

|                     |  |           |
|---------------------|--|-----------|
| <b>АКТИВЫ</b>       |  |           |
| Наличные деньги     |  | лей _____ |
| В наличии           |  | лей _____ |
| Оборудование        |  | лей _____ |
| Другие активы       |  | лей _____ |
| <b>Итого активы</b> |  | лей _____ |
| <b>Пассив</b>       | Сумма выплаченная акционерам, включительно |           |
|                     | • Начальные инвестиции/ стоимость акций    | лей _____ |
|                     | • Дивиденды (____%)                        | лей _____ |
|                     | Пожертвования                              | лей _____ |
|                     | другие выплаты                             | лей _____ |
| <b>Итого пассив</b> |  | лей _____ |



ЭКОНОМИЧЕСКОЕ  
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ  
ОБРАЗОВАНИЕ

# Школьная Компания

ПОСОБИЕ для преподавателей  
и консультантов

**X-XII класс**

Текст этой публикации или любой ее части не может быть воспроизведен или передан в какой-либо форме или любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись, хранение в любой информационной системе или любым другим способом, за исключением преподавания зарегистрированного курса Junior Achievement или с разрешения издателя.

Conținutul acestui material ține de responsabilitatea echipei de experți și nu reflectă în mod necesar viziunea USAID sau a Guvernului Statelor Unite.

Această publicație apare cu suportul financiar al Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) în cadrul Programului „Susținerea educației antreprenoriale în Europa și Eurasia”.



**РАБОЧАЯ ГРУППА, РАЗРАБОТАВШАЯ ПОСОБИЕ:**

|                    |  |
|--------------------|--|
| Корина ЛУНГУ       | Главный консультант Министерства образования, культуры и исследований, магистр педагогических наук, аспирант   |
| Лауренция ФИЛИПСКИ | Исполнительный директор Junior Achievement Moldova, магистр политических наук  |
| Евгения Чутак      | Преподаватель, высшая дидактическая степень, Теоретический Лицей «Гаудеамус», Кишинев  |
| Виталий АНДОНИ     | Учитель, преподаватель общественно-гуманистических дисциплин, высшая дидактическая степень, Заместитель директора, теоретический лицей „Gaudeamus”, мун. Кишинэу                             |
| Галина Буженко     | Профессор экономических дисциплин, магистр менеджмента, первая степень, Центр передового опыта в области экономики и финансов, Кишинев   |
| Наталья ЯКОБ       | Преподаватель экономических дисциплин, высшая дидактическая степень, магистр менеджмента, Центр Передового Опыта в Области Экономики и Финансов / Финансово-Банковский Колледж, мун. Кишинэу |

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA

**Школьная Компания** : 10-12 класс : Пособие для преподавателей и консультантов / Ministerul Educației, Culturii și Cercetării, JA Moldova ; рабочая группа: Корина Лунгу [и др.]. – [Chișinău] : S. n., 2020 (Tipogr. "Garomont-Studio"). – 68 p. : fig. color, tab. – (Экономическое и предпринимательское образование, ISBN 978-9975-3446-7-8).

Изд. при фин. поддержке Агентства США по междунар. развитию (USAID). – 200 ex. ISBN 978-9975-3449-0-6.

373.5.015:33(072)  
III 672

Приложение 9

|                                       |              |
|---------------------------------------|--------------|
| <b>Ликвидационный баланс</b>          |              |
| <b>Товары, доступные для доставки</b> |              |
| <b>Наличные деньги</b>                |              |
| <b>Распределение доходов</b>          |              |
| Сумма выплаченная акционерам (Итого)  | включительно |
| Стоимость акций                       |              |
| Дивиденды ( __%)                      |              |
| Налоги для организаций                | включительно |
| Налог с продаж                        |              |
| Налог с прибыли                       |              |
| Пожертвования                         | включительно |
| Для _____                             |              |
| <b>Общее распределение</b>            |              |





| Административные работники (служашие)<br>Эти лица получают фиксированную сумму | Должность |                            |                              |                          |                                |  |      | Заработная плата   | Комиссионные с продаж | Всего прибыль | № плат. поручения | Школьная компания  |
|--|-----------|----------------------------|------------------------------|--------------------------|--------------------------------|--|------|--------------------|-----------------------|---------------|-------------------|--|
|  | Президент | Вице-президент по финансам | Вице-президент по маркетингу | Вице-президент по кадрам | Вице-президент по производству | Период производства: Я - явка; Пр - прогул | Дата |                    |                       |               |                   |  |
| (Эти лица будут получать заработную плату согласно отработанному времени)      | Дата      | Дата                       | Дата                         | Дата                     | Дата                           | Дата                                       | Дата | Ставка по зарплате | Всего зарплата        |               |                   | <b>Фирма</b><br><b>Налог на прибыль для физических лиц в Молдове</b><br><b>Удерживается у источника выплаты.</b><br>Это прогрессивный налог.<br>Налогоплательщики имеют право на персональные льготы и льготы на иждивенцев<br>Налоговые ставки и льготы корректируются ежегодно. Данные за текущий год вы можно узнать в Государственной налоговой инспекции или найти в Государственном бюджете, который публикуется в Monitorul Oficial |
|  | 1         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 2         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 3         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 4         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 5         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 6         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 7         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 8         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 9         |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 10        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 11        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 12        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 13        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 14        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 15        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 16        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 17        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 18        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 19        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 20        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 21        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 22        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 23        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 24        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 25        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
|  | 26        |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
| 27   |           |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |
| <b>ВСЕГО заработная плата и комиссионные</b>                                   |           |                            |                              |                          |                                |  |      |                    |                       |               |                   |  |

## ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ I. ОРГАНИЗАЦИЯ ШКОЛЬНОЙ КОМПАНИИ

**Единицы компетенции:**

- Описание концепции Школьной Компании для установления личной выгоды от участия в программе.
- Характеризуя этапы осуществления деятельности в рамках Школьной Компании, чтобы осознавать ответственность принимаемых решений.
- Определение рисков и преимуществ организационно-правовых форм в соответствии с действующим законодательством.

**Единицы содержания:**

1. Презентация концепции Школьной Компании.
2. Преимущества участия в Школьной Компании.
3. Создание команд в Школьной Компании.
4. Этапы деятельности в рамках Школьной компании.
5. Организационные формы Школьной Компании.

**Ключевые слова:** затраты, выгоды, свод законов, заинтересованные стороны, запуск, администрирование, бизнес-план, ликвидация, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, резюме, письмо о намерениях, заявление о приеме на работу

**Методы и техники:** структурированное эссе, четырехугольная градуированная поверхность, Т-диаграмма, фронтальный опрос, анализ, синтез, таблица, ролевая игра, тест.

**Навыки:** работа в команде, публичное выступление, формирование сообщества, анализ критической информации, критическое мышление, математический расчет, принятие решений и аргументация, формулировка выводов, самооценка.

**Рекомендуемое количество часов:** 4 часа

### 1.1. Презентация концепции Школьной Компании

**ЦЕЛИ:**

Учащиеся будут способны:

- узнать концепцию экономической лаборатории Школьной Компании;
- установить возможности для участия в Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

**ВЫПОЛНЕНИЕ:**

**Концептуальная основа**

Стимулирование предпринимательского мышления является приоритетом во всем мире, поскольку оно является двигателем благополучия людей и сообществ. А поскольку менталитет формируется с раннего возраста, благодаря участию нескольких участников, JA Moldova реализует программы обучения предпринимательству, вовлекая образовательные учреждения, компании, учителей, студентов и семьи в образовательный процесс.



**Приложение 4**

Пример: Школьная Компания "KitchenHerb", SA, расположенная в школе Мозамбик, преподаватель-координатор Оливия Кукулеску и консультант деловой сферы Штефан Стати, директор компании "Oji" SRL, в течение октября месяца зафиксировали следующие доходы и расходы: доходы от продажи акций - 1000 лей; доход от продаж - 2000 лей; закупка сырья и расходных материалов - 800 лей; вознаграждение персонала - 200 лей; регистрационный сбор - 50 лей и налог в размере 5% от продаж. Заполните финансовый отчет за октябрь.

**Финансовый отчет**

| 1        | 2          | 3               | Кассовый реестр |             | 4                 | 5                | 6         | 7                  | 8              |
|----------|------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|------------------|-----------|--------------------|----------------|
|          |            |                 | Дата            | № документа |                   |                  |           |                    |                |
| Получено | Выплате по | Сальдо по кассе |                 |             | Основные средства | Прибыль с продаж | Материалы | Зарплата, комиссии | Другие расходы |
| Дебит    | Кредит     |                 |                 |             | Кредит            | Кредит           | Дебит     | Дебит              | Дебит          |
|          |            |                 | A               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | B               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | C               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | D               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | E               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | F               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | G               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | H               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | I               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | J               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | K               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | L               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | M               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | N               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | O               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | P               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Q               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | R               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | S               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | T               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | U               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | V               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | W               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | X               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Y               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Z               |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | ВСЕГО           |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Налог с продаж  |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Налог с прибыли |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Дивиденды       |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Пожертвования   |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | Другие платежи  |             |                   |                  |           |                    |                |
|          |            |                 | FF              |             |                   |                  |           |                    |                |

| Счет доходов и расходов              |   |
|--------------------------------------|---|
| Прибыль (столбец 5)                  |   |
| Зарплата и комиссионные (столбец 7)  |   |
| Материалы (столбец 6)                |   |
| Другие расходы (столбец 8)           |   |
| ВСЕГО расходы =                      | - |
| Прибыль/Расходы НЕТТО                | = |
| Налог на прибыль                     | - |
| Прибыль НЕТТО (после уплаты налогов) | = |

**НАЛОГ на ПРИБЫЛЬ**  
 В некоторых странах налог на прибыль – прогрессивный. В Молдове налог пропорциональный, и в этом году составляет %

| БАЛАНС для ПРОВЕРКИ (Всего по линии AA) |  |
|---|--|
| Всего Дебит                             |  |
| Всего Кредит                            |  |

Суммы должны совпадать

В Тетради ученика предусмотрено много видов занятий. Они будут выполняться со Школьной Компанией по усмотрению учителя. Если учащиеся хотят продлить деятельность Школьной Компании в следующем году, можете выполнить те задания, которые были пропущены в первый год деятельности.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО**



Поговорите с учениками о социальной ответственности предпринимательства. Например: добавленная стоимость с социальным воздействием цеха по производству хлопковых мешков, деревянных игрушек или центра развития детей и т. Д.

Поговорите с учениками о социальной ответственности предпринимательства. Например: добавленная стоимость с социальным воздействием цеха по производству хлопковых мешков, деревянных игрушек или центра развития детей и т. Д.

**1.2. Преимущества участия в Школьной Компании**

**ЦЕЛИ:**

Учащиеся будут способны:

- определить затраты и выгоды от участия в Школьной Компании;
- установить дополнительную ценность, которую Школьная Компания может предложить для себя;
- разработать свод законов Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

**ВЫПОЛНЕНИЕ**

**Концептуальная основа**

Предпринимательство приносит много пользы предпринимателям и обществу, но ученики должны знать, что для получения любой выгоды необходимо приложить определенные усилия, называемые затратами, в Школьной Компании вещи идентичны.

Подскажите ученикам, что успеха в любой деятельности можно достичь, если они гармонично сочетают те занятия, которые им нравятся, и те, которые приносят пользу, личную или профессиональную.

Участвуя в Школьной Компании, ученики получают: новых друзей, контакты и рекомендации, признание достижений, деловой опыт, возможность сделать карьеру в этой области, лидерские качества, знания людей и себя. Вместо этого придется инвестировать: время, ресурсы, талант, опыт, приверженность и усилия.

Запуск и управление бизнесом предполагает взаимодействие нескольких категорий экономических агентов: производителей, потребителей, акционеров, сотрудников и т. Д. Иногда интересы разных групп не совпадают или явно противоречат друг другу. Чтобы избежать острых конфликтов и разрешить противоречивые ситуации, Школьная Компания должна с самого начала установить четкие «правила игры». Следование правилам более естественно, когда они принимаются всеми участниками по взаимному согласию.

Любая деятельность, в особенности предпринимательская, должна начинаться с установления хорошо продуманных целей и задач, которые были бы полезны при организации и оценке деятельности.

Школьная Компания - это экономическая лаборатория, которая предоставляет возможность достичь личные цели и внести свой вклад в достижение цели команды. Очень важно, чтобы все ее члены, менеджеры и сотрудники участвовали в определении цели и задач.

Цель - это выразительное описание достижения, к которому вы стремитесь, и описание того, чего вы хотите достичь, участвуя в этой лабораторной работе. Цель - это конечность, максимальная точка в реализации проекта. Цель - это первый шаг к осознанию того, чего хочет достичь компания: для чего создана Школьная Компания, какую проблему она стремится решить для общества.

Следующим шагом в планировании предпринимательской деятельности является постановка целей. Правило SMART можно использовать для установления правильных и актуальных целей Школьной компании. Это правило предполагает, что все цели должны быть:

**Конкретными (Specific)** - на самом деле требует точности, конкретного характера и указывает точное направление движения. Конкретная цель конкретно указывает, к чему стремится команда или человек. В Школьной Компании недостаточно стремления стать «лучшей компанией», требуется точность: «быть школьной компанией, которая будет приносить прибыль».

**Измеримыми (Measurable)** - поставленные цели должны дать вам возможность оценить, в какой степени они были достигнуты. В школьной компании вы можете измерить прогресс, работая с показателями, которые можно измерить математически: производительность, доход, расходы, поступления и т.д. Количество возвращенных продуктов, что позволяет нам оценить степень достижения поставленных целей. Таким образом, вышеуказанная цель становится измеримой, если сформулировать ее: «получить прибыль в размере 120%».

**Достижимыми (Attainable)** - цели компании должны учитывать ее реальные возможности. Цели должны быть амбициозными, но не слишком смелыми, потому что они не становятся стимулом, но препятствием для успеха. Вероятно, получение прибыли в размере 120% слишком амбициозно для Школьной Компании. Или, может быть, команда решит: получить прибыль 30-50%.

**Актуальными (Relevant)** - соответствуют реальной ситуации в компании - каждая поставленная цель должна выражать важный критерий оценки успеха компании: уровень прибыли является важным аспектом. Было бы менее актуально, если бы мы предложили, чтобы 100% участников Школьной Компании стали предпринимателями.

