტივობის საწყის ეტაპზე ის მიმართავს მოზარდებს და სთხოვს, დაასახელონ მათთვის საინტერესო საკითხები, მაგალითად: ადამიანის უფლებები, დამოკიდებულებები გენდერული თანასწორობის მიმართ, სტერეოტიპების გავლენა პროფესიული არჩევნის გაკეთების პროცესში და ა.შ. მოზარდების მიერ გამოთქმულ საკითხებს ფასილიტატორი ინიშნავს ფლიპჩარტზე.

საკითხების გამოვლენის შემდეგ ის უნდა დაეხმაროს მოსწავლეებს, მივიდნენ მთავარ მიზნამდე (იქამდე, რის გაგება და დაზუსტება გვსურს ამ კვლევით), და 10 წუთის განმავლობაში ეხმარება მათ მიზნის ჩამოყალიბებაში.

კვლევის მიზნების მაგალითები:

- ა. იმ პროფესიების გამოვლენა, რომელთა ფლობაც ადამიანის მიერ დაეხმარება თემს არსებული საჭიროებების დაკმაყოფილებაში;
- ბ. იმ ფაქტორების გამოვლენა, რომლებიც ხელს უწყობს სკოლის მოსწავლეებს, გააკეთონ სწორი პროფესიული არჩევანი.

მიზნის განსაზღვრის შემდეგ ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, 5 წუთის განმავლობაში გაიხსენონ, რა ძირითადი ინფორმაციის მიღებით მიაღწევნენ მიზანს, და ეხმარება მათ, წერილობით ჩამოაყალიბონ კვლევის ამოცანები (მაქსიმუმია 3 ამოცანა); მაგალითად: თემის საჭიროებების გამოვლენა, თემში მცხოვრები ახალგაზრდების ინტერესების იდენტიფიცირება, რეგიონში მოქმედი პროფესიული კოლეჯის (კოლეჯების) პროგრამების გაანალიზება.

კვლევის პროექტის მაგალითი:

კვლევის მიზანი: იმ ფაქტორების გამოვლენა, რომლებიც ხელს უწყობს სკოლის მოსწავლეებს, გააკეთონ სწორი პროფესიული არჩევანი

ამოცანები:

1. არსებული პროფესიების შესახებ რესპონდენტების ინფორმირებულობის დონის განსაზღვრა
2. კარიერული დაგეგმვისა და პროფესიული ორიენტაციის პროცესში სკოლის როლის განსაზღვრა

კვლევის მეთოდოლოგია: რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი, გამოკითხვა, ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი

სამიზნე ჯგუფი: მე-10 და მე-11 კლასების მოსწავლეები და სკოლის დირექტორები (120 მოსწავლე, 3 სკოლის დირექტორი)

აქტივობის მეორე ნახევარში ფასილიტატორი ამზადებს მოსწავლეებს კითხვების ჩამოწერისთვის და 5 წუთის განმავლობაში ესაუბრება მათ კითხვების სახეობებსა და მათი შედგენის პროცესის თავისებურებებზე.

კითხვები არის ღია და დახურული. ღია კითხვა, როცა კითხვას არ ახლავს პასუხების ჩამონათვალი და რესპონდენტმა თავად უნდა დაწეროს პასუხი. დახურულია კითხვა, როცა მას ახლავს პასუხების ვარიანტები და მონაწილემ უნდა შემოხაზოს ერთი ან რამდენიმე მისთვის სასურველი პასუხი. არსებობს სკალები, როცა რესპონდენტს ვთავაზობთ 5 ან 7-ქულიან სკალას, რომელზედაც თითოეულ რიცხვს აქვს თავისი მნიშვნელობა და რესპონდენტმა თავად უნდა აირჩიოს რიცხვი.

როგორ დავსვათ კითხვები?

- ერთ კითხვაში არ უნდა იყოს მოქცეული ორი კითხვა;
- კითხვა უნდა იყოს მარტივი და ყველასთვის გასაგები;
- კითხვები ლოგიკურად უნდა ებმოდეს ერთმანეთს.