**Четко определенные во времени (Timely)** - при постановке целей мы также должны учитывать фактор времени. Мы не должны забывать, что продолжительность Школьной Компании ограничена. Вполне возможно, что за столь короткое время они не смогут достичь «великих» целей. Чтобы избежать разочарований и неудач, необходимо установить реалистичный, но в то же время довольно захватывающий срок: «получить прибыль в размере 10% на момент ликвидации»

|  |                    |                                     |                |
|--|--------------------|-------------------------------------|----------------|
| Junior Achievement Moldova                       |                    | Programul Economie aplicată         |                |
| Compania școlară<br>BotanEko                     |                    | Autorizația nr. _____               |                |
| Denumirea companiei școlare                      |                    |                                     |                |
| <b>DISPOZIȚIE de ÎNCASARE NR. 1</b>              |                    |                                     |                |
| Nr. Documen-<br>Tului                            | Data<br>întocmirii | Coloana în<br>Raportul<br>Financiar | Suma           |
| 1  | 13.08.2017         | (4) 611<br>(7) 531                  | 90 00<br>10 00 |
| Încasat de la Minzu Valeriu                      |                    |                                     |                |
| Suma în litere o sută                            |                    | Lei 00 Bani                         |                |
| Destinația plății Vânzarea rechizitelor de birou |                    |                                     |                |
| Semnătura eminentului                            |                    | Președinte                          | Președ         |
|  |                    | VP Finanțe                          | VP             |
|  |                    | Consultant                          | Consultant     |

|                                   |                    |                                     |      |
|-----------------------------------|--------------------|-------------------------------------|------|
| Junior Achievement Moldova        |                    | Programul Economie aplicată         |      |
| Compania școlară                  |                    | Autorizația nr. _____               |      |
| Denumirea companiei școlare       |                    |                                     |      |
| <b>DISPOZIȚIE de ÎNCASARE NR.</b> |                    |                                     |      |
| Nr. Documen-<br>Tului             | Data<br>întocmirii | Coloana în<br>Raportul<br>Financiar | Suma |
|                                   |                    |                                     |      |
| Încasat de la                     |                    |                                     |      |
| Suma în litere                    |                    | Lei Bani                            |      |
| Destinația plății                 |                    |                                     |      |
| Semnătura eminentului             |                    | Președinte                          |      |
|                                   |                    | VP Finanțe                          |      |
|                                   |                    | Consultant                          |      |

## Приложение 2

Консультант компании BotanEko 13.08.2017 продал канцелярские товары на сумму 100 леев, из которых 10% - комиссия консультанта. Для пополнения складских запасов 14.08.2017 г. компании BotanEko было поставлено сырье на сумму 60 лей от поставщика "Plastic" SRL. Заполните кассовый ордер и платежное поручение.

| <i>Juniour Achievement Moldova</i>   |             | Программа <i>Прикладная экономика</i><br>Разрешение № _____   |                             |       |  |  |  |  |   |                      |
|--|-------------|---|-----------------------------|-------|--|--|--|--|---|----------------------|
| Школьная компания _____<br><small>Название школьной компании</small>   |             | Программа <i>Прикладная экономика</i><br>Школьная компания _____<br><small>Название Школьной компании</small> |                             |       |  |  |  |  |   |                      |
| Платежное поручение № _____  |             | Разрешение № _____  |                             |       |  |  |  |  |   |                      |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>№ документа</th> <th>Дата</th> <th>Колонка в Финансовом отчете</th> <th>Сумма</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> | № документа | Дата  | Колонка в Финансовом отчете | Сумма |  |  |  |  | Квитанция<br>к платежному поручению _____<br>Получатель _____ | Сумма _____ (в леях) |
| № документа  | Дата        | Колонка в Финансовом отчете   | Сумма                       |       |  |  |  |  |   |                      |
|  |             |   |                             |       |  |  |  |  |   |                      |
| Принято от _____<br><br>Сумма прописью _____ Леев _____ Бань _____<br>Назначение платежа _____   |             | Сумма _____ (в леях) _____<br>Прописью _____ леев _____ бань _____<br>Назначение платежа _____                |                             |       |  |  |  |  |   |                      |
| Подпись лица выдавшего документ<br>Президент _____<br>Вице-президент по финансам _____<br>Бухгалтер _____  |             | Подпись лица выдавшего документ<br>Президент _____<br>Вице-президент по финансам _____<br>Бухгалтер _____     |                             |       |  |  |  |  |   |                      |

| <i>Juniour Achievement Moldova</i>   |             | Программа <i>Прикладная экономика</i><br>Разрешение № _____   |                             |       |  |  |  |  |   |                  |
|--|-------------|---|-----------------------------|-------|--|--|--|--|---|------------------|
| Школьная компания _____<br><small>Название школьной компании</small>   |             | Программа <i>Прикладная экономика</i><br>Школьная компания _____<br><small>Название Школьной компании</small> |                             |       |  |  |  |  |   |                  |
| Платежное поручение № _____  |             | Разрешение № _____  |                             |       |  |  |  |  |   |                  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>№ документа</th> <th>Дата</th> <th>Столбец в Финансовом отчете</th> <th>Сумма</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> | № документа | Дата  | Столбец в Финансовом отчете | Сумма |  |  |  |  | Квитанция<br>к платежному поручению _____<br>Получатель _____ | Сумма _____ леев |
| № документа  | Дата        | Столбец в Финансовом отчете   | Сумма                       |       |  |  |  |  |   |                  |
|  |             |   |                             |       |  |  |  |  |   |                  |
| Принято от _____<br><br>Сумма прописью _____ леев _____ бань _____<br>Назначение платежа _____   |             | Сумма _____ леев _____<br>Прописью _____ леев _____ бань _____<br>Назначение платежа _____                    |                             |       |  |  |  |  |   |                  |
| Подпись лица выдавшего документ<br>Президент _____<br>Вице-резидент по финансам _____  |             | Подпись лица выдавшего документ<br>Президент _____<br>Вице-президент по финансам _____<br>Бухгалтер _____     |                             |       |  |  |  |  |   |                  |

## 1.3. Создание команд внутри Школьной Компании

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- сформировать команду Школьной Компании;
- распределить функции членов команды;
- определить лидера Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

**Предпринимательство** - это независимая деятельность, осуществляемая на свой страх и риск, в соответствии с законом и направленная на получение прибыли в результате сбыта продукции или оказания услуг лицами, зарегистрированными как предприниматели.

- ✚ Обсудите с учениками качества успешного предпринимателя, запишите их на доске и подробно опишите аспекты, которые не были выяснены. Определенные качества необходимы любому успешному предпринимателю. Вот они, согласно Strengths Finder:

**Умение принимать решения.** Успешные предприниматели - это те, которые добиваются успеха, превращая мысли в действия. Они лидеры по определению, закладывающие основы команды, определяющие стратегическое направление, организующие встречи.

**Адаптивность.** Успешные предприниматели проявляют непринужденный позитивный настрой. Они живут настоящим, принимая вещи такими, какие они есть. Эти люди знают, что мало что идет по плану и поэтому должны адаптироваться к постоянно меняющемуся рынку, к инновациям.

**Стратегия.** Поиск альтернативных методов, определение моделей, поиск соответствующих элементов из множества неважных элементов - все это связано со стратегическим характером. Этот персонаж отделяет людей с хорошими идеями, которые не могут их реализовать, от тех, кто действительно преуспел в достижении своих целей.

**Дисциплина.** Дисциплинированные люди любят рутину и очень хорошо организованы. Им нравится наводить порядок, а не беспорядок. Учитывая большое количество обязанностей и проблем, с которыми он сталкивается ежедневно, успешный предприниматель должен установить определенный распорядок, чтобы вести свой бизнес. Успешные стартапы создаются не на чистой случайности или удаче, а на хорошо развитой структуре и дисциплине.

**Сила концентрации.** Успешные люди четко ставят цели, а затем предпринимают все необходимые шаги, чтобы не отклоняться от установленного плана. Они расставляют приоритеты для своих задач, а затем действуют. Даже если у них есть десятки или сотни дел в день, они сосредотачиваются на действительно важных и следят за тем, чтобы все было сделано правильно. Создание компании может быть одним из самых сложных событий в жизни. Но если сосредоточиться на действительно важных вещах и не учитывать мелкие отклонения, вы удвоите свои шансы на успех.

Управляющие организации / компании определяются как группа лиц, объединенных общей целью и желанием ее достичь. В настоящее время считается, что человек в компании - это нечто большее, чем просто компонент факторов производства.

С момента консолидации команды Школьной Компании необходимо понимать, что эта деятельность подразумевает сотрудничество со всеми учениками. Очень важна командная работа: появляется больше идей и навыков, участники помогают друг другу, происходит разделение обязанностей. Однако существует риск серьезных конфликтов, особенно если обязанности каждого члена не определены четко, исходя из личных знаний, вкусов, предпочтений и способностей.

- ✚ Во избежание конфликтных ситуаций распределение функций должно осуществляться демократическим путем, чтобы каждый мог сказать свое слово.
- ✚ Предоставьте подробную информацию о возможных должностях, которые ученики могут занимать в Школьной Компании.

Мы не должны забывать, что, даже если мы все разные, по уровню образования, опыту и возрасту, члены Школьной Компании одинаковы. В результате каждый ученик имеет право претендовать на эту должность, если он / она считает, что сможет выполнить свои обязанности.

*Менеджер - это руководитель предприятия, фирмы, организации, который благодаря своим знаниям в данной области мобилизует человеческие, финансовые и материальные ресурсы для достижения желаемых результатов.* Каковы ежедневные задачи президента компании. Вот некоторые из наиболее важных:

- ➔ Организует работу других участников и мотивирует их вносить свой вклад в достижение целей.
- ➔ Это связующее звено между учителем, консультантом и другими членами команды компании.
- ➔ Сотрудничает с командой менеджеров в решении текущих проблем.
- ➔ Раздает задания участникам компании.
- ➔ Представляет Школьную Компанию в переговорах с людьми или учреждениями.
- ➔ Организует и проводит собрания компании, заседания Правления.
- ➔ Разрешает конфликты между участниками.

## Приложения

### АВТОРИЗАЦИЯ

Номер \_\_\_\_\_

**В рамках учебной программы экономического и предпринимательского образования - факультативного курса в средней школе, утвержденного Министерством образования, культуры и науки Республики Молдова - Общественное объединение Junior Achievement Moldova разрешает деятельность экономической лаборатории Школьная Компания.**

**Название Школьной Компании** \_\_\_\_\_

**Период деятельности:** \_\_\_\_\_

**Вид деятельности**

**Учебное заведение, местонахождение** \_\_\_\_\_

**Преподаватель** \_\_\_\_\_

**Консультант:** \_\_\_\_\_

**Пакет Акции: номер** \_\_\_\_\_

**Школьная Компания - это лаборатория практических приложений, организованная сугубо в образовательных целях: научить студентов управлять бизнесом.**

**Личная финансовая выгода полностью исключена из этой программы.**

**Школьная Компания берет на себя ответственность за соблюдение нормативной базы деятельности, в том числе:**

**Деятельность будет осуществляться в интервале 15-30 недель в течение года обучения.**

- **Начальная капитализация на основе максимум 100 акций с номинальной стоимостью от 1 до 10 леев.**
- **Соблюдение действующих правил функционирования образовательных учреждений.**

\_\_\_\_\_ **JA Молдова**  
(зарегистрировал, подпись)

**L.Ş.** \_\_\_\_\_

(дата регистрации)

PS - Отправляется заполненной на адрес электронной почты jamoldova@gmail.com директором Школьной Компании или учителем-координатором с указанием в теме сообщения данного заголовка: «Авторизация ШК, местонахождение ... учреждение ...»



г) Справедливость, конкурентоспособность, независимость.

**I. Проблемы экономического расчета.** *Внимательно прочитайте условия ситуации - задачи, выполните расчеты с указанием формул расчета.*

1. В период T0 компания использует 10 производственных машин для производства 10 000 единиц товара X. В период T1 она использует еще 2 машины и получает дополнительное производство в размере 5000 штук.

Рассчитайте среднюю производительность и предельную производительность капитала.

2. Учитывая, что себестоимость составляет 60% стоимости продукции, рассчитайте норму прибыли исходя из общей стоимости.

## II. Комментарии и экономические аргументы

*Прокомментируйте, выскажите свое аргументированное мнение по заявленной проблеме / ситуации / утверждению (0,5 стр.).*

1 «Влияние Школьной Компании на развитие личности».



## Функции в Школьной Компании

| Название сферы                     | Задачи   | Функции   |
|------------------------------------|--|---|
| <b>Финансы</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Следит за платежами внутри компании.</li> <li>➤ Анализирует финансовую ситуацию и предлагает решения по ее улучшению.</li> <li>➤ Участвует в формировании бюджета компании, ведет учет расходов и доходов.</li> <li>➤ Анализирует финансовую эффективность деятельности компании.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Финансовый менеджер (бухгалтер).</li> <li>- Кассир</li> <li>- Финансовый аналитик.</li> </ul>  |
| <b>Сфера производства</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Организует работу членов производственной бригады.</li> <li>➤ Проводит тренинги для людей, вовлеченных в производственный процесс.</li> <li>➤ Продает товар покупателям</li> <li>➤ Производит товар или предоставляет услуги.</li> <li>➤ Проверяет качество готовой продукции и разрабатывает стратегии повышения качества.</li> <li>➤ Поиск поставщиков, заказ и закупка сырья.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Заведующий производством.</li> <li>- Специалист по закупкам.</li> <li>- Специалист по обучению производственного персонала.</li> <li>- Специалист по контролю качества. - Заниматься производством.</li> <li>- Агент по продажам.</li> </ul> |
| <b>Сфера человеческих ресурсов</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Организует и координирует работу членов, ответственных за человеческие ресурсы.</li> <li>➤ Составляет протоколы на собраниях компании и записывает переписку, ведет различные журналы.</li> <li>➤ Ведет учет акций, объявляет акционеров о созыве собраний.</li> <li>➤ Следит за объемами работы, выполненной каждым участником, и рассчитывает заработную плату</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Менеджер по кадрам.</li> <li>- Ответственный за учет отработанных часов</li> <li>- Секретарь компании.</li> <li>- Специалист по работе с акционерами.</li> </ul>   |

## Маркетинг и продажи

- |  |   |
|--|---|
| ➤ Координирует реализацию маркетинговых стратегий и организацию рекламных кампаний.                    | - Менеджер по рекламе.                        |
| ➤ Мотивирует членов команды.   | - Специалист по маркетинговым исследованиям.  |
| ➤ Анализирует интерес потребителей к продукции компании.   | - Специалист по обучению торгового персонала. |
| ➤ Ведет учет продаж и запасов  | - Специалист по товарам                       |
| ➤ Проводит тренинги для торгового персонала, вместе с ними разрабатывает стратегии работы с клиентами. | - Коммерческий агент.                         |
| ➤ Продает товар покупателям.   |   |



**Верно / неверно.** Обведите букву А, если вы считаете, что утверждение верно, или букву F, если оно неверно. Перепишите ложное утверждение, чтобы оно стало правдой. Подчеркните замененные слова:

1. На этапе ликвидации будет сделано несколько отчетов для проверки ситуации и заполнения регистров. / *F(неверно) - молниеносные собрания /*
2. Производство должно быть завершено до процесса ликвидации. /*Правда/*
3. В рамках ликвидации Школьной компании подводятся итоги, голосуются размер дивидендов и распределение прибыли. /*Правда/*
4. Прибыль рассчитывается путем сложения полученного с потраченным. / *False - вычитания /*

5. Одно из важных качеств предпринимателя - предприимчивость. /*Правда/*

**Множественный выбор.** Напишите номер, соответствующий утверждению, и укажите букву элемента, который лучше всего подходит утверждению:

**1. Компании могут быть ликвидированы по нескольким причинам:**

- а) по инициативе родителей;
- б) по личным причинам;
- в) безденежье и неспособность функционировать;
- г) из-за недостатка времени.

**2. Возможные варианты увеличения продаж:**

- а) организация конкурса продаж;
- б) распродажи со скидками;
- с) продажа принадлежащих вам акций другой компании;
- г) все вышеперечисленные варианты.

**3. Годовой отчет должен включать следующее:**

- а) цели и задачи компании;
- б) отчет о прибылях и убытках;
- с) обучение и опыт;
- г) все вышеперечисленные варианты.