ფასილიტატორი სთხოვს მოსწავლეებს, მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე 20 წუთის განმავლობაში ჩამოწერონ კითხვები. საბოლოოდ შედგება კვლევის ინსტრუმენტი – კითხვარი.

ინფორმაცია ფასილიტატორისთვის: ფასილიტატორმა ლოგიკურად უნდა მიიყვანოს მოსწავლეები კითხვარის იმ ფორმამდე, რომელიც მოცემულია მაგალითის სახით. შესაძლებელია კითხვების დამატება, თუმცა სასურველია, არ გამოტოვოთ არცერთი კითხვა. კითხვარის მოცულობა არ უნდა აღემატებოდეს 20 კითხვას.

კვლევის ინსტრუმენტის მაგალითები:

კვლევის კითხვარის 1-ელი მაგალითი:

კითხვარს უნდა ახლდეს შესავალი – ვინ ხართ, რას იკვლევთ და რატომ:

მოგესალმებით, მე ვარ (სახელი და გვარი, სკოლის დასახელება), სკოლის მეწარმეობის კლუბის წევრი. ჩვენ ვატარებთ კვლევას, რომლის მიზანია იმ პროფესიების გამოვლენა, რომელთა ფლობაც თემს დაეხმარება არსებული საჭიროებების დაკმაყოფილებაში. თქვენი მონაწილეობა კვლევაში მნიშვნელოვანია. კითხვარის შევსებას დასჭირდება 10 წუთი. თქვენ მიერ გაცემული ინფორმაცია იქნება კონფიდენციალური (არ გასაჯაროვდება).

კითხვარი 18 წლის და უფროსი ასაკის პირებისთვის

1. გთხოვთ, ჩაწეროთ თქვენი ასაკი.

2. სქესი
 1. მდედრობითი
 2. მამრობითი
3. გთხოვთ, მიუთითოთ თქვენი პროფესია.

4. ხართ თუ არა დასაქმებული?
 1. დიახ
 2. არა
5. ხართ თუ არა დასაქმებული თქვენი ძირითადი პროფესიით?
 1. დიახ
 2. არა
6. გთხოვთ, ჩაწერეთ, ახლა რომ გქონდეთ მისაღები გადაწყვეტილება, რომელ პროფესიას, რომელ დარგს აირჩევდით?

7. თქვენი დაკვირვებით, რომელია დღესდღეობით მოთხოვნადი პროფესიები (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?
 1. ექიმი
 2. იურისტი
 3. ფილოლოგი

4. დიპლომატი
5. ეკონომისტი
6. კულინარი
7. სტილისტი
8. მკერავი
9. ინჟინერი
10. მექანიკოსი
11. ვეტერინარი
12. გეოლოგი
13. მშენებელი
14. აგრონომი
15. სხვა (ჩაწერეთ) _____

8. თქვენი დაკვირვებით, თქვენს თემში/სოფელში რომელი დარგებია განვითარებული (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. მეცხოველეობა
2. მევენახეობა
3. მეტყევეობა
4. ვაჭრობა
5. ვეტერინარია
6. მშენებლობა
7. აგრონომია
8. სხვა (ჩაწერეთ) _____

9. დამატებით რომელი დარგების განვითარება არის შესაძლებელი თქვენს თემში/სოფელში (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. მეცხოველეობა
2. მევენახეობა
3. მეტყევეობა
4. ვაჭრობა
5. ვეტერინარია
6. მშენებლობა
7. აგრონომია
8. სხვა (ჩაწერეთ) _____

10. რა შეუწყობდა ხელს თქვენ მიერ დასახელებული დარგების განვითარებას (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. სახელმწიფო პროგრამები (დაბალპროცენტიანი სესხი/ფულადი დახმარება/სუბსიდირება)
2. კვალიფიციური კადრების არსებობა
3. ახალგაზრდების დაინტერესება
4. მაღალი ანაზღაურება
5. სხვა (ჩაწერეთ) _____

11. ფლობთ თუ არა ინფორმაციას, რა დისციპლინები (მიმართულებები) ისწავლება რეგიონში არსებულ კოლეჯში (კოლეჯებში)?

1. დიახ
2. არა

12. თქვენ რომ იყოთ გადაწყვეტილების მიმღები პირი, რომელ მიმართულებებს გააძლიერებდით პროფესიულ სასწავლებელში (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. მეცხოველეობა
2. მევენახეობა
3. მეტყვეობა
4. ვაჭრობა
5. ვეტერინარია
6. მშენებლობა
7. აგრონომია
8. სხვა (ჩაწერეთ) _____

კითხვარი სკოლის მოსწავლეებისთვის

1. გთხოვთ, ჩაწეროთ თქვენი ასაკი.

2. სქესი
 1. მდედრობითი
 2. მამრობითი
3. არჩეული გაქვთ თუ არა სამომავლო პროფესია?
 1. დიახ
 2. არა (გადადით მე-7 კითხვაზე)
4. თუ არჩეული გაქვთ, გთხოვთ, ჩაწეროთ, რომელი?

5. რამ გამოიწვია ამ პროფესიით თქვენი დაინტერესება (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?
 1. პროფესიის პრესტიჟულობა
 2. მაღალი ანაზღაურება
 3. დასაქმების მრავალფეროვანი შესაძლებლობა
 4. ინტერესი კონკრეტული საგნის/სფეროს მიმართ
 5. სხვა (ჩაწერეთ) _____
6. კმაყოფილი არიან თუ არა თქვენი ოჯახის წევრები თქვენი არჩევნით?
 1. დიახ
 2. არა
7. თქვენი დაკვირვებით, რომელია დღესდღეობით მოთხოვნადი პროფესიები (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?
 1. ექიმი
 2. იურისტი
 3. ფილოლოგი
 4. დიპლომატი
 5. ეკონომისტი
 6. კულინარი
 7. სტილისტი
 8. მკერავი
 9. ინჟინერი
 10. მექანიკოსი
 11. ვეტერინარი

12. გეოლოგი
13. მშენებელი
14. აგრონომი
15. სხვა (ჩაწერეთ) _____

8. თქვენი დაკვირვებით, თქვენს თემში/სოფელში რომელი დარგებია განვითარებული (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. მეტყვეობა
2. ვაჭრობა
3. ვეტერინარია
4. მშენებლობა
5. აგრონომია
6. სხვა (ჩაწერეთ) _____

9. დამატებით რომელი დარგების განვითარება არის შესაძლებელი თქვენს თემში/სოფელში? (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. მეტყვეობა
2. ვაჭრობა
3. ვეტერინარია
4. მშენებლობა
5. აგრონომია
6. სხვა (ჩაწერეთ) _____

10. რა შეუწყობდა ხელს თქვენ მიერ დასახელებული დარგების განვითარებას (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. სახელმწიფო პროგრამები (დაბალპროცენტიანი სესხი/ფულადი დახმარება/სუბსიდირება)
2. კვალიფიციური კადრების არსებობა
3. ახალგაზრდების დაინტერესება
4. მაღალი ანაზღაურება
5. სხვა (ჩაწერეთ) _____

11. ფლობთ თუ არა ინფორმაციას, რა დისციპლინები (მიმართულებები) ისწავლება რეგიონში არსებულ კოლეჯში (კოლეჯებში)?

1. დიას
2. არა

12. თქვენ რომ იყოთ გადაწყვეტილების მიმღები პირი, რომელ მიმართულებებს გააძლიერებდით პროფესიულ სასწავლებელში (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. მეცხოველეობა
2. მევენახეობა
3. მეტყვეობა
4. ვაჭრობა
5. ვეტერინარია
6. მშენებლობა
7. აგრონომია
8. სხვა (ჩაწერეთ) _____

13. გსურთ თუ არა, სწავლა გააგრძელოთ პროფესიულ სასწავლებელში?

1. დიას.