**4. Прибыль представляет собой основной доход в рыночной экономике вместе с:**

- а) доходы, расходы и доходы;
- б) проценты, зарплата и рента;
- в) производительность, норма прибыли;
- г) Ничего из вышеперечисленного.

**5. Личные качества, которые накапливает в рамках Школьной Компании:**

- а) Ответственность, опыт, профессионализм;
- б) Реализм, оперативность, требовательность;
- в) Сотрудничество, контроль, лояльность;

✚ Кандидаты на работу в Школьной Компании могут быть оценены и назначены на вакансии в соответствии с поданным заявлением. Рекомендуется провести имитацию собеседования при приеме на работу - эффективный метод, который проводится в начале деятельности Школьной Компании вместе со всей группой.

В процессе приема на работу кандидат должен представить свою квалификацию в наилучшем свете.

Для избрания оценочной комиссии кандидатов предлагается выбрать не более трех членов комиссии, которые отбираются на основании билетов со скрытыми номерами внутри. Оценка кандидатов проводится по следующим критериям:

- Анализ пакета документов, представленных кандидатами: выявление ошибок при заполнении документов, выявление недостающих документов.
- Определение опыта и эффективности кандидата.
- Разработка выводов.
- определение должности для приема на работу
- уведомление кандидата о решении

В пакет документов, представленный кандидатом, будут включены следующие документы:

**Заявление о приеме на работу** - это запрос, отправленный кандидатом представителю Школьной Компании, в которой он хочет работать. В заявлении о приеме на работу может быть указан профессиональный опыт (сезонная работа, волонтерская деятельность и т. д.), связанный с работой. **Резюме** - это документ, вызывающий любопытство будущего сотрудника. В резюме нет фиксированных форматов, но есть несколько основных правил, позволяющих эффективно вписать информацию. Цель резюме – представить тебя и рассказать о твоих навыках опыте потенциальному работодателю:

✚ **Будь конкретным.** Это означает, что в твоём резюме должна быть помещена поддающаяся измерению и проверке информация. Опиши действия и обязанности на различных должностях и полученные результаты.

Соответственно, успешный предприниматель обладает следующими характеристиками:

- Он мотивирован на достижение успеха в жизни.
- Он уверен в своих силах.
- Независим и очень предприимчив.
- Настойчив в своих действиях и не поддается первым трудностям.
- Ответственный за все свои действия.
- Креативный, изобретательный.
- Хорошие навыки планирования.
- Амбициозный, смелый, умеющий учиться на собственных неудачах.
- Способен рисковать.
- Быстро принимает решения.
- Гибкий, легко адаптируется к различным изменениям.
- Умеет устранить проблемы и находить решения.
- Оптимистичный в видении и реалистичный в действиях.
- Умеет ясно выражаться, с убедительной силой.
- Общительный, внимательный, отзывчивый, открыт к сотрудничеству.



## ДОПОЛНИТЕЛЬНО

Определите существующие возможности для личного и профессионального развития на основе опыта, накопленного в рамках Школьной Компании.

## РЕЗЮМЕ

Управление бизнесом - рискованное занятие, но оно также полно достижений. Даже в случае финансовых потерь предприимчивым людям удастся оценивать ошибки и начинать другие успешные бизнесы.

## 5.6. Лаборатория экономических приложений

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- правильно определять экономические термины;
- применять логическое мышление при решении экономических задач;
- использовать экономические знания в разных ситуациях при решении проблем;
- комментировать экономические соображения.

**РЕСУРСЫ:** рабочие листы, головоломки, тематические исследования.

- **Будьте лаконичны.** Хотя некоторым это правило кажется противоречащим первому, нет необходимости использовать много слов при включении конкретной информации в резюме.
- **Будь честным.** Даже если ты пытаешься «украсить» свое резюме, это не означает преувеличивать и обманывать, особенно в случае аспектов, которые работодатель может легко проверить.
- **Будь осторожен при письме.** Внимательное чтение и устранение опечаток или грамматических ошибок - необходимые шаги каждый раз, когда ты думаешь об отправке своего резюме на определенную работу.
- **Индивидуализируй свое резюме.** Каждая вакансия, на которую ты претендуешь, индивидуальна, поэтому важно иметь резюме для каждой работы. Это означает обновление и настройку твоего резюме перед каждой отправкой. Это идеальное упражнение, чтобы просмотреть свое резюме и повысить свои шансы на работу.

**Сопроводительное письмо** также известно как письмо о намерениях. Это первый контакт, который ты устанавливаешь с работодателем, и представляет собой мост между твоим резюме и работой, на которую ты претендуешь. Письмо должно содержать в основном мотивацию, ради которой ты выбрал соответствующую работу, твою квалификацию и навыки, а также твою доступность для компании / фирмы / работодателя. Необходимо показать работодателю, что ты знаешь его потребности и что ты сможешь внести улучшения, чтобы повысить их эффективность.

В сопроводительном письме достаточно 3-4 абзацев, которые должны содержать:

- Ссылку на предполагаемый пост.
- Причину, по которой взяли бы тебя на работу.
- Мотивацию к работе.
- Рекомендуется, чтобы в Школьной Компании работали 5-8 учеников. Таким образом, вы убедитесь, что все ученики вовлечены в предпринимательскую деятельность. Один ученик может совмещать несколько функций. Организуйте в классе несколько Школьных Компаний, чтобы обеспечить конкуренцию между командами учащихся.

## 1.4. Этапы деятельности в рамках Школьной Компании

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить этапы деятельности в рамках Школьной Компании;
- восстановить логику действий четырех этапов деятельности в рамках Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

**Концептуальная основа**

- У каждой экономической деятельности есть определенные стадии развития. Обсудите с учениками возможные задачи в рамках Школьной Компании и организуйте их по определенным этапам.

### Этапы деятельности в Школьной Компании:

| Шаг первый - запуск  | Шаг второй - бизнес-план   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Формулировка видения и миссии Школьной Компании.</li> <li>Установление целей ШК.</li> <li>Оценка идей продуктов и услуг.</li> <li>Распределение функций внутри ШК.</li> <li>Выбор имени ШК.</li> <li>Выбор формы организации ШК.</li> <li>Принятие устава ШК.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Описание бизнес-идеи.</li> <li>Разработка плана исследования рынка.</li> <li>Планирование производственного процесса.</li> <li>Разработка маркетингового плана.</li> <li>Разработка финансового плана.</li> <li>Утверждение бизнес-плана.</li> <li>Описание бизнес-идеи.</li> <li>Разработка плана исследования рынка.</li> <li>Планирование производственного процесса.</li> <li>Разработка маркетингового плана.</li> <li>Разработка финансового плана.</li> <li>Утверждение бизнес-плана.</li> </ul> |
| Шаг третий - управление  | Шаг четвертый - ликвидация   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Привлечение необходимого капитала.</li> <li>Закупка сырья и необходимых ресурсов.</li> <li>Развитие производства.</li> <li>Организация встреч членов ШК.</li> <li>Применение маркетинговых стратегий.</li> <li>Продажа товаров.</li> <li>Заполнение регистров бухгалтерского учета, продаж и оплаты труда.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Завершение работы ШК.</li> <li>Завершение производства и продаж.</li> <li>Проверка записей ШК.</li> <li>Расчет и распределение прибыли.</li> <li>Заполнение ликвидационной формы ШК.</li> </ul>   |

### 1.5. Формы организации Школьной Компании

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- выбрать организационно-правовую форму Школьной Компании;
- определить преимущества и недостатки организационно-правовой формы.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

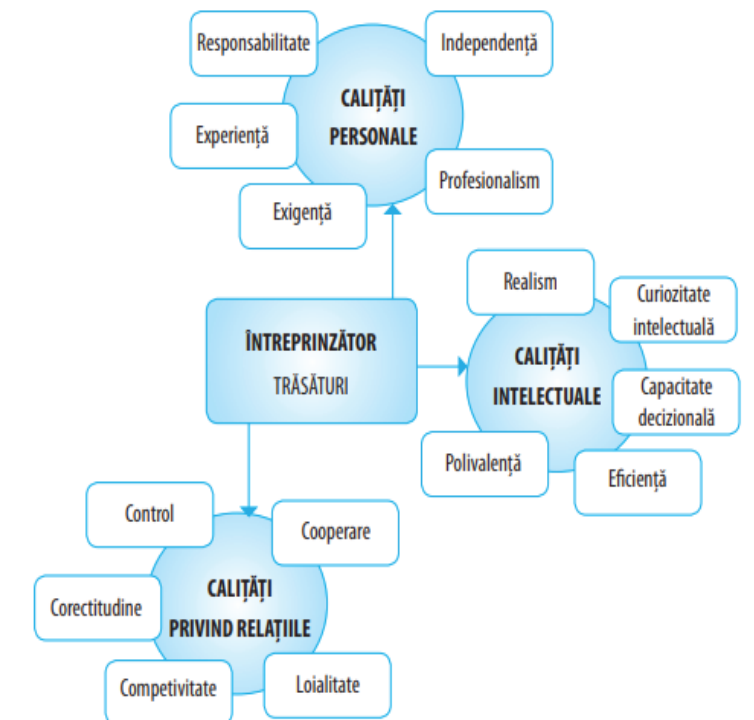
Создав «Школьную компанию», вы в некоторой степени входите в мир малого бизнеса. Компании различаются по нескольким основным критериям, включая форму собственности и организационную форму компании.

В общих чертах, все компании можно разделить на две категории: коммерческая структура - компания, деятельность которой направлена на получение прибыли; и некоммерческая организация - компания, которая преследует социальные цели, реализует образовательные, экологические проекты, проекты социальной интеграции и т. д. Junior Achievement - это

*Предпринимательство* - способность видеть возможности там, где другие видят только проблемы, удвоенные настойчивыми действиями, чтобы максимально использовать эти возможности или решить существующие проблемы, которые приводят к личному, профессиональному, экономическому успеху и т. д.

#### Черты характера Предпринимателя:

- Независимый и с большой инициативой.
- Творческий, изобретательный, с хорошими навыками планирования.
- Амбициозный, полон решимости добиться успеха.
- Храбрый, умеющий учиться на неудачах и рисковать.
- Настойчивый, сильный и быстрый в принятии решений.
- Гибкий, легко приспосабливаемый к различным изменениям. –
- Добросовестный и активный в решении проблем и поиске решений.
- Ответственный и оптимистичный.
- Ясный в выражении, с убедительной силой.
- Общительный и хороший слушатель.
- Реалистичный и уверенный в себе.
- Позитивное мышление. - восприимчив к новым вызовам и т. д.



#### Учебные мероприятия

##### Задание. Быть предпринимателем

Определите, каковы преимущества и недостатки того, чтобы быть предпринимателем.

| Преимущества   | Недостатки   |
|--|--|
| Свобода решения<br>независимость<br>самореализация<br>инновация<br>гибкость в планировании времени<br>финансовая выгода<br>дает возможность работать на себя | Риск ошибиться<br>Больше ответственности<br>Больше усилий<br>Крупные вложения<br>Работа без ограничения по времени<br>Риск потерять вложенные средства<br>Недостаток опыта |

##### Задание. Портрет успешного предпринимателя.

Составьте портрет успешного предпринимателя.

3 Общая прибыль \_\_\_\_\_

4 Норма прибыли \_\_\_\_\_

5 Выводы \_\_\_\_\_

## ДОПОЛНИТЕЛЬНО

*Решение задач.*

1. Норма прибыли в расчете на оборот составляет 50%. Рассчитайте норму прибыли по общей стоимости.

2. Если прибыль составляет 25% от общей стоимости, найдите норму прибыли от оборота.

## РЕЗЮМЕ

В условиях рыночной экономики прибыль представляет собой мотивацию экономического действия, является доказательством полезности деятельности. Наряду с процентами, зарплатой и арендной платой, прибыль является фундаментальным доходом в рыночной экономике.

### 5.5. Влияние участия в Школьной Компании на развитие личности

#### ЦЕЛИ:

*Учащиеся будут способны:*

- *определить навыки, сформированные в ходе участия;*
- *оценить полученный опыт.*

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, доска, рабочие листы, тематические исследования.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

Цель участия в Школьной Компании - предоставить ученикам не только знания о предпринимательстве, но и возможность заявить о себе, осмыслить собственные способности, тренировать свои навыки планирования, анализа, организации и общения, а также положительное отношение к проявлению инициативы и активной позиции в обществе. Эти навыки помогут ему как работнику, так и работодателю или самозанятому (фрилансеру).

Задайте студентам ряд вопросов, которые заставят их задуматься о том, что они могут делать в жизни, что они хотят делать и что, по их мнению, они должны делать.

- Если вы завершите свое профессиональное обучение завтра, что вы могли бы сделать, чтобы зарабатывать на жизнь?
- Чем бы вы предпочли заниматься в жизни?
- Как вы думаете, чем вы должны заниматься в жизни?

Успех любой деятельности может быть достигнут, если она гармонично сочетает в себе действия, которые могут их выполнять, например, те, которые приносят пользу (как личную, так и профессиональную). Одним из важных качеств предпринимателя является предпринимательство.

некоммерческая организация, которая помогает ученикам понять рыночную экономику и развивать предпринимательство.

В Республике Молдова официальная регистрация предпринимательской деятельности осуществляется в соответствии с *Законом о государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей No. 220-XVI от 19.10.2007 г.*

Объясните учащимся, какие есть организационно-правовые формы. Предложите им изучить положения Закона, чтобы определить различия организационно-правовых форм.

**I. Индивидуальное предприятие (ИП)** - это форма осуществления предпринимательской деятельности индивидуально, от своего имени и на свой страх и риск. В сельском хозяйстве индивидуальная предпринимательская деятельность осуществляется в форме крестьянского хозяйства (фермеров). Если выбрана эта форма, следует иметь в виду, что название компании должно включать фамилию подрядчика - например, если вас зовут Ион Куражос, название вашей компании будет «Куражос Ион». Выбирать данную организационно-правовую форму рекомендуется в случае ожидаемых относительно низких доходов, что снижает степень риска. Поскольку имущество индивидуального предприятия в обязательном порядке формируется личным имуществом предпринимателя, при выборе данной формы вы несете неограниченную ответственность по его обязательствам всем личным имуществом.

**II. Общество с ограниченной ответственностью (ООО)** может быть создано самостоятельно или совместно с несколькими людьми, максимальное количество сотрудников - 50 человек. Социальный капитал не ограничен, это может быть даже один лей.

#### **Преимущества:**

- мало формальностей для открытия;
- стоимость регистрации относительно невысока;
- правовой статус четко определен;
- финансовые риски снижены;
- относительно простое управление;
- ответственность ограничена.

#### **Недостатки:**

- обязательное наличие уставного капитала;
- возможность конфликтов между партнерами, которые могут привести к ликвидации компании;
- выбор правового статуса

**III. Крестьянское хозяйство** - это индивидуальное предприятие, основанное на частной собственности сельскохозяйственных земель и других товаров, на личном труде членов семьи (членов крестьянского хозяйства) с целью получения сельскохозяйственной продукции, ее первичной переработки, сбыта в основном собственной сельскохозяйственной продукции. Крестьянское хозяйство также может состоять из одного физического лица. Только крестьянские хозяйства могут заниматься индивидуальной предпринимательской деятельностью в сельском хозяйстве. Крестьянское хозяйство имеет правовой статус физического лица. Крестьянское хозяйство не отвечает за личные обязательства своих членов. Члены крестьянского хозяйства несут неограниченную солидарную ответственность за обязательства всем своим имуществом, за исключением имущества, которое в соответствии с Гражданским процессуальным кодексом не является предметом преследования.