2. დიახ, მაგრამ მხოლოდ უმაღლესი სასწავლებლის დამთავრების შემდეგ ან იქ სწავლის პარალელურად.
3. არა, უმაღლეს სასწავლებელში ვაბარებ.
4. არა, საერთოდ არ ვაპირებ სადმე ჩაბარებას.

მადლობა თანამშრომლობისთვის!

კვლევის კითხვარის მე-2 მაგალითი:

კითხვარი სკოლის ადმინისტრაციის წარმომადგენლებისთვის

1. გთხოვთ, მონიშნოთ თქვენი სამუშაო პოზიცია.
 1. სკოლის დირექტორი
 2. სკოლის ადმინისტრაციის წარმომადგენელი
2. გთხოვთ, ჩაწეროთ, რომელ სკოლას წარმოადგენთ.

3. გთხოვთ ჩაწეროთ, რამდენი მოსწავლეა თქვენს სკოლაში.

4. როგორ ფიქრობთ, რა როლს თამაშობს სკოლა მოსწავლის მიერ პროფესიული არჩევის გაკეთების პროცესში?

5. დანერგილია თუ არა თქვენს სკოლაში კარიერული განვითარებისა და პროფესიული ორიენტაციის პროგრამა?
 1. დიახ
 2. არა
 3. ნაწილობრივ
6. რა აქტივობები ხორციელდება თქვენს სკოლაში კარიერული განვითარებისა და პროფესიული ორიენტაციის მიმართულებით (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?
 - ✓ სამუშაო შეხვედრები კარიერის შესახებ კონსულტირების მიზნით;
 - ✓ არსებობს არჩევითი საგანი ან/და სასკოლო კლუბი, რაც მიზნად ისახავს მოზარდებთან პროფესიული ორიენტაციის მიმართულებით მუშაობას;
 - ✓ სასკოლო პროექტების განხორციელება, რომელთა ფარგლებშიც განსაზღვრულია შეხვედრები სხვადასხვა პროფესიის წარმომადგენლებთან;
 - ✓ საერთო ინტერესების მქონე მოზარდების შეხვედრები სხვადასხვა პროფესიის წარმომადგენლების მოწვევისა და პროფესიების განხილვის მიზნით ;
 - ✓ ვიზიტები სხვადასხვა უწყებასა და სამსახურში სამუშაოს სპეციფიკის გაცნობის მიზნით;
 - ✓ კონსულტანტის მიერ რჩევების მიცემა მოსწავლეებისთვის, რაც მათ დაეხმარება, შეარჩიონ სასწავლებელი მომდევნო საფეხურზე სწავლის გასაგრძელებლად;
 - ✓ ფსიქოლოგის ან კარიერის დაგეგმვის კონსულტანტის მომსახურება;

- ✓ მოსწავლეებისთვის მრავალფეროვანი აქტივობების ორგანიზებისა და მათში მონაწილეობის მიღების შესაძლებლობის შექმნა;
- ✓ მოსწავლეებისთვის CV-ს შექმნაში დახმარება;
- ✓ მოსწავლის პორტფოლიოს წარმოება, რომელშიც ასახული იქნება მასალები სასკოლო სივრცეში განხორციელებული აქტივობების შესახებ; კონკრეტული უნარ-ჩვევების შეფასების შესაძლებლობის არსებობა;
- ✓ მოსწავლეების მოხალისეობის პრაქტიკა (მაგალითად, სასწავლო პროცესში მასწავლებლის ასისტენტობა და სხვ.);
- ✓ მოსწავლეებში ლიდერული უნარ-ჩვევების გამომუშავების შესაძლებლობის შექმნა (კლასის ხელმძღვანელი, მოსწავლეთა თვითმმართველობის წევრი/თავმჯდომარე და სხვ.);
- ✓ ამ მიმართულებით აქტივობები არ ხორციელდება;
- ✓ სხვა _____

7. ფლობთ თუ არა ინფორმაციას, რა პროფესიებს ირჩევენ, ძირითადად, თქვენი კურსდამთავრებულები (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი)?