**Крестьянское хозяйство обязано:**

- а) получать лицензии в соответствии с законодательством при осуществлении лицензионной деятельности;
- б) обеспечивать в соответствии с законодательством охрану труда членов хозяйства и лиц, работающих по контракту;
- в) полностью и своевременно выплачивать заработную плату работникам, выплачивать от имени членов и работников крестьянского хозяйства взносы государственного социального страхования и оказывать им социальную помощь;
- г) использовать земли по назначению;
- д) сохранять плодородие почвы за счет защитных мер, применять природоохранные технологии;
- е) предоставлять в установленном законом порядке сервитуты на принадлежащих ему землях;
- ж) не нарушать права собственников соседних земель;
- з) соблюдать стандарты, экологические и санитарно-ветеринарные требования, иные требования, предусмотренные законодательством, в отношении качества товарной продукции;
- и) выполнять в полном объеме и в срок налоговые обязательства;
- к) выполнять другие обязанности, предусмотренные законом.

**IV. Акционерное общество (АО)** - это коммерческая компания, акционерный капитал которой полностью разделен на акции и чьи обязательства гарантированы имуществом компании. Компания владеет активами, которые отделены от активов акционеров. Компания имеет право осуществлять любую деятельность, не запрещенную законом. Определенные виды деятельности, номенклатура которых установлена законом, компания вправе осуществлять только на основании лицензии. Компания имеет право иметь фирменный бланк и печать со своим наименованием, а также зарегистрированный товарный знак (знак обслуживания) и другие средства визуальной идентификации компании. Любой документ и любое письмо, исходящие от компании, будут включать ее название, юридическую форму организации, главный офис, государственный регистрационный номер, размер уставного капитала и имя руководителя.

Имущество общества создается в результате размещения акций, экономической и финансовой деятельности и других оснований, предусмотренных законодательством.

Компания имеет право предоставлять и привлекать займы в соответствии со своим уставом. Компания отвечает по своим обязательствам всем имуществом, которое ей принадлежит на правах собственности. Компания не отвечает по обязательствам своих акционеров. Компания не имеет права предоставлять займы. Компания работает под определенным названием. Полное название компании будет включать: слова «акционерное общество» или инициалы «А.О»; конкретное название компании, которое позволяет отличить ее от других организаций. В полное название компании могут быть включены другие данные, не противоречащие законодательству.

*Органами управления компании являются:*

- а) общее собрание акционеров;
- б) правление общества;
- в) исполнительный орган;
- г) комиссия цензоров.

## 5.4. Что мы делаем с прибылью?

### ЦЕЛИ:

*Учащиеся будут способны:*

- установить точное значение прибыли;
- определить норму прибыли;
- правильно распределять прибыль на разные цели.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, доска, рабочие листы, тематические исследования.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

Одним из очень важных доходов в рыночной экономике является прибыль. В широком смысле это может рассматриваться как прибыль, полученная в форме денег теми, кто инициирует и организует экономическую деятельность.

Что касается содержания категории прибыли, мы можем выделить два теоретических течения: первое, согласно которому прибыль является частью стоимости труда, бесплатно присваиваемой теми, кто обладает капиталом; другой, включающий те взгляды, согласно которым доходы появляются как вознаграждение факторов производства. Согласно полученной прибыли, предприниматели - это те, кто организует и ведет бизнес, решает, что, сколько, где и как продавать. Все эти знания, навыки подразумевают определенный риск, который естественно должен быть вознагражден.

Прибыль рассчитывается путем вычета из того, что получено (собрано), что было потрачено.  $Pr = V - CT$ , где:  $Pr$  - прибыль;  $V$  - доход;  $CT$  - общая стоимость.  $V = CA = QP$ , где:  $CA$  - оборот (объем выручки от собственной деятельности);  $QP$  - стоимость продукции. Прибыль также определяется как разница между продажной ценой товара ( $P$ ) и стоимостью его производства ( $CTM$ ):  $Pr = P - CTM$ .

Норма прибыли определяется как процентное соотношение между прибылью и:

- оборот:  $R_{Pr/CA} = \frac{Pr}{CA} \cdot 100\%$ ;

- общая стоимость:  $R_{Pr/CT} = \frac{Pr}{CT} \cdot 100\%$ . Эта ставка также называется нормой доходности.

- используемый капитал:  $R_{Pr/K} = \frac{Pr}{K} \cdot 100\%$ . Результаты, полученные при расчете этих трех норм прибыли, не идентичны, так как общая стоимость не идентична обороту и капиталу.



#### Учебные мероприятия

##### ➡ Задание. Прибыль

Выполните следующие расчеты, используя данные, полученные в ходе деятельности Школьной Компании:

- 1 Общий доход \_\_\_\_\_
- 2 Всего понесенных расходов \_\_\_\_\_

## ДОПОЛНИТЕЛЬНО

### Письмо акционерам

Уважаемые акционеры!

Школьная Компания \_\_\_\_\_ прекратила свою деятельность в \_\_\_\_\_, в соответствии с условиями работы нашего образовательного проекта. Мы гордимся тем, что наша деятельность была успешной. Платежное поручение, приложенное в этом конверте в размере \_\_\_\_\_ леев, отражает возврат инвестиций в акции нашей компании плюс \_\_\_\_\_% дивидендов. После регистрации Школьной Компании в \_\_\_\_\_ мы решили производить и продавать \_\_\_\_\_. Мы установили цели производства и продаж, выбрали команду менеджеров. Первоначально мы привлекли капитал, продавая \_\_\_\_\_ акций по цене \_\_\_\_\_ леев за акцию.

Мы покрыли материальные затраты, заработную плату, комиссионные и другие расходы на производство и реализацию. Управленческая команда вела учет производства, продаж и финансов. То есть мы прошли все стадии от бизнес-идеи до ликвидации.

Как и в любом бизнесе, мы столкнулись с рядом проблем и трудностей при принятии решений, которые, однако, дали нам знания о системе свободной инициативы. Мы убеждены в важности командной работы и общения для успеха в бизнесе. Мы поняли, что потребителя нужно выслушать и понять, а продукция должна быть высочайшего качества.

Большое спасибо за ваше доверие. Каждый акционер внес свой вклад в наш успех.

Не менее ценным было руководство нашего учителя

\_\_\_\_\_.

С уважением, \_\_\_\_\_ президент Школьной  
Компании

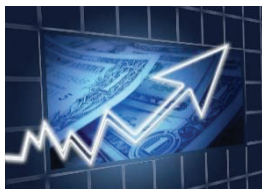
В компании, в которой число акционеров составляет менее 50, полномочия совета директоров могут осуществляться общим собранием акционеров.

В действительности, подавляющее большинство предприятий создаются как малые предприятия, то есть отдельные предприятия или предприятия, принадлежащие в партнерстве множеству владельцев. Самая известная форма собственности в Республике Молдова - общество с ограниченной ответственностью. Только после многих лет деятельности, когда компании развиваются и накапливают как опыт, так и дополнительные ресурсы, собственники прибегают к реорганизации и увеличению капитала за счет продажи акций.

✚ Для юридической организации Школьной Компании рекомендуется осуществлять деятельность в форме акционерного общества.

Акционерное общество представляет собой демократическую форму принятия решений, когда акционеры голосуют за деятельность компании. Школьная Компания может выбрать совет директоров, но также может выбрать упрощенную модель. Все члены Школьной Компании, владеющие акциями, будут участвовать в управлении, голосуя по различным решениям на собраниях Школьной Компании.

## РЕЗЮМЕ



В рамках ликвидации Школьной Компании составляются итоги, голосуются значения дивидендов и распределение прибыли. Следуя опыту Школьной Компании, многие молодые люди решили открыть собственный бизнес - инициатива, которая может принести моральное и финансовое вознаграждение. Именно поэтому сотни новых компаний регистрируются каждый год. Однако начало бизнеса влечет за собой тяжелую работу и убытки. Почти половина бизнеса обанкротилась за первые 5 лет деятельности.

## ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ II. ОПРЕДЕЛЕНИЕ БИЗНЕС ИДЕИ

### Единицы компетенции:

- ✓ Выявление возможностей реализации собственной бизнес-идеи для личного и профессионального развития.
- ✓ Анализ жизнеспособности бизнес-идеи для получения экономической эффективности.
- ✓ Использование элементов фирменного стиля для обеспечения успеха бизнеса.
- ✓ Применение элементов управления в школьной компании для проактивного отношения и эффективного вклада в общую деятельность.

### Единицы содержания:

1. Какой он, мой бизнес?
2. Жизнеспособность бизнес-идеи.
3. Элементы фирменного стиля.
4. Элементы управления Школьной Компанией.

**Ключевые понятия:** жизнеспособность, осуществимость, исследование рынка, товар, услуга, сегментация рынка, фирменный стиль, логотип, слоган, традиционное управление, демократическое управление, статус.

**Методы и техники:** анализ, синтез, алфавит, опрос, плакат, кластеры, паук, исследование.

**Навыки:** работа в команде, публичная презентация, строение сообщества, критический анализ информации, критическое мышление, математические вычисления, определение возможностей, принятие и обоснование решений, формирование выводов, самооценка.

**Рекомендуемое количество часов:** 5 часов

### 2.1. Какой он, мой бизнес?

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- составлять протокол собрания Школьной компании;
- определить бизнес-идею.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

### Отчет о деятельности персонала

заработная плата \_\_\_\_\_

комиссионные \_\_\_\_\_

### Деятельность: Отчет о финансовой деятельности

Отчет о прибылях и убытках

| номер | Название транзакции                        | дебет(+) | кредит(-) |
|-------|--|----------|-----------|
| 1     | <i>Всего поступлений</i>                   |          |           |
| 2     | <i>Налог с продаж</i>                      |          |           |
| 3     | <i>Продажи</i>                             |          |           |
| 4     | <i>комиссионные</i>                        |          |           |
| 5     | <i>Чистая выручка от продаж</i>            |          |           |
| 6     | <i>Стоимость сырья</i>                     |          |           |
| 7     | <i>Зарплата сотрудников</i>                |          |           |
| 8     | <i>Маржа (валовая прибыль)</i>             |          |           |
| 9     | <i>Зарплаты должностных лиц</i>            |          |           |
| 10    | <i>Комиссион за регистрацию</i>            |          |           |
| 11    | <i>Комиссион банка</i>                     |          |           |
| 12    | <i>Премии с продаж и другие расходы</i>    |          |           |
| 13    | <i>Чистая прибыль до налогообложения</i>   |          |           |
| 14    | <i>Налог</i>                               |          |           |
| 15    | <i>Чистая прибыль после уплаты налогов</i> |          |           |

### Ликвидационный баланс

| номер | Наименование сделки                | Сумма (лей) |
|-------|------------------------------------|-------------|
| 1     | доступные деньги для распределения |             |
| 2     | наличные деньги                    |             |
| 3     | Распределение доходов              |             |
| 4     | Сумма, выплаченная акционерам      |             |
| 5     | Взносы в пользу организаций        |             |
| 6     | Другое                             |             |
| 7     | Общее распределение                |             |

Розничная цена (P<sub>a</sub>) = Цена доставки (P<sub>1</sub>) + Коммерческая надбавка (A.с.) + НДС.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНО

В основе методов лояльности клиентов лежит поиск оптимальных вариантов, позволяющих клиенту совершать постоянные покупки у компании, при этом сотрудники компании должны выполнять следующие действия: определять потребности и ожидания, оценивать восприятие клиента соответствующих сервисов, обнаружение ошибок и их причин, постоянные действия по улучшению сервисов.



### РЕЗЮМЕ

Идеального времени для закрытия продажи не существует, но нужно искать сигналы покупки от покупателя. У клиента есть возможность ответить 3 способами: утвердительно, отрицательно, нерешительно. В случае нерешительности у продавца есть следующие альтернативы: использование неценового преимущества; уменьшение цены; стимулировать лояльность клиентов с помощью различных методов.

## 5.3. Разработка окончательного операционного отчета в рамках Школьной Компании

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- подготовить итоговый операционный отчет;
- проверить правильность введенных в отчет данных;
- написать письмо акционерам.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, доска, фирменные бланки, тематические исследования.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

Фактически, в конце каждого финансового года компании готовят годовой отчет, в котором публикуют свои достижения. Годовой отчет включает в себя следующее: цели и задачи компании, описание продукта или услуги, стратегии производства и маркетинга, полученные знания и накопленный опыт, ключевые финансовые результаты, отчет о прибылях и убытках.

Компания также оформит вариант письма акционерам, в котором будут указаны проблемы, с которыми они столкнулись, и моменты, которые могли бы сделать бизнес более успешным.

#### Учебные мероприятия

➡ Деятельность. Отчеты о деятельности Отчет о производственной деятельности

Производимые единицы \_\_\_\_\_

Производственные затраты \_\_\_\_\_

Производительность \_\_\_\_\_

#### Отчет о маркетинге и продажах

Рекламная кампания \_\_\_\_\_

Маркетинговые расходы \_\_\_\_\_

Продажи \_\_\_\_\_



- ✚ Обсудите с учениками ключевые понятия модуля. Проведите первое собрание Школьной Компании вместе. Заполните протокол собрания. Объясните ученикам, что вы будете выполнять такие задания в начале каждого модуля.

Выбор бизнес-идеи, то есть товара или услуги для продажи, является одним из решающих шагов, которые могут определить успех или неудачу компании. Продукция будет продаваться на рынке, который вас еще не знает, конкурируя с другими продавцами, которые, вероятно, имеют больше возможностей для производства и продвижения (реальные компании), поэтому упор будет сделан на оригинальность идеи. Постарайтесь ответить предложенным вами продуктом на реальную потребность, которую испытывают потребители.

- ✚ Поиск бизнес-идей - это лишь часть процесса запуска бизнеса. Идеи необходимо оценивать, чтобы определить те, которые требуют дальнейшего, более детального и тщательного исследования.

При определении бизнес-идеи мы будем учитывать следующие критерии:

#### **Что ты за личность?**

Характер и личность также играют важную роль в выборе бизнес-идеи. Например, если ты активный и динамичный человек, тебе будет сложно адаптироваться к бизнес-идее, предполагающей рутинную деятельность. Если ты тихий, спокойный человек, ты не сможешь справиться с деятельностью, предполагающей многократные поездки в регионы и т. д.

#### **Какие продукты или услуги вы не можете найти на рынке?**

Оглянись! Помни о проблемах и трудностях, которые у тебя возникли при покупке определенных продуктов или услуг для тебя, твоей семьи или даже для работы. Какие продукты или услуги были недоступны, когда они тебе были нужны больше всего? Какие товары было сложно или даже невозможно найти в твоем регионе или местности? Каким образом можно организовать производство или распространение этих продуктов на местном рынке?

### Какие продукты или услуги отсутствуют в определенных регионах или населенных пунктах?

Часто можно увидеть, что местные потребители требуют товары или услуги, которых нет на местном рынке. Для приобретения соответствующих товаров или услуг жители этого населенного пункта едут на некоторое расстояние, например, в районный центр или даже в Кишинев, что требует дополнительных денежных и временных затрат! Ты можешь проанализировать и опробовать эти возможности самостоятельно или в сотрудничестве с другими партнерами, чтобы предоставить продукты или услуги, запрошенные в этом месте.

### Какие у нас есть навыки?

В процессе оценки окончательного решения важно ответить на многие из следующих вопросов: Что ты лично можешь делать в этом бизнесе? Как ты думаешь, можно ли начать бизнес, используя опыт, накопленный в той сфере, в которой ты работаешь или учился?

### Можете ли вы подойти к существующей идее по-новому?

Значительная часть успешного бизнеса начинается с изменения, переосмысления или переосмысления уже существующей бизнес-идеи. Подумайте, может быть, вы сможете подойти к уже существующей идее совершенно по-новому и оригинально!?

Какие экологические проблемы могут стать бизнес-возможностями?

Вы уже знаете, что общественная забота об окружающей среде - одна из самых важных тенденций в нашем обществе. Отношение и восприятие меняются день ото дня, люди пытаются стать более ответственными за то, как хранятся отходы и природные ресурсы. Вы можете заметить, что потребители все чаще хотят есть натуральные продукты. В этом смысле рыночный спрос на товары, производство которых не наносит вреда окружающей среде, начинает расти. Таким образом, в качестве бизнес-идей можно анализировать производство экологически чистых продуктов, переработку отходов, особенно пластиковых или органических и т. д. Как на местном, так и на национальном уровне.

## 2. 2. Жизнеспособность бизнес-идеи

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- оценить жизнеспособность бизнес-идеи;
- составить технико-экономическое обоснование собственной бизнес-идеи.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

Прежде чем выйти на рынок с новым продуктом, независимо от профиля компании (производит товары или оказывает услуги), необходимо провести глубокий анализ с нескольких точек зрения, возможностей запуска, попытавшись ответить на несколько вопросов.

Производство должно быть завершено до процесса ликвидации. Убедитесь, что производственные бригады должным образом подготовили хранение средств и материалов, которые могут быть использованы в будущем и устранили отходы.

Продажи должны закончиться, когда компания начнет процесс ликвидации. Если объемы продаж низкие, организуйте собрание компании, чтобы обсудить варианты увеличения продаж путем: организации конкурса продаж; продажи со скидками или продажа акций, которые вы держите в другой компании. Существует вероятность ликвидации предприятия в убыток.

Баланс запасов является сводным документом. Баланс запасов рассчитывается как количественно, так и в стоимостном выражении для каждой позиции и управления отдельно. Он включает столбцы исходного запаса, входных данных, выходных данных и конечного запаса на количественной стороне и начального сальдо, входных, выходных и конечного сальдо на стоимостной стороне

### Учебные мероприятия

#### ➔ Задание. Баланс доступных запасов

Инструкция по заполнению:

1. Название продукта - введите список продуктов, предлагаемых школьной компанией.
2. Цена - укажите цену, рассчитанную в соответствии с затратами на производство.
3. Начальный запас - количество разработанных единиц продукции.
4. Начальное значение - умножьте цену на количество единиц в исходном запасе
5. Продажи - укажите количество единиц, которые были проданы.
6. Выручка - умножается цена на количество единиц из продаж.
7. Конечный запас - разница между единицами исходного запаса и единицами продаж.
8. Потери - умножьте цену на количество единиц в конечном запасе.



| номер        | Наименование товара | Цена (лей) | Начальный запас (единицы) | Начальная стоимость (лей) | Продажи (единицы) | Доход (лей) | Конечный запас (единицы) | Потери (лей) |
|--------------|---------------------|------------|---------------------------|---------------------------|-------------------|-------------|--------------------------|--------------|
| 1            |                     |            |                           |                           |                   |             |                          |              |
| 2            |                     |            |                           |                           |                   |             |                          |              |
| 3            |                     |            |                           |                           |                   |             |                          |              |
| <b>ИТОГО</b> |                     |            |                           |                           |                   |             |                          |              |

Расчет стоимости товара - операция, которая является частью коммерческого и технологического процесса и требует следующих этапов: транспортировка товара домой; учет цен; расчет суммы платежа; получение эквивалентного значения:

Показателем, дополняющим информацию о производительности труда, является коэффициент эластичности, который отражает прибыльность бизнеса (процентное увеличение производства) к процентному изменению человеческого фактора.  $E = \frac{W_m}{W}$ .

В зависимости от значения полученного коэффициента эластичности, существуют 3 значимые области:

- зона I - называется зоной повышенной продуктивности, при  $E > 1$  предприятие использует рабочую силу ниже оптимального уровня.

зона II - называется зоной сниженной продуктивности, при  $0 < E < 1$  компания оптимально использует рабочее время.

- зона III - называемая зоной отрицательной доходности,  $E < 0$ , определяет ликвидацию предприятия и препятствует нормальному развитию производственного процесса.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНО

Какое значение имеют такие понятия, как: расформирование, ликвидация и снятие с учета?

- расформирование заключается в прекращении коммерческой деятельности.

- Ликвидация относится к активам, остающимся в компании и их распределению среди всех сотрудников: товары и деньги, из кассы или из банка.

Удаление - последний шаг к закрытию компании

## РЕЗЮМЕ

Как и на других этапах организации и управления компанией, ликвидация включает в себя мобилизацию всей команды для достижения общей цели. На этапе ликвидации будет проведено несколько молниеносных встреч, чтобы проверить ситуацию и заполнить регистры.

## 5.2. Завершение производства и продаж

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить объемы производства и продаж;
- проанализировать маркетинговую стратегию.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, доска, фирменные бланки, тематические исследования.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

Вся практическая работа, связанная с продажами и производством, должна быть завершена до фактического закрытия предприятия. Сначала процесс производства останавливается, затем компания начинает выпускать депозиты. Снижение цен может быть предложено для обеспечения реализации всего запаса товаров.

✚ Обсудите с учениками выбранную бизнес-идею и оцените способы исследования жизнеспособности продукта или услуги. Жизнеспособность бизнеса зависит от: клиентов и конкурентов, маркетинговой стратегии и прибыльности бизнеса. Технико-экономическое обоснование - это анализ осуществимости идеи. Его можно подготовить как в случае стартапа, так и в случае уже существующей компании. Такое исследование помогает нам ответить на следующие вопросы:

- Могу ли я инвестировать в эту бизнес-идею?
- Достаточно ли средств / экономической мощи, чтобы поддержать эти инвестиции и довести их до конца?
- Каковы риски реализации проекта и каковы слабые / сильные стороны компании, которая хочет реализовать проект?
- Известны ли потенциальные риски и есть ли решения, которые необходимо решить?
- Будет ли вложение прибыльным после того, как оно будет сделано?

Очевидно, что это преимущество проведения такого исследования предотвращает риск заглядывать вперед в идею / проекте, который по тем или иным причинам не окажется для нас прибыльным. Это избавляет нас от возможной потери денег и времени на нерентабельную идею. Если первоначальный анализ окажется отрицательным, это не обязательно означает, что решений нет, идея может быть скорректирована так, чтобы в конечном итоге она стала жизнеспособной.

Еще одно преимущество состоит в том, что это исследование показывает нам, какая прибыль потребуется (после инвестирования) для того, чтобы бизнес был прибыльным, и поэтому мы можем принять решение о начале инвестиций. Более того, часто на практике у нас может быть несколько альтернативных бизнес-идей, подготовив это исследование, мы можем изучить каждую из них, чтобы выбрать лучшую.

### Характеристики продукта

Рекомендуется чтобы продукт Школьной Компании не был очень большого размера, чтобы не создавать трудностей при транспортировке или хранении. Обычно у ШК нет мест для продажи или хранения. Не исключено, что представители отдела продаж будут везти товар с собой, что совсем не удобно в случае хрупкого и объемного товара.

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Объем.</b> Насколько маленький, большой, громоздкий будет продукт? Сможете ли вы носить его в сумке или вам понадобится отдельная упаковка?</p>   | <p><b>Ценность.</b> Нужен ли потребителям продукт, который мы хотим продавать? Сколько потребителей хотели бы его использовать? Как часто потребителям нужен наш продукт? Один раз, 2-3 раза или несколько раз?</p> |
| <p><b>Прочность.</b> Насколько хрупким, относительно прочным и долговечным является наш продукт? Не рискуете ли вы разбить, сломать его, сплющить, смять по дороге в школу или к потребителю?</p> | <p><b>Безопасность в использовании.</b> Подвергается ли потребитель какой-либо опасности, если он решит использовать наш продукт, или предлагается средняя / повышенная безопасность?</p>                           |

**Срок годности или гарантия.** Какие условия хранения нужно создать для выбранного товара? Какой у него будет срок годности? Чтобы не нести финансовые потери в случае, если продажи пойдут не очень хорошо, выбирайте продукты со сроком годности как можно более длительным или даже безлимитным. Продукт - скоропортящийся (портящийся) с ограниченным или неограниченным сроком действия?

### Производственный процесс

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Поставка материалов.</b> Как найдем необходимое нам сырье (будет сложно, не очень сложно, просто)? Будет ли у нас достаточно денег, чтоб закупить первую партию материала? Сырье должно быть доступным и относительно недорогим. Прежде чем выбрать товар, оцените себестоимость производства, чтобы конечная цена не была завышена.</p> | <p><b>Необходимое время.</b> Сколько времени займет наш производственный процесс: много времени, среднее или приемлемое потребление? Готовы ли мы выделить время для этого занятия? Если бы производственный процесс занимал много времени, альтернативными издержками была бы неподготовленная домашняя работа.</p> |
| <p><b>Безопасность труда.</b> Производственный процесс должен быть относительно простым, без использования опасных инструментов и веществ. Работники производства подвергаются повышенной опасности, средней, неопасной.</p>   | <p><b>Требования к персоналу.</b> Сколько человек будет участвовать в производственном процессе (менее 30%, около 50%, более 75%) от числа сотрудников?</p>  |

### Финансовая эффективность

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Количество клиентов.</b> Кто будет покупать наш продукт: большая, средняя, малая группа клиентов? Какой сегмент рынка может быть заинтересован нашим продуктом? Это продукт для всех возрастов или только для определенных категорий? Сможем ли мы определить способы диверсификации продукта, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить долю рынка?</p> | <p><b>Цена продажи.</b> Какую цену мы можем установить на товар? Эта цена слишком низкая, средняя, завышенная для потребителя? Не выбирайте дорогие товары, чем выше цена, тем меньшее количество потребителей сможет позволить себе товар. С другой стороны, низкая цена потребует большого количества клиентов.</p> |
| <p><b>Конкуренция.</b> Сколько у вас конкурентов: много, мало, конкурентов нет? Кто еще продает аналогичные товары? Постарайтесь выявить необычные товары, которых нет на рынке. У ШК есть преимущество находиться близко к прямому потребителю: изучите это преимущество.</p>  | <p><b>Чистая прибыль.</b> Какую прибыль сможет принести бизнес: менее 10%, 15-25%, может быть, более 25%?</p>   |

### Учебные мероприятия

#### ➔ Мероприятие. Заседание

Каждый отдел обсуждает наличие определенных препятствий для ликвидации компании и сроки, в которых ситуацию можно исправить.

**Производство** - знание запасов, сроков завершения производства. Проведите краткий анализ производственного процесса. Определите, можно ли управлять производством более эффективно или можно было уменьшить потери.

- Пересмотрите схему этапов производства
- Обсудите различные варианты обучения
- Проанализируйте план оплаты труда производственных рабочих. Может ли повышение заработной платы для меньшего числа работников привести к повышению производительности?

**Маркетинг и Продажи** - варианты увеличения продаж. Проведите краткий анализ производственного процесса. Определите, можно ли было увеличить продажи.

- Проанализируйте маркетинговую стратегию.
- Обсудите различные варианты обучения
- Проанализируйте план вознаграждения сотрудников с продаж. Могут ли разные конкурсы или более высокие комиссионные обеспечить более динамичные продажи?



**Человеческие ресурсы и персонал** - оплата труда.

- Проанализируйте стратегию оплаты труда сотрудников.
- Обсудите полученный опыт.

**Финансы** - сотрудничай с каждым для правильной подготовки окончательного операционного отчета Школьной Компании.

- Проанализируйте этапы подготовки итогового отчета.
- Обсудите различные варианты обучения.



Производительность труда (W) выражается как соотношение между объемом производства (Q) и затратами на оплату труда (T):  $W = Q / T$ .

Предельная производительность труда будет обозначаться через  $W_m$  и отражает соотношение между увеличением производства ( $\Delta Q$ ) и дополнительным количеством труда

$$(\Delta T): W_m = \frac{\Delta Q}{\Delta T} = \frac{Q_1 - Q_0}{T_1 - T_0}$$

## ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ V. ЛИКВИДАЦИЯ ШКОЛЬНОЙ КОМПАНИИ

|  |
|--|
| <p><b>Единицы компетенции:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Оценка результатов предпринимательской деятельности для оценки эффективности деятельности.</li> <li>➤ Управление прибылью для эффективного вклада в общую деятельность.</li> <li>➤ Единицы содержания:</li> <li>➤ График ликвидации Школьной компании.</li> <li>➤ Завершение производства и продаж.</li> <li>➤ Составление итогового операционного отчета рамках Школьной Компании.</li> <li>➤ Что делать с прибылью? Экономическая лаборатория.</li> </ul> <p><b>Ключевые понятия:</b> производство, продажи, ликвидация, диаграмма, отчет, прибыль, доход, норма прибыли, результат, развитие.</p> <p><b>Методы и техники:</b> анализ, таблица, синтез, мозговой штурм.</p> <p><b>Навыки:</b> креативность, командный дух, настойчивость, уверенность в себе, инициативность, ответственность, принятие риска, понимание и управление ресурсами.</p> <p><b>Рекомендуемое количество часов:</b> 6 часов</p> <p><b>Рекомендуемые школьные методы проверки:</b> Тест.</p> |
|--|

### 5.1. График ликвидации Школьной Компании

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- изучить этапы ликвидации Школьной Компании;
- подготовить необходимую документацию.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, доска, фирменные бланки, тематические исследования.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

Компании могут быть ликвидированы по нескольким причинам: нехватка денег и невозможность продолжать работу или отказ от бизнеса в пользу другой идеи.

В отличие от реальных компаний, Школьная Компания ликвидируется, потому что это образовательный проект с ограниченным сроком действия - максимум один учебный год. Участники текущей компании могут возобновить этот опыт в следующем году обучения, с другой идеей или с той же идеей, усовершенствованной с помощью аргумента плюс ценность. Крайний срок ликвидации указан в регистрационной форме и в Авторизации Школьной Компании и должен строго соблюдаться.

Для того чтобы процесс ликвидации проходил организованно, необходимо соблюдать следующие этапы:

1. Проверка запасов сырья и завершение этапов производства.
2. Подготовка и заполнение итогового операционного отчета.
3. Возврат нереализованной продукции.
4. Заполнение финансового баланса.