1. იურისტი
2. საჯარო მართვის სპეციალისტი
3. ექიმი
4. დიპლომატი
5. ჟურნალისტი
6. ფსიქოლოგი
7. მშენებელი
8. ვეტერინარი
9. მომღერალი
10. მასწავლებელი
11. მსახიობი
12. მოცეკვავე
13. ისტორიკოსი
14. კომპიუტერული მეცნიერებების სპეციალისტი
15. არქიტექტორი
16. სხვა _____

8. გთხოვთ, მონიშნოთ ის უნარ-ჩვევები, რომლებსაც სასკოლო ცხოვრებაში იუმჯობესებენ თქვენი სკოლის მოსწავლეები (შეგიძლიათ, შემოხაზოთ რამდენიმე პასუხი).

1. გუნდური მუშაობა
2. ეფექტური კომუნიკაცია
3. კრიტიკული აზროვნება
4. პასუხისმგებლობა
5. რისკების შეფასება და მართვა
6. შრომისმოყვარეობა
7. აკადემიური წერა
8. სხვა _____

9. გთხოვთ, დაასახელოთ თქვენს სკოლაში განხორციელებული აქტივობები, რომლებიც ხელს უწყობს ზემოთ ჩამოთვლილი უნარ-ჩვევების გაძლიერებას მოსწავლეებში.

10. რა გიშლით ხელს (რა ფაქტორები), რომ უფრო მეტი დახმარება გაუწიოთ მოსწავლეებს პროფესიული ორიენტაციის მიმართულებით?

11. რა შეიძლება დამატებით გააკეთოს სკოლამ მოსწავლეების დასახმარებლად, რომ მათ გააზრებულად მიიღონ გადაწყვეტილება მომავალი პროფესიის შესახებ?

12. უტარდებათ თუ არა პედაგოგებს ტრენინგები, რომელთა გავლის შედეგადაც შეძლებენ მოსწავლეების დახმარებას კარიერული განვითარებისა და პროფესიული ორიენტაციის მიმართულებით?

1. დიახ
2. არა

13. რა ტიპის მხარდაჭერას ისურვებდით სახელმწიფოს მხრიდან თქვენს სკოლაში კარიერული განვითარებისა და პროფესიული ორიენტაციის სისტემის ეფექტიანი დანერგვისთვის?

14. სახელმწიფო ან/და სამოქალაქო ორგანიზაციები თუ დაინტერესებულან ამ თემით დღემდე?

1. დიახ
2. არა

15. გთხოვთ, მიუთითოთ, რა ტიპის ინტერესი გამოხატეს მათ ამ მიმართულებით?

კითხვარი სკოლის მოსწავლეებისთვის

1. გთხოვთ, მონიშნეთ თქვენი სქესი.

1. გოგონა
2. ბიჭი

2. მონიშნეთ, რომელ კლასში სწავლობთ.

1. მე-10
2. მე-11

3. გთხოვთ, მონიშნოთ, რომელ სკოლაში სწავლობთ.

4. არჩეული გაქვთ თუ არა სამომავლო პროფესია?

1. დიახ
2. არა (გთხოვთ, გამოტოვებთ შემდეგი კითხვები და შევსება გააგრძელებთ მე-9 კითხვიდან)

5. გთხოვთ, ჩაწერეთ, რა პროფესია გაქვთ არჩეული.

6. რა დაგეხმარათ ამ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში (შეგიძლიათ, მონიშნოთ რამდენიმე პასუხი)?

- ✓ მშობლის რჩევა
- ✓ მეგობრის რჩევა
- ✓ მშობლის პროფესია
- ✓ სკოლაში მიღებული ინფორმაცია
- ✓ კონკრეტული პროფესიის წარმომადგენელთან შეხვედრა
- ✓ ვიზიტი სამუშაო გარემოში
- ✓ სხვა _____

7. თქვენი აზრით, რა უნარ-ჩვევები სჭირდება თქვენ მიერ არჩეულ პროფესიას (შეგიძლიათ, აირჩიოთ რამდენიმე პასუხი)?

- ✓ ლიდერობა
- ✓ გუნდური მუშაობა
- ✓ ეფექტური კომუნიკაცია
- ✓ კრიტიკული აზროვნება
- ✓ პასუხისმგებლობა
- ✓ რისკების შეფასება და მართვა
- ✓ შრომისმოყვარეობა
- ✓ აკადემიური წერა
- ✓ სხვა _____

8. თავად გაქვთ თუ არა გამომუშავებული შერჩეული სამომავლო პროფესიისთვის საჭირო უნარ-ჩვევები?

1. დიახ
2. არა
3. ნაწილობრივ

9. ვინ/რა უნდა დაგეხმაროთ/დაგეხმარათ ამ უნარ-ჩვევების გამომუშავების პროცესში?

- ✓ მშობელი
- ✓ მასწავლებელი
- ✓ კლასის დამრიგებელი
- ✓ მეგობარი
- ✓ ნათესავები
- ✓ სოციალური ქსელები
- ✓ მხატვრული ლიტერატურა
- ✓ ფორმალური და არაფორმალური სასკოლო სასწავლო პროგრამები
- ✓ არაფორმალური განათლება სკოლის გარეთ

10. როგორ ფიქრობთ, რა როლს შეიძლება თამაშობდეს სკოლა მოსწავლის მიერ პროფესიის არჩევის პროცესში (შეგიძლიათ, აირჩიოთ რამდენიმე პასუხი)?
- ✓ საგაკვეთილო პროცესში ინფორმაციის მიწოდება პროფესიების შესახებ
 - ✓ შეხვედრებისა და ვიზიტების ორგანიზება სხვადასხვა პროფესიის წარმომადგენლების, მათ შორის, მშობლების მონაწილეობით
 - ✓ საგნობრივი კომპეტენციების განხილვის დროს პროფესიების მრავალფეროვნებაზე ყურადღების გამახვილება
 - ✓ შეხვედრები დამრიგებლის ორგანიზებით
 - ✓ სხვა _____

11. გთხოვთ, მონიშნოთ, ეთანხმებით თუ არა ქვემოთ მოცემულ დებულებებს.

	დიახ	არა	ნაწი- ლობრივ	არ ვიცი
✓ ჩემი კლასის დამრიგებელი ხშირად გვესაუბრება პროფესიების შესახებ				
✓ სხვადასხვა საგნის მასწავლებლები ყურადღებას ამახვილებენ ამა თუ იმ საგნის კავშირზე სხვადასხვა პროფესიასთან				
✓ ჩემი სკოლა ცდილობს, დამეხმაროს ჩემი ინტერესებისა და შესაძლებლობების გამოვლენაში, რათა გავაკეთო სწორი პროფესიული არჩევანი				
✓ სკოლის ვალდებულებაა საგნების სწავლება და არა პროფესიების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება				
✓ პროფესიის არჩევის პროცესში მარტო ვარ და არავინ მეხმარება				
✓ არ ვიცნობ ჩემს შესაძლებლობებს, რაც ხელს მიშლის, შევარჩიო სამომავლო პროფესია				
✓ არ ვიცი, რა სფერო მაინტერესებს, რაც ხელს მიშლის, შევარჩიო სამომავლო პროფესია				
✓ პროფესიული არჩევის გაკეთების პროცესში კონფლიქტი მაქვს მშობლებთან				
✓ არ ვიცი, სად მოვიძიო ინფორმაცია პროფესიების შესახებ				

29. რა დაგეხმარებოდათ პროფესიის არჩევის პროცესში (შეგიძლიათ, მონიშნოთ რამდენიმე პასუხი)?
- ✓ პედაგოგების/დამრიგებლის მიერ პროფესიების შესახებ ინფორმაციის მოწოდება
 - ✓ მშობლების რჩევა
 - ✓ მეგობრების რჩევა
 - ✓ ვიზიტები სხვადასხვა სამსახურში
 - ✓ ვიზიტები პროფესიულ/უმაღლეს სასწავლებლებში
 - ✓ სხვადასხვა პროფესიის ცნობილ ადამიანებთან შეხვედრები
 - ✓ და სხვ. _____