#### Характеристики услуги

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Сегмент рынка.</b> Сколько клиентов запросят наши услуги: небольшая группа, ограниченная группа, но не исключено - большая, разнообразная группа.</p>  | <p><b>Частота запроса.</b> Как часто будет запрашиваться услуга: иногда, в сезон, довольно часто?</p>  |
| <p><b>Польза.</b> Нужны ли потребителям наши услуги? Сколько потребителей могут этого захотеть? Как часто потребители нуждаются в наших услугах? Спрашивали один раз, 2-3 раза или неоднократно?</p> | <p><b>Безопасность в использовании.</b> Подвергается ли потребитель какой-либо опасности, если он решит воспользоваться нашими услугами, или ему предлагается ограниченная, средняя или повышенная безопасность? ШК будет избегать оказания услуг, которые могут вызвать травмы или неприятные ситуации.</p> |

#### Оказание услуг

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Поставка материалов.</b> Необходимые материалы и инструменты будет трудно достать, они будут иметь средний доступ или будут доступны.</p>  | <p><b>Специальная подготовка.</b> Следует избегать услуг, требующих слишком большого количества сотрудников со специальными навыками или талантами. Нужна ли нам специальная подготовка, наличие особых навыков или общие навыки?</p>      |
| <p><b>Необходимое время.</b> Сколько времени у нас уйдет на оказание услуги: много, среднее количество или приемлемое? Если производственный процесс отнимет много времени, альтернативными издержками были бы неподготовленные уроки.</p> | <p><b>Безопасность труда.</b> Процесс оказания услуги должен быть относительно простым, без использования опасных инструментов и веществ. При оказании услуги сотрудники подвергаются повышенной, средней опасности или это безопасно.</p> |

**Требования к персоналу.** Сколько людей будет участвовать: будет ли небольшое, среднее количество или максимальным и эффективным участием? Не выбирайте услуги, которые могут быть предоставлены небольшим количеством людей с определенными специальными навыками и талантами.

#### Финансовая эффективность

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Цена продажи.</b> Какую цену мы можем установить за нашу услугу: слишком маленькую, доступную или завышенную? Чем выше цена, тем меньше потребителей позволит себе купить услугу. С другой стороны, низкая цена потребует большого количества клиентов.</p> | <p><b>Чистая прибыль.</b> Какую прибыль сможет приносить бизнес: менее 10%, 15-25% а может быть, более 25%?</p> |
|---|---|

- ✚ Чтобы узнать, как провести исследование рынка на профессиональном уровне, важно сначала узнать, что такое исследование рынка.

Независимо от того, называется ли оно **маркетинговым исследованием, исследованием рынка, опросом общественного мнения или market research, исследование рынка** - это подразделение маркетинга, который занимается изучением рынка и поиском. Основными методами, используемыми в исследовании рынка, являются сбор, централизация, анализ и интерпретация рыночных данных о клиентах, конкурентах, о размере рынка, о продуктах и услугах. Другими словами, посредством исследования мы тщательно анализируем, *что происходит на рынке*: каковы потребности потребителей, как выглядят конкуренты, каковы возможности и тенденции.

Благодаря своим целям исследование рынка обеспечивает стратегическое преимущество над конкурентами. Это может значительно повлиять на успех при разработке продукта. С помощью исследования рынка можно запускать, тестировать и улучшать продукты и услуги. На основе собранной информации можно принимать **обоснованные решения** и, таким образом, снижать риски.

- ✚ Вместе с учениками определите, что включает в себя изучение рынка.
- **Важная информация.** Маркетинговые исследования могут предоставить чрезвычайно важную информацию о потребностях и размере рынка, а также о конкуренции.
- **Конечные потребители.** Вы узнаете пожелания, потребности и мнения конечных потребителей. Таким образом, вы лучше узнаете их и научитесь действовать, чтобы предлагать им необходимые услуги и продукты.
- **Оптимизация маркетинга.** Исследование рынка можно использовать для определения того, как можно продвигать продукт или услугу.
- **Спрос и предложение.** Исследования могут помочь вам скорректировать объемы производства в зависимости от рыночного спроса и потребностей, чтобы вы не потеряли важные ресурсы для компании. Это также поможет вам максимально реалистично определить объем продаж, установив корреляцию между спросом и предложением на продукты или услуги, которые вы предлагаете.
- **Оптимизация цепочки поставок.** Тщательно проведенное исследование рынка может помочь вам оптимизировать этапы процессов, с помощью которых вы доставляете товары или услуги клиентам. Вы поймете эффективность текущих методов распространения и сможете предоставить информацию о наилучших способах доставки ваших продуктов или услуг вашим клиентам.
- **Эффективность каналов продвижения.** Исследование поможет вам взвесить, насколько эффективны различные медиа-каналы, которые вы хотите использовать для своих рекламных кампаний, в зависимости от вашего сообщения и аудитории.
- **Репутация.** Исследование рынка предоставит вам информацию о рынке с точки зрения репутации компании или продуктов.
- **Удовлетворение.** Исследование рынка может определить уровень удовлетворенности ваших клиентов независимо от того, обращаетесь ли вы к конечным потребителям или к бизнес-клиентам.
- **Законодательные вопросы.** Исследование рынка может помочь вам понять, как на ваш бизнес могут повлиять различные законодательные ограничения в стране или на европейском уровне.

связи, они либо разочаровываются, потому что чувствуют, что их работа не имеет значения, и тогда их интерес к следующим заданиям снижается.

- ✚ Для оценки заданий, которые были выполнены студентами, заполните вместе с президентом (менеджером) Школьной Компании таблицу «*Критерии оценки заданий*».

#### 4.6. Специальные мероприятия в рамках Школьной Компании

##### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- планировать участие в специальных мероприятиях;
- продвигать через продажу имидж Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

##### ВЫПОЛНЕНИЕ

###### Концептуальная основа

- ✚ При планировании мероприятия в Школьной Компании необходимо установить определенные правила и пройти определенные этапы:

1. Распределение ответственности.
2. Установление сроков и контроль выполнения задач.
3. Составление программы и сценария.
4. Подготовка приглашений.
5. Разработка презентационных и визуальных материалов.
6. Обустройство места, где состоится торжественное мероприятие.
7. Уведомите общественность, чтобы обеспечить участие и реализацию продукции, произведенной Школьной Компанией.

- ✚ Прежде чем участвовать в Национальной ярмарке Школьных Компаний, организуйте подобное мероприятие в своем учреждении, в районе, населенном пункте. Ученики отработают взаимодействие с потенциальным клиентом, определят рыночные предпочтения, приобретут коммуникативный опыт.

- ✚ Запланируйте в долгосрочном плане часы для участия в специальных мероприятиях в рамках Школьной Компании.

###### Предложения для особых Мероприятий в рамках Школьной Компании:

- Запуск Школьной Компании.
- Презентации для привлечения инвестиций в рамках Школьной Компании.
- Ярмарка идей Школьных Компаний.
- Местная ярмарка Школьных Компаний и др.

Во время этих мероприятий студенты могут применять анкеты для исследования рынка, продвигать товар / услугу, привлекать потенциальных инвесторов.

## 4.5. Решение проблем

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- определить решения существующих проблем;
- установить уровень выполнения поставленных задач.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

- ✚ В деятельности различных компаний, в том числе и Школьной Компании, могут возникать различные сложные ситуации. Один из способов решения проблем - заполнить схему, на которой указаны причины и последствия конфликтных ситуаций.

Наиболее частые причины трудностей и конфликтов в компании:

- нехватка ресурсов (финансов, персонала, оборудования);
- различное отношение, ценности или восприятие сотрудников в компании;
- недопонимание целей, приоритетов, интересов;
- неэффективное общение;
- роли и обязанности четко не определены.

Для решения сложностей любому руководителю нужен план действий. Сначала необходимо выявить проблемы, а затем проанализировать их. Следующий шаг - начать сбор данных от всех вовлеченных сторон, а затем искать решения. Как только решения найдены, их также необходимо проанализировать, а затем составить план действий. Он будет реализован не раньше, чем еще раз оценив ситуацию.

#### Как решаем трудности?

1. **Встречи** - это метод конструктивного диалога. С предварительной подготовкой (менеджер собирает все данные, связанные с причинами конфликта) и с правилами компании на столе. Встречи - хороший способ разрешить конфликты в команде.

2. Другим решением было бы **урегулирование трудовых споров**. Приглашаются третьи лица или даже несколько посредников, которые не имеют прямого участия в конфликте, которые направляют тех, кто вовлечен, таким образом, чтобы достичь хорошего решения. 3. **Прямой подход к проблеме**. Когда конфликт возникает между двумя сотрудниками, менеджер или руководитель группы может заставить их поговорить лицом к лицу.

4. **Сотрудники должны получать обратную связь**.

Конфликт в компании также возникает из-за того, что между коллегами или между командами трудно обеспечить эффективную обратную связь. Когда учащиеся не получают обратной

- **Ценовая политика**. Исследование рынка поможет вам определить правильный диапазон цен на продукты и товары вашей компании. Также он может помочь вам установить скидки для ваших партнеров и клиентов.
- **Соревнование**. Маркетинговые исследования могут помочь вам узнать маркетинговые стратегии и цены конкурентов на рынке, на котором вы работаете.
- **Новые возможности**. Исследование рынка может помочь вам открыть новые рынки для продуктов и услуг вашей компании.

#### ✚ Выясните вместе с учениками когда проводится исследование рынка.

- Когда вы хотите оценить *рыночный потенциал* для нового продукта или услуги, которые вы хотите запустить.
- Когда вы хотите узнать *реакцию потребителей* на уже существующий продукт или услугу.
- Чтобы узнать общие *условия и тенденции* рынка.
- Чтобы узнать *причины*, по которым существующий товар не продается.
- Чтобы найти более эффективные *способы распространения* продуктов и услуг среди потребителей.
- Знать *типы потребителей*, которые покупают определенный продукт, причины, по которым они покупают, и их предложения по улучшению этого продукта.
- Оценить *сильные и слабые стороны* конкурентов.
- Оценить *рыночную долю* компании.
- Оценить *объемы продаж*.
- Оценить *реакцию потребителей* на упаковку продукции компании и сделать ее максимально привлекательной.
- Для *сегментации рынка* в смысле разделения населения с одинаковыми мотивами в зависимости от заранее определенных критериев (психологических, демографических, географических или в зависимости от использования продукта).

## 2.3. Элементы фирменного стиля

### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить название школьной компании;
- проработать элементы фирменного стиля.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

### ВЫПОЛНЕНИЕ

#### Концептуальная основа

Название компании создает первое впечатление и способствует формированию имиджа компании. Школьная Компания - новая компания с ограниченным сроком существования, никому неизвестная. Следовательно, необходимо выбрать название, которое легко запомнить, и предложить потребителю как можно больше информации о продукте, команде, целях и т. д.

- ✚ Установите вместе со студентами компоненты визуального фирменного стиля, представив их в виде плаката.

Для создания визуального образа фирменного стиля мы создадим название, логотип (лого) и слоган Школьной компании с учетом определенных критериев:

| Элемент  | Критерии разработки  |
|--|--|
| <b>Название компании</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- быть отличительным и уникальным чтобы было легко произносить</li> <li>- запоминать и вспоминать;</li> <li>- быть кратким, простым и подразумевать приятную атмосферу;</li> <li>- содержать представление о предлагаемых продуктах, услугах и преимуществах;</li> <li>- быть знакомым, теплым, вежливым, радовать клиентуру.</li> </ul>  |
| <b>Логотип</b> - элемент, используемый для идентификации бренда, продукта, организации или мероприятия.                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- может состоять из нескольких букв, изображения или их комбинации;</li> <li>- быть легко узнаваемым;</li> <li>- идентифицировать весь бизнес.</li> </ul>   |
| <b>Слоган</b> - слово или группа слов, выражение или предложение, которые создают образ / личность компании, организации или группы людей. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- быть запоминающимся;</li> <li>- описать торговую марку продукта;</li> <li>- включить ключевое преимущество;</li> <li>- быть оригинальным, простым, приятным и достоверным.</li> </ul>   |
| <b>Значение цветов</b>   | <p><b>Красный</b> - очень сильный и страстный цвет, символизирующий любовь и романтику.</p> <p><b>Апельсин</b> - оранжевый означает веселье, творчество, молодость. Желтый - желтый цвет является ярким и означает веселье, радость, комфорт, интеллект и даже счастье.</p> <p><b>Зеленый</b> - описывает жизнь, здоровье, гармонию, устойчивость, оптимизм, свежесть.</p> <p><b>Синий</b> - символизирует профессионализм, надежность и стабильность.</p> <p><b>Фиолетовый</b> - выражает роскошь, фантазию, элегантность. Розовый - ассоциируется с женственностью, невинностью, молодостью, нежностью, чувствительностью.</p> <p><b>Серый</b> - ассоциируется с традиционализмом, умом, консерватизмом, серьезностью. Коричневый - обладает уверенностью и полезностью.</p> <p><b>Черно-белое</b> - минимализм. Черный цвет олицетворяет элегантность, загадочность, формальность, силу и изысканность. Белый цвет ассоциируется с чистотой, новизной, девственностью, миром, чистотой и простотой.</p> |

- ✚ Упаковка и маркировка продуктов - это аспекты, которые студенты часто упускают из виду. Но одним из критериев оценки компании на Национальной ярмарке Школьных Компаний является этот аспект.
- ✚ Назовите ответственных людей, которые будут выполнять поставленную задачу.

**Упаковка и маркировка** товаров играют жизненно важную роль в современной интегрированной системе распределения товаров. Упаковка защищает продукт от производства до потребителя, но в то же время облегчает производство, распространение и хранение. Кроме того, упаковка должна соответствовать требованиям розничной торговли и потребления, а также законодательству по охране окружающей среды, безопасности и здоровья. В торговой практике маркировка товаров является важным инструментом для простой и быстрой информации о товарах.

**Маркировка** - это простой и быстрый способ информирования о товарах. Вы можете порекомендовать использовать международно признанные знаки для описания представленного продукта. Информация о цене продукции или первичной стоимости не указана на этикетке, так как может меняться в зависимости от различных факторов.

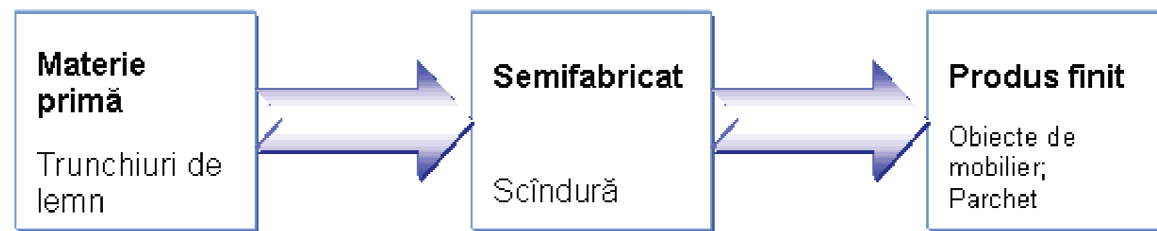


## 2.4. Элементы управления Школьной Компанией

### Концептуальная основа

**Производственный процесс** - состоит из всех действий, результатом которых является превращение материалов и полуфабрикатов в готовую продукцию. Это деятельность по получению материальных благ под воздействием труда.

Пример производственного процесса:



**Сырье (деревянные бревна) - полуфабрикат(доска) - готовый продукт (мебель, паркет)**

✚ Рекомендации: Чтобы производственный процесс был непрерывным и не преподносил неприятных сюрпризов, выполните с учащимися следующие шаги:

1. Обеспечение сырьем, материалами (убедитесь, что у вас есть все необходимое для запуска производственного процесса или, по крайней мере, есть доступ к сырью).
2. Убедитесь, что учащиеся обладают достаточными навыками для производства данного товара.
3. Назовите лицо или группу лиц, ответственных за производство.
4. Первоначально разработайте образец, чтобы определить его качество.
5. Определите меры по повышению качества и оптимизации затрат, если необходимо.
6. Протестируйте товар, поинтересуйтесь мнением потенциальных потребителей, также можете разработать по нему опрос.
7. Изготовьте, упакуйте.
8. Продавайте.