მე-40 სესია – ბლოკის შეჯამება

საკითხები

- კვლევის შედეგები
- პრეზენტაციის აწყობა

მიზანი

- მომზადება შემაჯამებელი დისკუსიისთვის

მეთოდები

- დისკუსია

რესურსები

დრო: 50 წთ
თაბახის ფურცლები, კალმები, დაფა, მარკერი, კომპიუტერი, პროექტორი

სესიის აღწერა:

აქტივობა 1. რეფლექსია (15 წთ)

- ფასილიტატორი მოსწავლეებთან ერთად, უპირველესად, აჯამებს მიღებული პასუხების რაოდენობას, შემდეგ კი ჯგუფი გასცემს პასუხებს შემდეგ კითხვებს:
 - ვინ ვართ ჩვენ და რატომ გადავწყვიტეთ ამ კვლევის ჩატარება?
 - რა იყო ჩვენი კვლევის მიზანი და ამოცანები?
 - რამდენმა ადამიანმა მიიღო მონაწილეობა კვლევაში (რამდენმა ადამიანმა შეავსო კითხვარი)? მათგან რამდენი იყო ქალი? კაცი? როგორი იყო რესპონდენტების საშუალო ასაკი?
 - აღნიშნული ინფორმაციის დაზუსტების შემდეგ თითოეულ სლაიდზე გადადის თითოეული კითხვის შედეგები დიაგრამებთან ერთად.
 - მოსწავლეები სლაიდების მიხედვით აკეთებენ ანალიზს, რომელი დარგებია მოთხოვნადი, რესპონდენტების აზრით, თემში, და ადარებენ ამ ინფორმაციას პროფესიული სასწავლებლის/სასწავლებლების პროგრამას (იმის გასარკვევად, რამდენად ემთხვევა ისინი ერთმანეთს).
- კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, ჯგუფი აყალიბებს რეკომენდაციებს, მაგალითად:
 - პროფესიულმა კოლეჯმა უნდა ჩაატაროს ბაზრის კვლევა და საკუთარი პროგრამა შეცვალოს კვლევის შედეგების შესაბამისად.
 - ადგილობრივი ხელისუფლება, სკოლა და პროფესიული სასწავლებელი ერთობლივად უნდა გეგმავდნენ აქტივობას, რათა გაზარდონ ახალგაზრდების ინტერესი სხვადასხვა პროფესიის მიმართ.
 - საჭიროა სადამრიგებლო პროგრამის გადახედვა; მეტი ყურადღება უნდა დაეთმოს პროფესიებზე საუბარს; გაიზარდოს მათი ჩამონათვალი.
 - მოეწყოს ვიზიტები სხვადასხვა არაპოპულარული ან მივიწყებული (კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე) პროფესიის წარმატებულ წარმომადგენლებთან მათი გამოცდილების გაზიარების მიზნით.

აქტივობა 2. კვლევის პრეზენტაციის დაგეგმვა (35 წთ)

ფასილიტატორი საბოლოოდ მოსწავლეებთან ერთად შეიმუშავებს ფასილიტაციის გეგმას. ჯგუფში ირჩევა ერთი ან რამდენიმე პრეზენტატორი. შედგება დეტალური გეგმა, რომელიც მოიცავს:

- მისაღმებასა და საკუთარი თავის წარდგენას;
- შეხვედრის მიზნის გაცნობას (კვლევის შედეგების გაცნობა და სამომავლო ნაბიჯების დაგეგმვა);
- კვლევის პრეზენტაციის მოწყობას;
- მოწვეულ საზოგადოებასა და მოსწავლეებს შორის დისკუსიის (კითხვა-პასუხის) დროისა და ფორმატის განსაზღვრას (მოსწავლეებს ძირითადი კითხვები წინასწარ უნდა ჰქონდეთ მომზადებული);
- სამომავლო თანამშრომლობის სტრატეგიის განხილვას.