✚ Продажа жизненно важна для успеха Школьной Компании, и в идеале каждый член должен участвовать в продаже продуктов. Безусловно, что даже в этом случае Школьная Компания формулирует цели продаж. Если до сих пор не было это сделано - то пора!

### 4.4. Маркировка продукции

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- разработать информационную поддержку для потребителя - этикетку товара;
- установить необходимые затраты на маркировку и упаковку.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- построить организационную структуру своей компании;
- разработать устав Школьной Компании;
- оценивать задачи, выполняемые членами Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

Управление предпринимательской деятельностью предполагает взаимодействие с коллегами, поэтому существуют разные варианты организации ШК, а также множество должностей и обязанностей. Каждая компания выбирает свою структуру, исходя из специфики людей, входящих в ее состав.

✚ Обсудите с учениками методы ведения бизнеса и отношения которые устанавливаются между сотрудниками.

Традиционный менеджмент - традиционная Школьная Компания управляется командой менеджеров, которые берут на себя главную роль в управлении компанией. В их подчинении находятся сотрудники производства, сбыта и др. Между двумя категориями - топ-менеджеры и сотрудники могут оказаться люди с определенными обязанностями: ответственные за финансовую отчетность, уровень запасов, менеджеры по рекламе и т. д. Список вариантов трудоустройства в Школьной Компании максимально разнообразен. Каждому важно выбрать занятие по душе и по способностям. Многие задачи могут быть выполнены путем кумуляции, поэтому человек может заниматься несколькими видами деятельности

Командные методы управления. Успешные компании обнаружили, что, хотя конкуренция стимулирует производительность, часто бывает, что разные сотрудники объединяются в команды и вместо того, чтобы соревноваться друг с другом, объединяют усилия для развития бизнеса. Традиционная модель, ориентированная на иерархию, уступает место моделям, ориентированным на концепцию команды. Вся команда участвует в принятии решений, проведении мероприятий, корректировке программ, решении проблем. Работа в команде предполагает сотрудничество нескольких человек, проявление лидерских качеств, уважение и выполнение общих решений, взаимопомощь. В команде, структурированной в соответствии с идеей команды - управление децентрализовано, то есть решения не принимаются сверху вниз, а являются общим достижением и пользой для всей команды. Успех компании во многом зависит от вовлеченности каждого, качеств и возможностей каждого в отдельности. Работа в команде предполагает общение, эффективную координацию и разделение труда.

Быть или не быть командой? В организации компании на основе команды есть как преимущества, так и недостатки. К преимуществам можно отнести: возможность использовать таланты каждого человека. Команда работает с людьми, обладающие навыками, которые дополняют друг друга, снижают риск личной неудачи, повышают эмоциональную поддержку, а также шансы на успех. К недостаткам относятся: возможность серьезных

конфликтов, неадекватное разделение обязанностей и отсутствие способности принимать решения. Вовлечение каждого члена команды и принятие ответственности за проделанную работу увеличивает шансы на успех.

- ✚ Для того, чтобы организовать деятельность КС и получить лицензию на деятельность от JA Moldova, команда студентов должна разработать Устав Школьной Компании.

*Устав Школьной Компании* - это внутренний документ, который направляет деятельность ШК на протяжении всей деятельности. Несмотря на то, что он содержит некоторые жесткие положения, касающиеся сущности и функционирования компании, устав может быть изменен или дополнен новыми статьями, если это необходимо, если большинство членов ШК выступают за изменение.

- ✚ Для оценки заданий, которые были выполнены учениками, вместе с президентом (менеджером) Школьной Компании заполните таблицу «Критерии оценки заданий».

Для регистрации созданной Школьной компании необходимо предоставить следующие документы на Junior Achievement в электронном формате:

- Заявление.
- Устав компании.

На основании этих документов JA выдаст вам **Авторизацию на осуществление деятельности**.

существует обратно пропорциональная зависимость между спросом и ценой. Это означает, что чем выше цена, тем ниже спрос (и наоборот).

3. *Оценка стоимости.* Цены основаны на расходах компании с целью покрытия затрат на производство и маркетинг продукта по установленной цене и получения прибыли, соответствующей приложенным усилиям и принятому риску.

4. *Анализ затрат, цен и предложений конкурентов.* Сравнить уровень собственных затрат с уровнем конкурентов необходимо.

5. *Выбор окончательной цены.* Для его расчета компания должна учесть ряд дополнительных факторов, таких как:

- психологическая цена (например, цены, оканчивающиеся на нечетное число: 99 лей, а не 100 лей);

- поддержка, предлагаемая комплексом маркетинга (качество продукта, оптимальное размещение, продвижение).

Цена продажи продукта включает в себя общую стоимость и размер прибыли. Общая стоимость состоит из **стабильных** и **переменных** затрат. В стабильную стоимость входят те затраты, которые не меняются независимо от количества произведенной продукции (аренда помещения, затраты на приобретение оборудования, зарплата администрации и т. Переменные затраты - это те затраты, которые меняются в зависимости от объема производимой продукции (заработная плата рабочих производственного участка, затраты на закупку сырья и материалов и т. Д.).

- ✚ Призовите детей попрактиковаться в расчете различных уровней цен на продукты / услуги, предлагаемые Школьной Компанией.

В первую очередь, предложите ввести 2 тестовых цены на продукт компании. Один должен быть больше, а другой меньше. Из чистой розничной цены они вычтут комиссию за продажу в размере 10% и зафиксируют результат во второй строке. В строке III они будут вводить стоимость материалов на единицу продукта (эта стоимость будет идентична в тестовой цене 1 и тестовой цене 2). Из розничной цены (строка III) вычитается стоимость материалов на единицу продукции, таким образом мы находим цену брутто на единицу продукции (V).

### 4.3. Производственная деятельность в рамках Школьной Компании

#### ЦЕЛИ:

*Учащиеся будут способны:*

- разработать производственный план и перечень мероприятий Школьной компании;
- определить цели продаж.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

Верхняя часть акции выдается владельцу акции, нижняя часть остается для регистрации в Реестре акций. Укажите с обеих сторон номер акции, например: №. 10. И акция, и регистрационная форма должны иметь один и тот же номер. Укажите название Школьной Компании, например "Mi-mi" SA, с IP. LT. Лучиан Блага. Укажите общую стоимость, предложенную акционером, по стоимости акции. Например, если акционер приобрел 5 акций номинальной стоимостью 10 леев, введите 50 леев. Нужно выдать ему 5 акций.

- ✚ Назначьте сотрудника, ответственного за регистрацию акционеров школьной компании.

#### 4.2. Текущая деятельность в рамках Школьной Компании

##### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить перечень мероприятий, запланированных в рамках Школьной Компании;
- определить цены на продукт / услугу, предлагаемую Школьной Компанией.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

##### ВЫПОЛНЕНИЕ

###### Концептуальная основа

- ✚ Составьте список повседневных дел на собрании и запишите достижения, чтобы привлечь к ответственности членов компании.
- ✚ После того, как студенты определились с бизнес-идеей, накопили необходимый социальный капитал, предложите компании установить цену продукта / услуги.
- ✚ **Цена** - один из основных факторов, определяющих прибыльность компании. Это единственный компонент комплекса маркетинга, который приносит доход, остальные компоненты (продукт, размещение, продвижение) требуют только затрат.

При определении цены на товары и услуги необходимо учитывать следующие аспекты:

- цена должна быть установлена на таком уровне, чтобы товар (услуга) принимался потребителями, т.е. они хотели и имели возможность его купить;
- уровень цен должен обеспечивать покрытие всех расходов компании и получение прибыли.

При **разработке своей ценовой политики** Школьная Компания должна учитывать ряд факторов. Ценообразование требует пятиэтапного цикла, а именно:

1. **Установление цели ценовой политики.** Компания должна решить, чего хочет добиться, производя конкретный продукт. Если она правильно выбрала свой рыночный сегмент и хорошо позиционировала в нем свой продукт, комплекс маркетинга и, конечно, ценовая политика не подведут.
2. **Определение объема спроса.**

Каждая цена, которую может установить компания, определяет определенный уровень спроса и, следовательно, оказывает определенное влияние на ее маркетинговые цели. Обычно

## ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ III. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ШКОЛЬНОЙ КОМПАНИИ

##### Единицы компетенции:

- Разработка собственного бизнес-плана для принятия рациональных решений.
- Определение роли маркетинга в успехе бизнеса.
- Разработка стратегии продвижения продукта для достижения успеха.

##### Единицы содержания:

1. Что такое бизнес-план?
2. Описание бизнес-плана.
3. Маркетинговая стратегия.
4. Оперативный план.
5. План управления и человеческие ресурсы.

##### Финансовый план.

**Ключевые понятия:** бизнес-план, маркетинговая стратегия, операционный план, план управления человеческими ресурсами, финансовый план, конкуренты, продвижение, размещение, распределение, зарплата по соглашению, сверхурочная заработная плата, точка безубыточности, валовая прибыль, рентабельность продаж.

**Методы и техники:** анализ, синтез, фронтальные анкеты, таблицы.

**Навыки:** работа в команде, публичная презентация, формирование сообщества, критический анализ информации, критическое мышление, математический расчет, принятие решений и аргументация, формулирование выводов, самооценка.

**Рекомендуемое количество часов:** 6 часов

#### 3.1. Что такое бизнес-план?

##### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить важность бизнес-плана для Школьной Компании;
- определить информацию, которая будет включена в бизнес-план.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

##### ВЫПОЛНЕНИЕ

###### Концептуальная основа

Учитель может решить, в каком порядке будут изучаться разделы 3 и 4. Если вы находитесь на начальном этапе и учащиеся впервые знакомы с деятельностью Школьной Компании, вы можете изучать эти два блока параллельно. Один человек, отвечающий за: человеческие ресурсы, производство, маркетинг и т. д. будет работать над разработкой бизнес-плана, остальные будут привлекать инвестиции в рамках Школьной компании, будут организовать все необходимое для производства в Школьной Компании, маркировки продукции, планирования специальных мероприятий. Часто бывает, что ожидания учеников относительно

продукта / услуги не оправдываются, поэтому у них есть возможность и время протестировать другой продукт.

Секрет успеха в бизнесе - тщательное планирование. Чтобы противостоять рынку, чтобы быть конкурентоспособным и гибким к требованиям и потребностям потребителя, вы должны спланировать свой бизнес.

- ✚ Обсудите с учениками ключевые понятия модуля. Проведите собрание Школьной Компании вместе. Заполните протокол собрания.
- ✚ Обсудите со студентами категории информации, которая должна быть представлена в бизнес-плане. Бизнес-планирование предполагает накопление следующих видов информации с целью получения максимально возможной прибыли в долгосрочной перспективе, а затем использование этой информации при разработке бизнес-плана, а именно:
  - ➔ Накопление информации о бизнесе, потенциальных клиентах и конкурентах.
  - ➔ Накопление информации о рынке.
  - ➔ Накопление информации о производственном процессе.
  - ➔ Накопление информации о человеческих ресурсах, а также финансово-бухгалтерской информации.
  - ➔ Анализ текущей ситуации, возможностей и внутренних и внешних угроз бизнеса.

Планирование - это процесс, с помощью которого организации пытаются предвидеть изменения и адаптироваться, чтобы обеспечить достижение целей организации. Бизнес-план - это документ, который описывает бизнес-идею компании с поставленными целями и задачами. Бизнес-план раскрывает все соответствующие отделы, связанные с ведением бизнеса: администрация, производство, маркетинг, человеческие ресурсы и финансы.

Бизнес-план - это аналитический документ, в котором:

- ➔ Цели компании четко определены.
- ➔ Определена стратегия их достижения.
- ➔ Выявлено, как имеющиеся ресурсы будут использоваться для достижения поставленных целей.
- ✚ Бизнес-планы различаются по своей структуре в зависимости от необходимости его применения. Обсудите с учениками, почему бизнес-планирование важно.
- ✚ У бизнес-плана нет фиксированной структуры, она может варьироваться в зависимости от требований к информации, которым должен отвечать бизнес-план. Обычно бизнес-план содержит ряд обязательных компонентов:
  - ➔ Титульный лист.
  - ➔ Содержание.
  - ➔ Резюме.
  - ➔ Описание бизнес-плана.
  - ➔ Маркетинговая стратегия.
  - ➔ Операционный план.
  - ➔ План управления и человеческие ресурсы.
  - ➔ Финансовый план.

потому что это обеспечивает экономическую устойчивость Школьной Компании. Тем не менее, на основании сбора средств – **желание и мотивация** того, кто должен делать пожертвования.

- ✚ Обсудите с учениками ключевые понятия модуля. Проведите собрание Школьной Компании вместе. Заполните протокол собрания.
- ✚ Объясните ученикам, что сбор средств в первую очередь рассматривается с точки зрения отношений, а затем денег. Почему отношения? Потому что они берут на себя определенные обязательства перед спонсорами.

Отправной точкой для сбора средств является выполнение SWOT-анализа, чтобы учащиеся лучше понимали, на каком этапе находится Школьная Компания сегодня

🚧 Порекомендуйте студентам выпустить акции номинальной стоимостью 10 леев за акцию, чтобы определить возможные источники финансирования бизнеса. Чтобы определить стоимость акции, уставный капитал, необходимый для экономической деятельности, делится на количество выпущенных акций. Например: Уставный капитал компании Kitchen Helper School Company составляет 1000 леев, количество выпущенных акций - 100, номинальная стоимость (VN) - 10 лей / акция.

$$VN = \frac{\text{уставный капитал}}{\text{количество акций}} = \frac{1000}{10} = 10 \text{ lei}$$

Основываясь на модели LCI, предложите каждому участнику Школьной Компании определить потенциальных инвесторов. Затем сопоставьте идеи, чтобы создать общий список инвесторов. Например: Заинтересованное лицо - отец, отношения - родство; сумма- 50 лей; проценты - на получение дивидендов (процент от прибыли Школьной Компании).

Это упражнение не обязательно выполнять в классе, вы можете рекомендовать учащимся взаимодействовать с другими одноклассниками, учителями, администрацией или другими заинтересованными людьми в учебном заведении, развивая таким образом эффективные коммуникативные навыки. Для большей убедительности я предлагаю использовать в качестве аргументов сильные стороны и возможности SWOT-анализа.

- ✚ Каждый акционер получит долю Школьной Компании. Как заполнить?

**Actiune**  
 O cote-parte \* Ne transmisibil  
 Nelegalizat \* Termen de valabilitate limitat

Nr. \_\_\_\_\_

Compania școlară \_\_\_\_\_  
 de la \_\_\_\_\_  
 Confirmă că \_\_\_\_\_  
 Este deținătorul a unei cote-părți.

Valoare nominală \_\_\_\_\_ lei  
 În valoare \_\_\_\_\_ lei\* din stocul de capital, conform informației de pe certificat.

Junior Achievement®  
 Programul Economia Aplicată

Reprezentant \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_\_  
 Acționarul acordă reprezentantului dreptul de a-și exprima interesele la toate întririle Consiliului de Directori

\*Valoarea nominală a acțiunii se va încadra obligatoriu în limita de 10 lei.

**FIȘA DE ÎNREGISTRARE A ACȚIONARULUI**  
 Nr. \_\_\_\_\_

ÎN ATENȚIA ACȚIONARILOR: Verificați ca numele și adresa D-voastră să fie înregistrate complet și lizibil. Nu uitați să semnați fișa de înregistrare.