წინამდებარე გზამკვლევის შექმნამდე ავტორთა ჯგუფმა გაიარა სპეციალური გადამზადება, რომ საგანმანათლებლო რესურსი ყოფილიყო მრავალფეროვანი, მოზარდებისთვის საინტერესო და მოეცვა ყველა მნიშვნელოვანი საკითხი თემის ირგვლივ.

ავტორთა ჯგუფი მადლობას უხდის:

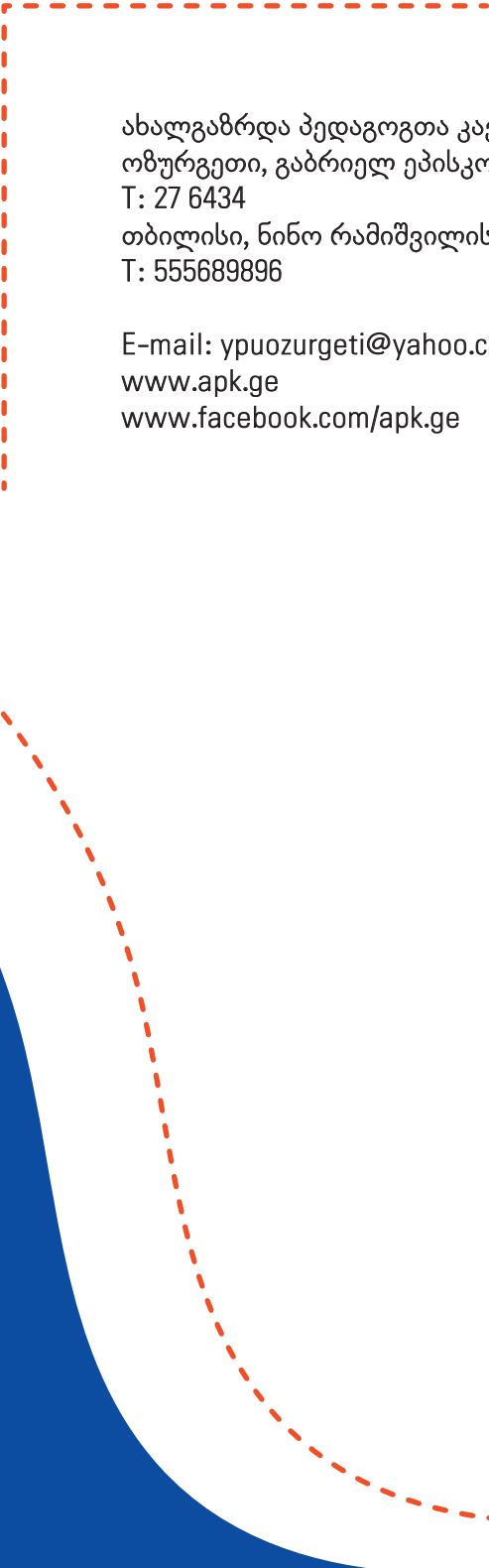
საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრის წარმომადგენლებს, ახალი ეკონომიკური სკოლის წარმომადგენლებს,

შრომისა და ორგანიზაციის ფსიქოლოგს, თსუ-ს ლექტორს „კარიერის კონსულტირებაში“, ადამიანური რესურსის მენეჯმენტის ცენტრის (PMC) კონსულტანტსა და კარიერის კონსულტირების სახელმძღვანელოს თანაავტორს, სალომე ვაჩნაძეს,

განათლების ექსპერტ გიორგი გახელაძეს,

განათლების სპეციალისტსა და ტრენერ მანანა ჯინჭარაძეს.

ჩატარებული ტრენინგებისთვის, გაწეული კონსულტაციებისთვის, რაც დიდად დაგვეხმარა გზამკვლევის შედგენის პროცესში.



ახალგაზრდა პედაგოგთა კავშირი
ოზურგეთი, გაბრიელ ეპისკოპოსის ქ. N3
T: 27 6434
თბილისი, ნინო რამიშვილის ქ. II ჩიხი N5
T: 555689896

E-mail: ypuozurgeti@yahoo.com
www.apk.ge
www.facebook.com/apk.ge