Numele \_\_\_\_\_  
 Strada \_\_\_\_\_  
 Localitatea \_\_\_\_\_ Cod poștal \_\_\_\_\_

Semnătura acționarului \_\_\_\_\_  
 Reprezentantului \_\_\_\_\_

Junior Achievement®  
 M O L D O V A

## ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ IV. УПРАВЛЕНИЕ ШКОЛЬНОЙ КОМПАНИЕЙ

### Единицы компетенции:

- Определение возможностей финансирования предпринимательской деятельности;
- Оценка потребности в капитале для выполнения производственной деятельности.
- Осуществление производственной деятельности для обеспечения успеха.
- Обоснование взаимозависимости спроса и предложения для установления рыночной цены.
- Ценить роль сотрудничества, честности и уважения в командной работе для достижения эффективного общения.

### Единицы содержания:

1. Привлечение инвестиций в Школьную Компанию.
2. Текущая деятельность в Школьной Компании.
3. Производственная деятельность в рамках Школьной Компании.
4. Маркировка продукции.
5. Решение проблем.
6. Специальные мероприятия в Школьной Компании.

**Ключевые понятия:** акции, акционер, маркировка, цена, акционерный капитал, постоянные расходы, переменная стоимость, сырье, полуфабрикат, конфликт, особое событие.

**Методы и техники:** SWOT-анализ, тематическое исследование, модель LCI, таблица, синтез, специальное мероприятие, мозговой штурм.

**Навыки:** работа в команде, публичная презентация, построение сообщества, анализ критической информации, критическое мышление, математический расчет, разрешение конфликтов, принятие решений и аргументация, эффективное управление ресурсами, формулирование выводов, самооценка, уверенность в себе.

**Рекомендуемое количество часов:** 14 часов

### 4.1. Привлечение инвестиций в рамках Школьной Компании

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- определить финансовые ресурсы, необходимые для деятельности Школьной Компании;
- разработать SWOT-анализ своей Компании;
- зарегистрировать акции Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

«Сбор средств» для Школьной Компании означает гораздо больше, чем просто сбор средств. Очевидно, что сбор денежных сумм является конечной целью деятельности по сбору средств,

### 3.2. Описание бизнес-плана

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- разработать краткое описание идеи Школьной компании
- составить цели бизнес-плана.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

- ✚ Объясните учащимся компоненты бизнес-плана, распределите задачи для каждого члена команды, в зависимости от направления деятельности, частью которой он является, для составления бизнес-плана.

*Титульный лист* бизнес-плана содержит информацию о: названии бизнес-проекта, полном названии компании, учебном заведении, в котором работает Школьная Компания, адрес и контактные данные (номер стационарного и мобильного телефона, факс), e-mail), дата, месяц и год составления бизнес-плана. Цель составления бизнес-плана может быть указана на обложке. Хорошей идеей будет сразу поставить цветную картинку с вашим продуктом.

*Оглавление* - это упорядоченный список содержания бизнес-плана. С помощью оглавления каждый человек легко найдет необходимую информацию. Содержание может быть написано на начальном этапе разработки бизнес-плана, поскольку оно определяет структуру плана; когда разработка плана завершена, указываются страницы для каждой главы или раздела.

*Резюме* содержит от 1 до 2 страниц текста. Эта часть бизнес-плана обычно читается первой, находится в начале документа, но разрабатывается после того, как были составлены другие компоненты плана. Из резюме можно найти самые важные детали: учредители Школьной компании, аргументацию выбора организационно-правовой формы, специфику продукта или услуги, описание рынка, перспективы роста, конкуренцию, технологический процесс, необходимые ресурсы (материальные, человеческие, финансовые), прогнозы по доходам и др. Резюме должно вызывать интерес у потенциального инвестора и желание встретиться с человеком, который представил проект.

- ✚ Проанализируйте вместе с учащимися составные части Описания бизнес-плана, дайте ответы на предложенные вопросы, не забывайте, что по обсуждаемому содержанию учащиеся выполнили задания на предыдущих уроках. Улучшите предыдущие ответы.

*Описание бизнес-плана включает:*

Описание основной деятельности Школьной Компании с выделением факторов, определяющих успех бизнеса, например: местоположение, технологии, предыдущий опыт, доступная рабочая сила.

- ➡ Каковы цель и задачи бизнеса?
- ➡ Насколько реалистичны цели, задачи, прогнозы?

Цель и задачи школьной компании были изложены на предыдущем уроке. Учтем, что для этого указываются конкретные данные, к которым мы стремимся, а цели должны быть реальными, измеримыми и актуальными, сформулированными в соответствии с правилом SMART.

- ➔ Насколько хорошо проанализированы сильные и слабые стороны бизнеса, какие возможности и риски были выявлены?

Сильные и слабые стороны - это на самом деле преимущества и недостатки, возникающие внутри компании, которые зависят от внутренней среды и могут быть устранены или улучшены командой Школьной Компании. Возможности или риски - это преимущества и недостатки, которые приходят извне и не могут быть изменены, влиять или устранены командой Школьной Компании.

- ➔ Какие стратегии будет использовать Школьная Компания?

Стратегии будут реализованы для устранения слабых мест и рисков.

- ➔ Что это за товар или услуга? Определим качественные и количественные характеристики, преимущества продукта, упаковки, продолжительность эксплуатации и наиболее важные этапы создания продукта. Обсудим выбор продукта потребителями, его конкурентное преимущество, обслуживание клиентов.
- ➔ Кто основные клиенты? Какие результаты (финансовые, производственные и т. д.) уже получены?

### 3.3. Маркетинговая стратегия

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- определить целевой рынок Школьной Компании;
- описать методы продвижения Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

Бизнес-план становится более полезным и реальным, если описаны и аргументированы методы продвижения, размещения продукта или услуги, связанные с интересами клиентов, положением конкурентов, географическим положением и, что не менее важно, расходами. Важно представить комплекс маркетинга и соотношение между его элементами: товар, цена, продвижение, размещение.

- ➔ Обсудите с учениками важность маркетинговой стратегии, объясните содержание, которое будет включено в эту главу.

Маркетинговая стратегия включает информацию о существующем состоянии рынка и тенденциях его развития. Этот компонент представляет информацию о текущих и потенциальных клиентах, демографические данные о потребителях, предпочтениях в

- ➔ Для проверки эффективности деятельности Школьной компании вы можете использовать следующие показатели:

#### Индикаторы проверки эффективности

1. Порог рентабельности  $Q_{pr} = \frac{FC}{P - AVC}$

Где:  $Q_{pr}$  – порог рентабельности.

$FC$  – постоянные расходы.

$Vc$  – переменные расходы.

$P$  – цена.

2. Валовая прибыль = ДОХОД - РАСХОДЫ

3 Рентабельность продаж =  $\frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \times 100\% =$

4 Экономическая рентабельность =  $\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Общая сумма активов}} \times 100\% =$

- ➔ Для оценки заданий, которые были выполнены учениками, заполните вместе с президентом (менеджером) Школьной Компании таблицу «Критерии оценки заданий».

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНО

Если вы на втором году работы в той же Школьной Компании или у вас есть группа любопытных учеников, которые хотят углубить свои знания в области финансового учета, вы можете заполнить отчеты о продажах, финансовых, заработной плате, кассовый ордер в случае продаж или платежных поручений и товаро-транспортных накладных для закупки сырья и т. д. (Приложения 2-10)

➔ определения прибыльности будущего бизнеса Школьной Компании.

Основным результатом финансового плана является разработка прогноза финансовых результатов и баланса. Для того, чтобы бизнес был жизнеспособным, необходимо позаботиться, прежде всего, о финансовых ресурсах, которые позволят нам запустить бизнес и успешно действовать. В Школьной Компании *необходимый бюджет формируется на основе продажи акций*.

**Вы можете сделать прогноз доходов и расходов следующим образом:**

#### Планируемый объем продаж

| Доход от продаж    | 20__ год       |            |                 |             |
|--------------------|----------------|------------|-----------------|-------------|
|                    | Товар / услуга | Количество | Стоимость (лей) | Сумма (лей) |
| Эко системы        | 55             | 35         | 1925            |             |
|                    |                |            |                 |             |
|                    |                |            |                 |             |
|                    |                |            |                 |             |
| <b>Общий доход</b> |                |            |                 | <b>1925</b> |

#### Ориентировочные производственные расходы

| Расходы  | 20__ год   |                 |             |
|--|------------|-----------------|-------------|
|  | Количество | Стоимость (лей) | Сумма (лей) |
| Сырье, материалы (оправы для очков, стекло, УФ-пленка) |            |                 |             |
| Оборудование   | 1          | 85              | 85          |
| Рекламные расходы (flyer)                              | 20         | 1               | 20          |
| Расходы на заработную плату                            | 2          | 500             | 1000        |
| Стоимость упаковки, маркировки                         | 55         | 1               | 55          |
| Другие расходы   |            |                 |             |
| Транспорт  | 2          | 12              | 24          |
| <b>Итого расходы</b>                                   |            |                 | <b>1184</b> |

потреблении продуктов, использовании услуги в зависимости от дохода, возраста, рода занятий, каковы их потребности и предпочтения.

- ✚ Определите вместе с учениками потенциальных конкурентов в бизнесе. - Кто производит или предлагает аналогичные услуги, какова их ценовая политика? Для анализа конкурентов можно использовать следующие критерии: местонахождение конкурента, ассортимент продукции, эффективность обслуживания, презентация продукта, поведение персонала.
- ✚ В этом разделе также описаны процессы, с помощью которых продукт или услуга достигают клиентов, анализируются преимущества и ограничения географического расположения бизнеса, наличие конкурентов в регионе, поставщиков, колебания количества людей.

Еще один важный аспект - это цена товара или услуги. Недостаточно указать цену - хорошо дать объяснения, аргументирующие, почему эта цена хороша и реальна для бизнеса. Что будет включено в розничной цене? Розничная цена (РЦ) = Цена доставки (ЦД) + Коммерческий сбор (КС) + НДС.

**или**

Цена = Себестоимость + маржа прибыли.

Цена напрямую влияет на размер прибыли.

Методика расчета прибыли:  $Pr = CA - CT$ .

где: Pr = прибыль, CA = оборот, CT = общая стоимость.

$CA = P * Q$ ,  $CT = CF + CV$ .

где: P = цена, Q = объем производства, CF = фиксированные затраты (не зависят от объема производства, например, машины, инструменты) и CV = переменные затраты (в зависимости от объема производства, например, сырье, материалы).

- ✚ И не в последнюю очередь должны определить способы продвижения Школьной Компании. Продвижение играет важную роль в деятельности любого экономического субъекта, оно должно привлекать внимание, вызывать интерес и стимулировать желание купить товар.

Школьная Компания может использовать следующие методы и инструменты продвижения:

- ➔ Реклама: печатные СМИ, телевидение, радио, интернет, вывески, визитки, календари, пакеты с названием продукта.
- ➔ Содействие продажам: акции, снижение цен, комплексные продажи, продвижение в точках продаж, рекламные подарки, призы за лояльность.
- ➔ Связи с общественностью: интервью для СМИ, благотворительность, социальные проекты, участие в ярмарках и мероприятиях.

Важно отметить, что продвижение предполагает определенные затраты, которые необходимо указать в финансовом плане.

- ✚ Обсудите вышеуказанное со всей командой, но за разработку маркетинговой стратегии отвечает маркетинговая группа

### 3.4. Операционный план

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- определить необходимые шаги для разработки операционного плана;
- разработать краткое описание производственного процесса.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

В оперативном плане указывается, как претворять в жизнь разработанную стратегию. Структура этой главы во многом зависит от области деятельности Школьной Компании и от того, как рассматриваются другие главы бизнес-плана. В любом случае подробное описание операций по внедрению бизнеса не требуется.

- ✚ Определите с учениками необходимые шаги для оперативного плана, принимая во внимание цели, предложенные в главах выше.

Наряду с графиком реализации и инвестиционной стратегии необходимо показать, что основные аспекты бизнеса были учтены и что есть решения для решения проблем, которые могут возникнуть. Следовательно, именно в этой главе необходимо продемонстрировать наличие программы предпринимательской деятельности. В бизнес-план может быть включена диаграмма, и время, необходимое для конкретных операционных шагов и целей, может быть выделено. Этот фрагмент бизнес-плана направлен на выявление важных событий в развитии бизнеса. На этом этапе плана ученики сформулируют цель постановки. Не обязательно, чтобы цель носила финансовый характер, например: начало производства и продаж, получение патентов, финансовые обязательства, производство определенного количества единиц к установленному сроку, завершение значительной производственной мощности, первое рыночное испытание, вывод на рынок новых продуктов, выход на порог доходности, операции по расширению и т. д.

### 3.5. План управления и человеческих ресурсов

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить модель для разработки плана управления;
- определить премиальные и другие финансовые стимулы, предоставляемые в соответствии с Уставом.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

Успех команды менеджеров зависит от отношения и навыков каждого члена в отдельности. Коммуникативные навыки менеджеров обеспечат успех компании. Человеческий потенциал Школьной Компании - важнейший ресурс, и только его правильное использование ведет к успеху бизнеса. Организационная структура Школьной Компании

разработана на основе разделения задач и функций. Существуют различные варианты организационной структуры, к которым могут подойти ученики. Вот две предпочтительные модели для Школьной Компании:

- I. Функциональная организационная структура. Эта организационная структура наиболее предпочтительна, потому что она четко разграничивает функции и административную иерархию.
  - II. Организационная структура, основанная на продукте / услуге, используется в случае, если предлагается диверсифицированная производственная деятельность (когда Школьная Компания имеет широкий спектр продуктов), чтобы можно было создавать бизнес-центры.
- ✚ Чтобы определить размер расходов на персонал, обсудите с учениками следующие вопросы:
  - Как будет осуществляться оплата труда (направленная или согласованная)? Заработная плата директора будет выплачиваться за фактически отработанное время; Заработная плата по договоренности - за единицы произведенной продукции.
  - Какие дополнительные бонусы получают сотрудники? (например, 10% комиссионных с продаж дается, чтобы побудить всех учащихся Школьной Компании участвовать в процессе продаж)
  - ✚ Объясните учащимся, что при определении размера заработной платы они должны учитывать тот факт, что заработная плата экономического агента является расходом.

В бизнес-плане можно использовать 2 шаблона с описанием штатного расписания. Эти модели представлены в рабочих тетрадях учащихся.

### 3.6. Финансовый план

#### ЦЕЛИ:

Учащиеся будут способны:

- установить объем планируемых продаж и сметную стоимость Школьной Компании;
- определить финансовые результаты деятельности Школьной Компании.

**РЕСУРСЫ:** флипчарт, маркеры, классная доска, Тетрадь ученика.

#### ВЫПОЛНЕНИЕ

##### Концептуальная основа

Финансовый план представляет собой обобщение других частей бизнес-плана, выраженное в единицах стоимости (в леях).

- ✚ Информация, необходимая для разработки данного раздела, может быть извлечена из материалов других разделов бизнес-плана (в первую очередь - прогнозов объемов оказанных услуг и / или продаж, закупок и т. Д.).

Этот отдел завершает бизнес-план и предназначен для:

- определения необходимого объема инвестиций для предлагаемого бизнеса;
- составления прогнозных финансовых отчетов;